

**PENGGUNAAN APLIKASI TRANSPORTASI ONLINE DENGAN KODE
PROMO OLEH GRAB DITINJAU DARI HUKUM PERSAINGAN
USAHA**

Oleh: Raihan Hasbi

Pembimbing I: Dr. Hayatul Ismi, S.H.,M.H

Pembimbing II: Riska Fitriani, S.H.,M.H

Alamat: Jalan Bukit Barisan No.16, Tenaya Raya, Kota Pekanbaru

Email / Telepon : hasbiraihan15@gmail.com - Telepon : 081275515091

ABSTRACT

The modern age is currently using a lot of communication technology to make profits, especially in business, including online transportation developed by Grab. However, business actors should not engage in unhealthy business, especially the practice of setting prices lower than other competitors. Predatory pricing is a business strategy in which business actors undercut prices for a period of time with the intention of closing or disposing of competitors' businesses in the relevant market, thus creating monopolistic practices and unfair business competition, predatory pricing is regulated in Article 20 of the Law No. 5 of 1999 on the prohibition of monopolistic practices and unfair business competition. The Commission for the Surveillance of Business Competition (KPPU) has indicated to the practice of predatory pricing after the implementation of this online fare. If left unchecked, this practice is expected to harm the online transportation industry in a sustainable way.

This type of research can be classified as empirical legal research, another term used is sociological because in this research, the author conducts research directly at the research site or place to get a complete and clear picture of the problem being studied. The nature of this research is descriptive qualitative with primary data sources, secondary data and tertiary data while the population and samples are online transport partners (Grab, Gojek, Maxim), consumers and KPPU. Data collection techniques are interviews, questionnaires and literature research.

Two main things can be concluded from the results of the research problem. First, based on the author's research, the promo implemented by Grab is a program of Grab in the form of special short-term offers designed to attract consumers and the promo does not comply with Article 20 of the Business Competition Law and article 1365 of the Civil Code. Meanwhile, the legal consequences arising from these predatory activities are that competing companies will incur losses with the promos implemented by Grab and that the Grab company will be subject to criminal penalties in accordance with Article 48 paragraph 2 and 49 letters a, b and c if Grab has been proven to have used predatory pricing and civil penalties in the form of compensation for both material and immaterial losses to the injured parties.

Keywords: Online Transportation, Predatory Pricing, Promotion.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan usaha antar pelaku usaha merupakan hal yang biasa terjadi dalam dunia bisnis. Dalam menguasai pangsa pasar pelaku usaha dipaksa menjadi perusahaan yang efisien dengan menerapkan strategi yang tepat, yaitu penetapan harga yang rendah, penggunaan inovasi dan teknologi yang dapat mengurangi ongkos produksi. Jika tidak, pelaku usaha akan tersingkir secara alami dari arena pasar.¹ Secara sederhana persaingan usaha (*bussines competition*) dapat di definisikan sebagai persaingan usaha antara penjual di dalam merebut pembeli dan pasar.² setiap pelaku ekonomi yang masuk dalam pasar akan melalui proses persaingan dimana produsen mencoba memperhitungkan cara untuk meningkatkan kualitas dan pelayanan dalam upaya merebut pasar dan konsumen. Ketika keadaan ini dapat dicapai, maka produsen atau pelaku usaha tersebut berupaya untuk mempertahankan kondisi tersebut atau paling tidak tetap bertahan dengan pasar tertentu.³ Pada keadaan ini konsumen adalah pihak yang diuntungkan karena para pelaku usaha akan cenderung meningkatkan kualitas, pelayanan, dan menetapkan tarif yang bersaing dengan pelaku usaha sejenis dengan pasar yang sejenis.⁴

Kegiatan jual rugi atau *predatory pricing* ini merupakan suatu bentuk penjualan atau pemasokan barang dan atau

jasa dengan cara jual rugi (*predatory pricing*) yang bertujuan untuk mematikan pesaingnya.⁵ Setelah memenangkan persaingan, perusahaan tersebut akan menaikkan harga kembali di atas harga pasar dan berupaya mengembalikan kerugiannya dengan mendapatkan keuntungan dari harga monopoli (karena pesaingnya telah keluar dari pasar).⁶

Contoh *predatory pricing* tersebut adalah kasus promo Grab yang terindikasi menerapkan harga yang sangat rendah yaitu dengan pemberian voucher promo atau potongan harga bagi konsumen, jika konsumen sering menggunakan aplikasi Grab maka konsumen tersebut akan mendapatkan voucher berupa potongan harga untuk setiap pemesanan di aplikasi Grab tersebut. Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha menjelaskan bahwa pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.⁷

Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) telah mengindikasikan adanya praktik *predatory pricing* setelah pemberlakuan tarif ojek online ini. Jika dibiarkan, praktik tersebut diprediksi akan membahayakan industri transportasi online

¹ Andi Fahmi Lubis, *et. al.*, *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks & Konteks*, GTZ, Jakarta, 2009, hlm. 2.

² Arie Siswanto, *Hukum Persaingan Usaha*, Ghalia Indonesia, Jakarta: 2002 hlm.18.

³ Andi Fahmi Lubis, *Op. Cit.*, hlm.213.

⁴ Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta: 2004 hlm. 9.

⁵ Dayu Padmara Regganis, *Hukum Persaingan Usaha Perangkat Telekomunikasi dan Pemberlakuan Persetujuan Acfta*, P.T. Alumni, Bandung: 2013 hlm. 36.

⁶ Mustafa Kamal, *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia)*, Rajawali Pers, Jakarta, 2017, hlm. 169-170.

⁷ Munir Fuadi, *Hukum Anti Monopoli Menyongsong Era Persaingan Sehat*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, hlm. 79.

secara berkelanjutan. Harga yang tidak wajar ini dapat dilihat dari perbedaan yang tertera di aplikasi, yaitu tarif menurut jarak tempuh dengan yang dibayarkan konsumen melalui diskon. Selain itu juga diduga harganya berada dibawah biaya produksi.⁸

Penulis juga mewawancarai mitra Grab Car yang tergabung dalam komunitas Grab Car Ciputra Seraya (CS1) di Kota Pekanbaru, Akhir-akhir ini grab sangat rutin memberikan promo untuk konsumen malah tarif di turunkan. Sekitar 2 bulan yang lalu tarif ambang bawah 15.000 rupiah, sekarang jadi 13.000 rupiah. Dengan adanya promo ada kenaikan konsumen, tapi tidak terlalu signifikan. Karena konsumen masih banyak yang fanatik dengan Go-Car walaupun tarifnya masih stabil. Bahkan yang tadinya konsumen Grab Car sudah beralih ke maxim. Makanya Grab menurunkan tarif supaya mengambil kembali konsumen maxim.⁹

Promo yang di berikan bisa di bilang sangat jauh di bandingkan dengan tarif normal Grab Car yang bahkan jauh di bawah tarif normal maxim.

Kasus ini pernah terjadi di Singapura, di mana *Competition and Consumer Commission of Singapore (CCCS)*, lembaga setara KPPU, menjatuhkan denda kepada perusahaan Grab sebesar S\$13 juta atas kesepakatan mengakuisisi Uber pada akhir Maret 2018. Denda tersebut dijatuhkan karena pemerintah singapura menilai akuisisi bisnis tersebut telah melanggar aturan persaingan bisnis. Penggabungan usaha keduanya dinilai akan merusak iklim usaha. Pemerintah

Singapura menilai kesepakatan bisnis akan berdampak pada penerapan tarif dan dianggap sebagai penghambat persaingan bisnis.¹⁰

Setelah mengakuisisi Uber, Grab menaikkan tarif 10-15 persen sepanjang Maret-Juli 2018. Tarif ini diprediksi akan kembali dinaikkan pada 2021 diprediksi hingga 20-30 persen. Di saat yang bersamaan, besaran insentif bagi mitra pengemudi dikurangi signifikan. Praktik *predatory pricing* juga dapat membuat pesaing meninggalkan pasar dan menghalangi pemain yang baru masuk.¹¹

Maka dari itu, berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas maka penulis tertarik untuk membahas masalah yang telah disebutkan sebelumnya dengan judul **“Penggunaan Aplikasi Transportasi Online dengan Kode Promo oleh Grab ditinjau dari Hukum Persaingan Usaha”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penggunaan aplikasi transportasi online dengan kode promo yang di berikan oleh grab ditinjau dari hukum persaingan usaha di kota Pekanbaru?
2. Apa akibat hukum yang ditimbulkan dengan adanya indikasi praktik jual rugi (*predatory pricing*) oleh Grab terhadap industri transportasi online di Kota Pekanbaru?

C. Tujuan dan Keguaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui penggunaan aplikasi transportasi online dengan kode promo yang di berikan oleh Grab ditinjau dari hukum persaingan usaha di kota Pekanbaru.

8

<https://katadata.co.id/safrezifitra/berita/5e9a518358779/praktik-predatory-pricing-di-ojek-online>, diakses, tanggal, 3 Desember 2020.

⁹ Wawancara dengan Bapak Yusrin, sebagai Mitra Grab Car dan Anggota Komunitas Grab Car Ciputra Seraya 1, Hari Selasa, tanggal 25 Mei

¹⁰ Rizaldy Anggriawan, “E-Hailing Transportation and the Issue of Competition in Indonesia”, Indonesia Comparative Law Review, Muhammadiyah University of Yogyakarta, Vol. II/No. 1, 2019, hlm. 62.

¹¹ *Ibid*, hlm. 62-63.

- b. Untuk mengetahui akibat hukum yang ditimbulkan dengan adanya indikasi praktik jual rugi (predatory pricing) oleh Grab terhadap industri transportasi online di Kota Pekanbaru.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Bagi Penulis, yaitu untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menempuh ujian skripsi untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum, serta menambah wawasan penulis di bidang ilmu hukum khususnya dalam bidang hukum perdata bisnis.
- b. Bagi dunia akademik dapat dijadikan referensi serta sumbangan penulis terhadap almamater Universitas Riau dan kepada peneliti selanjutnya.
- c. Bagi instansi terkait, bagi pelaku usaha, baik pendiri, penggerak, pemegang kuasa, bagi KPPU, bagi masyarakat luas, serta berbagai pihak yang berkecimpung dalam dunia hukum bisnis penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengetahuan hukum bisnis khususnya penggunaan aplikasi transportasi online dengan kode promo ditinjau dari hukum persaingan usaha.

D. Kerangka Teori

1. Teori *Rule of Reason*

Dalam pengaturan persaingan usaha di tetapkan norma larangan yang memiliki dua sifat atau pendekatan yang digunakan dalam melihat perjanjian atau kegiatan pelaku usaha, yakni larangan yang bersifat *Per Se (Per Se Illegal)* dan pendekatan larangan yang bersifat *rule of reason*.¹² Sebagaimana yang akan di jelaskan selanjutnya bahwa dalam teori ilmu hukum, larangan terhadap Tindakan

monopoli atau persaingan curang pada garis besarnya di lakukan dengan memakai salah satu dari dua teori sebagai berikut :¹³

- a. Teori *Per Se*, dan
- b. Teori *Rule of Reason*.

Pendekatan *Per se* disebut disebut juga *per se illegal*, *per se rules*, *per se doctrine* dan juga *per se violation*.¹⁴ Sedangkan pendekatan *rule of reason* adalah kebalikan *per se illegal*. Dengan teori *per se* dimaksudkan bahwa pelaksanaan setiap tindakan yang dilarang akan bertentangan dengan hukum yang berlaku, sementara dengan teori *Rule Of Reason*, jika dilakukan tindakan tersebut, masih dilihat seberapa jauh hal tersebut akan merupakan monopoli atau akan berakibat kepada pengekangan persaingan pasar. Jadi tidak seperti pada teori *per se*, dengan memakai teori *Rule of Reason* Tindakan tersebut tidak otomatis dilarang, sungguhpun perbuatan yang di tuduhkan tersebut dalam kenyataannya terbukti telah di lakukan.¹⁵

Teori *rule of reason* merupakan kebalikan dari teori *per se*. Dalam pendekatan ini hukuman terhadap perbuatan yang di tuduhkan melanggar hukum persaingan harus mempertimbangkan situasi dan kondisi kasus. Karenanya, perbuatan yang dituduhkan tersebut harus di teliti terlebih dahulu, apakah perbuatan itu telah membatasi persaingan secara tidak patut. Untuk itu, disyaratkan bahwa penggugat dapat menunjukkan akibat yang di timbulkan dari perjanjian, kegiatan, dan posisi dominan yang telah menghambat persaingan atau menyebabkan kerugian.¹⁶ Jika dibandingkan dengan teori *per se*, teori *rule of reason* ini lebih luas cakupannya.

¹² Mustafa Kamal, *Op. cit*, hlm. 71.

¹³ Munir Fuady, *Op. cit*, hlm. 11.

¹⁴ Mustafa Kamal, *Op. cit*, hlm. 72.

¹⁵ Munir Fuady, *Op. cit*, hlm. 11-12.

¹⁶ Mustfa Kamal, *Op, cit*, hlm. 77-78

Dengan kata lain, teori *rule of reason* mengharuskan pembuktian, mengevaluasi mengenai akibat perjanjian, kegiatan, atau posisi dominan tertentu guna menentukan apakah perjanjian atau kegiatan tersebut tersebut menghambat atau mendukung persaingan. Mustafa Kamal menyatakan, dalam melakukan pembuktian harus melihat seberapa jauh tindakan yang merupakan antipersaingan tersebut berakibat kepada pengekanan persaingan di pasar. Dalam teori *rule of reason* sebuah tindakan tidak secara otomatis dilarang, meskipun perbuatan yang dituduhkan tersebut kenyataannya terbukti telah dilakukan. Dengan demikian, pendekatan ini memungkinkan pengadilan untuk melakukan interpretasi terhadap undang-undang dan juga interpretasi pasar.¹⁷ Dalam pendekatan *rule of reason* ini dapat diketahui akibat yang tercipta karena tindakan atau perjanjian yang mengakibatkan persaingan tidak sehat dan praktik monopoli sehingga merugikan pihak lain.

Menurut Munir Fuady, teori *rule of reason* ini diterapkan dengan menimbang-nimbang antara akibat negatif dari tindakan tertentu terhadap persaingan dengan keuntungan ekonomisnya. Adapun dalam hal ini yang di pertimbangkan bukan hanya penetapan harga semata-mata seperti dalam teori *per se*, melainkan juga di pertimbangkan hal-hal sebagai berikut:¹⁸

- 1) Apakah tindakan tersebut mengakibatkan pembatasan persaingan atau mengatur atau malahan meningkatkan persaingan;
- 2) Untuk itu harus di pertimbangkan fakta-fakta khusus yang berlaku untuk bisnis;
- 3) Kondisi sebelum dan setelah terjadi pengekanan persaingan;

- 4) Sifat dari pengekanan persaingan;
- 5) Akibatnya terhadap pengekanan persaingan apakah langsung (pasti) atau hanya penyebab kira kira saja (*proximate cause*).

Jika kita menelusuri Undang-Undang Anti Monopoli kita (Undang-Undang No. 5 Tahun 1999) maka ada perjanjian atau tindakan yang dilarang tersebut dapat di kategorikan sebagai berikut :¹⁹

- a. Dilarang secara *Per Se*;
- b. Dilarang dengan *Rule of Reason*;
- c. Antara *Per Se* dengan *Rule of Reason*.

2. Teori Akibat Hukum

Akibat hukum terjadi karena akibat yang ditimbulkan oleh peristiwa hukum, karena suatu peristiwa akibat hukum ditimbulkan oleh akibat dari perbuatan hukum. Pada perbuatan hukum ini dapat menimbulkan adanya hubungan hukum, maka akibat hukum ini terjadi karena suatu peristiwa hukum.

Menurut Ishaq dalam bukunya akibat hukum adalah akibat yang ditimbulkan oleh peristiwa hukum, Karena suatu peristiwa hukum disebabkan oleh perbuatan hukum, sedangkan suatu perbuatan hukum juga dapat melahirkan suatu hubungan hukum, maka akibat hukum juga dapat dimaknai sebagai suatu akibat yang ditimbulkan oleh adanya suatu perbuatan hukum atau hubungan hukum.²⁰

E. Kerangka Konseptual

Kerangka Konseptual berisikan batasan-batasan yang terdapat dalam judul dan ruang lingkup penelitian yang menjelaskan atau memberikan pemahaman istilah-istilah dalam judul penelitian. Untuk memperoleh kesamaan dalam beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian yaitu:

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ Ishaq, *Dasar-dasar Ilmu Hukum*, Jakarta, Sinar Grafika, 2009. hlm.86.

¹⁷ *Ibid*, 78.

¹⁸ Munir Fuady, *Op. cit*, hlm. 47-48.

1. Transportasi Online adalah pengangkutan barang oleh berbagai jenis kendaraan sesuai dengan kemajuan teknologi;²¹
2. Promosi adalah usaha atau upaya untuk memajukan atau meningkatkan; misalnya untuk meningkatkan perdagangan atau memajukan bidang usaha.²²
3. Hukum persaingan usaha adalah seperangkat aturan hukum yang mengatur mengenai segala aspek yang berkaitan dengan persaingan usaha, yang mencakup hal-hal yang boleh dilakukan dan hal-hal yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha.²³

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan hukum ini adalah penelitian hukum sosiologis yaitu pendekatan masalah yang diteliti dengan sifat hukum yang nyata atau sesuai dengan kenyataan hidup di dalam masyarakat. Penelitian ini hendak melihat korelasi antara hukum dengan masyarakat sehingga mengungkap efektifitas berlakunya hukum dalam masyarakat.²⁴ Pengumpulan data dimulai dari data sekunder, bahan hukum primer kemudian bahan tertier dan dilanjutkan dengan pengumpulan data primer di lapangan dengan cara menelaah bagaimana penggunaan aplikasi transportasi *online* dalam melakukan transaksi ditinjau dari hukum persaingan usaha.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mitra dan konsumen transportasi *online* yang terdapat di kota Pekanbaru. Adapun yang menjadi lokasi penelitian bagi penulis adalah:

- a. Kantor Komisi Pengawas Persaingan Usaha Kantor Wilayah I Kota Medan yang beralamat di Jl. Gatot Subroto No.148, Petisah Tengah, Kec. Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara.
- b. Komunitas Grab Car Ciputra Seraya (CS 1) yang merupakan wadah tempat berkumpulnya driver yang bermitra dengan pihak Grab yang berpangkalan di Jl. Sudirman, Kecamatan Payung Sekaki, Pekanbaru.
- c. Komunitas Gojek Buffalo yang merupakan wadah tempat berkumpulnya driver yang bermitra dengan pihak Gojek yang berpangkalan di Jl. Soekarno-Hatta, Pekanbaru
- d. Komunitas Maxim Pekanbaru Riau (M-PR) yang merupakan wadah tempat berkumpulnya driver yang bermitra dengan pihak Maxim yang berpangkalan di Jl. Soekarno-Hatta, Pekanbaru

3. Sumber Data

Berdasarkan metode penelitian sosiologis maka jenis data dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama yang terkait dengan permasalahan yang akan dibahas.²⁵ Peneliti melalui responden dengan cara pengumpulan data, instrumen penelitian dengan kuisioner dan wawancara dengan para pihak yang ada hubungannya dengan permasalahan yang penulis teliti.

²¹ Badan Pusat Pengembangan Bahasa (n.d). Transportasi. (def.1). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *Online*, Diakses melalui <https://kbbi.web.id/>, Tanggal 9 Juni 2021.

²² Rivai Wirasasmita, *et. al.*, *Kamus Lengkap Ekonomi*, Pionir Jaya, Bandung, 2002, hlm. 399.

²³ Hermansyah, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Kencana Prenada, Jakarta, 2008, hlm. 2.

²⁴ Amiruddin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, PT Raja Grafindo, Jakarta, 2012, hlm, 17.

²⁵ *Ibid*, hlm. 30.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang di peroleh peneliti dari berbagai studi kepustakaan serta peraturan Perundang-undangan, buku-buku, literatur serta pendapat para ahli yang berkaitan dengan permasalahan penelitian

4. Teknik Pengumpulan Data

Data Untuk mengumpulkan data dalam penulisan ini penulis melakukannya dengan menggunakan beberapa metode, yaitu:

- a) Wawancara, merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh keterangan secara lisan guna mencapai tujuan tertentu.²⁶
- b) Kuisisioner, yaitu metode pengumpulan data dengan cara membuat daftar-daftar pertanyaan yang memiliki korelasi dengan permasalahan yang di teliti, yang pada umumnya dalam daftar pertanyaan itu telah disediakan jawaban-jawabannya.
- c) Kajian pustaka yaitu penulis mengambil, mengkaji, menelaah, dan menganalisis berbagai kutipan dari buku, bacaan, literatur, atau buku pendukung yang memiliki kaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.

5. Analisis Data

Penulis mengumpulkan data observasi lokasi yang terbatas dengan beberapa responden yang di wawancarai. Pengolahan data secara kualitatif merupakan tata cara penelitian yang menghasilkan penelitian data deskriptif, yaitu apa yang dinyatakan responden secara tertulis atau secara lisan dan fakta-fakta di lapangan dipelajari serta di tuangkan pada hasil penelitian ini serta dengan menggunakan metode deduktif

dengan cara menganalisis dari permasalahan yang bersifat umum terhadap hal-hal yang bersifat khusus.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Hukum Persaingan Usaha

1. Pengertian Hukum Persaingan Usaha

Persaingan dalam dunia usaha merupakan syarat mutlak bagi terselenggaranya ekonomi pasar, namun apabila terjadi persaingan usaha yang tidak sehat maka pada akhirnya akan mematikan persaingan dan dapat menimbulkan monopoli. Menurut Mustafa Kamal, persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.²⁷

Dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, tujuan hukum persaingan usaha itu sendiri adalah:²⁸

- a. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- b. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui peraturan persaingan usaha yang sehat, sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil;

²⁶ Burhan Ashofa, *Metode Penelitian Hukum*, Rineka Cipta, Jakarta, 2013, hlm, 95.

²⁷ Mustafa Kamal, *Op. cit*, hlm. 187.

²⁸ *Ibid*, hlm. 27-28.

- c. Mencegah praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha; dan
- d. Terciptanya efektivitas dalam kegiatan usaha.

Oleh karena itu, ketentuan dalam Pasal 3 tidak sebatas pada tujuan utama Undang-undang anti monopoli yaitu sistem persaingan usaha yang bebas dan adil, dimana terdapat kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi semua pelaku usaha.²⁹ Ketentuan tersebut pada dasarnya mengatur bahwa untuk mencapai tujuan perekonomian nasional maka haruslah melalui pemberian persamaan kesempatan berusaha bagi setiap pelaku usaha baik besar maupun kecil.³⁰

B. Tinjauan Umum Tentang Praktik Jual Rugi (*Predatory Pricing*)

1. Pengertian Jual Rugi

Menurut Rachmadi Usman, “jual rugi” atau yang disebut “*predatory pricing*” adalah kegiatan menetapkan harga yang sangat rendah oleh pelaku usaha, untuk menyingkirkan atau mematikan 2 pelaku usaha pesaing dalam upaya mempertahankan posisinya sebagai monopolis atau dominan.³¹

C. Tinjauan Umum Tentang Transportasi Online

1. Pengertian Transportasi Online

Pengertian transportasi *online* adalah pelayanan jasa transportasi yang berbasis internet dalam setiap kegiatan transaksinya, mulai dari pemesanan, pemantauan jalur, pembayaran dan penilaian terhadap pelayanan jasa itu

sendiri³² Transportasi *online* adalah salah satu bentuk dari penyelenggara lalu lintas dan angkutan jalan yang berjalan dengan mengikuti serta memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan (teknologi).

Penjelasan mengenai transportasi *online* dapat diartikan bahwa, pengertian transportasi *online* adalah suatu penyelenggaraan lalu lintas dan angkutan jalan yang berjalan dengan mengikut sertakan dan memanfaatkan perkembangan ilmu teknologi berbasis aplikasi *online* yang baik dengan cara untuk pemesanan ataupun sistem pembayarannya.

BAB III

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Tentang Kota Pekanbaru

Kota Pekanbaru terdiri dari 15 Kecamatan dan 58 Kelurahan, dengan luas 632,26 km. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 1987 Tanggal 7 September 1987 Daerah Kota Pekanbaru diperluas dari ± 62,96 Km² menjadi ± 446,50 Km², terdiri dari 8 Kecamatan dan 45 Kelurahan/Desa.

B. Gambaran Umum Tentang Transportasi Online Kota Pekanbaru

Transportasi *online* di kota pekanbaru untuk saat ini di dominasi oleh 3 aplikasi, yaitu Gojek, Grab, dan Maxim yang mana turut mewarnai jalanan di kota pekanbaru dengan jaket armadanya yang khas dan memiliki warna yang beragam

²⁹ Andi Fahmi Lubis, *Op. cit.*, hlm. 16.

³⁰ Ningrum Natasya Sirait, *Hukum Persaingan di Indonesia*, Pustaka Bangsa Press, Medan, 2004, hlm. 2.

³¹ Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta, 2013, hlm.444.

³² Geistiar Yoga Pratama, and Aminah Suradi, "Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Pengguna Jasa Transportasi Online Dari Tindakan Penyalahgunaan Pihak Penyedia Jasa Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", *Diponegoro Law Journal*, Universitas Diponegoro, Vol. 5/No. 3, 2016, hlm. 2-3.

1. Grab

a. Profil Grab

Grab adalah Perusahaan teknologi asal Malaysia yang berkantor di Singapura yang menyediakan aplikasi layanan transportasi angkutan umum meliputi kendaraan bermotor roda 2 maupun roda 4. Perusahaan Grab hanya perusahaan teknologi yang meluncurkan Aplikasi saja dan untuk kendaraannya sendiri adalah kendaraan milik mitra yang sudah bergabung di PT Grab Indonesia.³³

Indonesia telah menjadi pasar terbesar Grab berdasarkan jumlah perjalanan yang diselesaikan seluruh platform. Grab secara khusus memfokuskan bisnisnya di Jakarta, yang didiami oleh lebih dari 30 juta penduduk dimana Grab memberikan layanan ojek, penyewaan mobil pribadi dan pemesanan taksi online. Grab juga berencana untuk melakukan ekspansi platform multi-layanannya ke lebih dari delapan megacity di luar kota Jakarta.

2. Gojek

a. Profil PT GO-JEK Indonesia

Go-Jek Indonesia berdiri pada tahun 2011 sebagai social entrepreneurship inovatif untuk mendorong perubahan sektor transportasi informal agar dapat beroperasi secara profesional yang melayani angkutan manusia dan barang melalui jasa ojek. Perusahaan ini lahir dari ide sang CEO dan Managing Director Nadiem Makarim yang mengaku seorang pengguna ojek.

Dan di Maret 2015 berdasarkan keterangan Nadiem Makarim (Founder Go-Jek), member Go-Jek meningkat

menjadi 3300-an pengemudi. Nadiem Makarim menyatakan bahwa dengan menjadi bagian dari Go-Jek bisa meningkatkan penghasilan para supir ojek, karena tidak hanya mengantar orang/customer, dengan aplikasi Go-Jek ini supir Ojek benar-benar dimaksimalkan fungsinya. Tentu saja dengan kendali dari Go-Jek transaksi menjadi lebih aman.

Go-Jek tidak hanya memberikan pelayanan dalam transportasi angkutan orang saja, uniknya perusahaan ini memiliki pelayanan lainnya yang ada di aplikasi Go-Jek seperti :

- 1) Instant courier
- 2) Transportation
- 3) Go-Food
- 4) Shopping

3. Maxim

a. Profil Maxim

Transportasi maxim pertama kali beroperasi di Pekanbaru sejak 2018. Menawarkan kepada masyarakat sebuah layanan transportasi dengan harga terjangkau dan mutu layanan yang optimal, yang dapat dipesan dengan mudah melalui bantuan aplikasi seluler. Pada layanan motor dan mobil, Maxim dapat dipesan secara langsung, maupun reservasi untuk perjalanan di hari lain, di dalam kota maupun rute antar kota. Bisa pula memesan pengiriman kurir untuk mengantarkan barang-barang atau meminta pengemudi untuk membeli produk di toko, lalu mengantarkan produk tersebut sampai tujuan. Layanan kurir dan belanja sangat dianjurkan bagi pengguna yang ingin mengurangi aktivitas di luar selama pandemi.

³³<https://www.grab.com/id>, diakses tanggal 11 Agustus 2021

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penggunaan Transportasi Online dengan Kode Promo yang di Berikan oleh Grab Ditinjau dari Hukum Persaingan Usaha.

Menurut hasil pengamatan yang penulis lakukan melalui Iklan dan Aplikasi Grab, Promo dan Diskon yang Grab tawarkan pada saat ini yaitu diskon dengan pemberian kode promo “YUKGRAB” yaitu diskon Rp.15 ribu untuk perjalanan GrabCar dan diskon Rp.9 ribu untuk perjalanan GrabBike tanpa minimum pembayaran yang memiliki masa berlaku dari tanggal 12 April 2021 hingga 31 Oktober 2021 dan memiliki syarat dan ketentuan yang berlaku. Selain itu ada juga pemberian diskon dengan kode promo “CARHEMAT” khusus untuk GrabCar yaitu dengan pemberian potongan 50% namun dengan maksimum harga Rp. 8 ribu untuk perjalanan Grab Car/Grab Protect di Pekanbaru yang juga memiliki syarat dan ketentuan yang berlaku.

Penerapan diskon dan promo dikalangan transportasi online sebenarnya adalah hal yang sudah lumrah dilakukan guna untuk menarik perhatian konsumen untuk memanfaatkan jasa transportasi online yang mereka miliki. Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Devi Siadari, sebagai Kepala Bidang Kajian & Advokasi Komisi Pengawas Persaingan Usaha Kantor Wilayah 1 Medan, beliau menjelaskan “Jadi sebenarnya tidak masalah apabila ada promosi, tetapi yang patut di garis bawahi istilahnya kalau promosi nya diskon itu juga besarnya kan terbatas, jadi dia dibatasi oleh volume, jangka waktu, dan besaran diskonnya”.³⁴

³⁴ Wawancara dengan Ibu Devi Siadari, sebagai Kepala Bidang Kajian dan Advokasi Komisi Pengawas Persaingan Usaha Kantor Wilayah 1 Medan, Hari Selasa, tanggal 6 Desember 2021.

Menurutnya, promosi tidak dipermasalahkan apabila pemberian promo nya dibatasi oleh volume, jangka waktu, dan nominal diskonnya. Sehingga, pemberian kode Promo yang diberikan oleh Grab hanya untuk menarik konsumen, juga merupakan bentuk apresiasi pihak Grab terhadap konsumen yang loyal.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Grab belum masuk dalam kategori melanggar ketentuan yang ada di dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor. 5 Tahun 1999. Bila dikaitkan antara regulasi yang mengatur perihal jual rugi (undang-undang persaingan usaha) dengan realita di lapangan, unsur-unsur untuk disebut sebagai pelanggaran tidaklah memenuhi. Pasal 1365 KUHPerdara yang ada kaitannya dengan perbuatan melawan hukum tidaklah juga memenuhi kriteria-kriteria terhadap kegiatan penjualan atas barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh Grab. Pasal ini turut dimasukkan kedalam analisis, karena penulis mempunyai asumsi bahwa pasal 1365 ada kaitannya dengan kegiatan jual rugi tersebut. Dasar dari isi Pasal 1365 adalah perbuatan hukum. Tentunya perbuatan ini memberikan efek atau akibat hukum bagi pihak yang melakukan perbuatan tersebut.

B. Akibat hukum yang ditimbulkan dengan adanya indikasi praktik jual rugi (predatory pricing) oleh Grab terhadap industri transportasi online di Kota Pekanbaru.

Sesuai dengan Pasal 20 Undang-undang anti monopoli menerangkan bahwa dengan adanya Tindakan jual rugi yang dilakukan oleh pelaku usaha tentu bisa mengakibatkan matinya perusahaan dipasar yang sama dan juga menghalangi pemain baru yang ingin masuk dipasar yang bersangkutan karena tidak mampu bersaing dengan perusahaan yang memiliki modal yang besar, dan tentu saja bisa merugikan

perusahaan transportasi *online* lain yang tidak memiliki Promo. Inti dari promo tersebut adalah memperkenalkan atau menginformasikan kepada konsumen bahwa saat ini ada produk baru dan tidak kalah dengan produk barang atau jasa lainnya. Setelah konsumen mengetahui produk yang ada baik barang atau jasa konsumen diharapkan terbujuk dan mengharapkan untuk beralih ke barang atau jasa yang telah ditawarkan tadi. Tujuan dari promo tersebut adalah menarik pembeli atau konsumen untuk membujuk atau mempengaruhi supaya tergiur dengan promo yang diberikan, sehingga konsumen menggunakan jasa atau membeli barang tersebut. Tujuan diadakannya promo tersebut yakni untuk meraih angka keuntungan dan mendapatkan profit keuntungan. Pada prinsipnya pelaku usaha boleh memberikan diskon atas barang atau jasa yang ditawarkannya. Peraturan terkait diskon diatur dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi “Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;”

Sedangkan Pasal 10 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengatur bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

1. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
2. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;

3. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
4. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
5. bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Apabila ketentuan Pasal 9 dan Pasal 10 Undang-Undang 8 Nomor 1999 dilanggar oleh pelaku usaha, maka pelaku usaha dapat dipidana dengan pidana penjara paling lama lima tahun dan denda paling banyak Rp2 miliar. Dengan demikian pemberian diskon pada dasarnya diperbolehkan. Namun pelaku usaha harus memperhatikan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yang jika dilanggar dapat berujung pada sanksi administratif dan sanksi pidana.

Sedangkan dalam perspektif perdata, bahwa kegiatan jual-rugi (*predatory pricing*) dikategorikan sebagai kegiatan yang dilarang dalam undang-undang persaingan usaha. Kegiatan yang dilarang bisa dikategorikan kedalam pasal 1365 KUHPerdata yaitu perbuatan melawan hukum. Perbuatan melawan hukum disini adalah diartikan sebagai perbuatan melawan hukum dalam bidang hukum perdata bukan dalam bidang hukum pidana karena tindakan melawan hukum pidana (delik) mempunyai arti, konotasi dan pengaturan hukum yang berbeda sama sekali.³⁵

BAB V PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis paparkan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dan saran sebagai berikut:

A. Kesimpulan

1. Penggunaan Aplikasi Transportasi

³⁵Munir Fuady, *Konsep Hukum Perdata*, Rajawali Press, Jakarta, 2013, hlm. 247.

- Online* dengan Kode Promo Oleh Grab Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Kota Pekanbaru sejauh ini sudah terlaksana dengan baik dikarenakan Promo yang diterapkan oleh Grab tidak sepenuhnya terkandung ke dalam kriteria-kriteria dari Jual Rugi yang dilarang dalam Pasal 20 undang-undang persaingan usaha, Promo tersebut merupakan program dari Grab berupa penawaran khusus dalam jangka pendek yang di rancang untuk memikat para konsumen. Dugaan suatu pelaku usaha melakukan praktik *predatory pricing* sebaiknya terlebih dahulu dikaji dan dilakukan analisis yang berkaitan dengan praktik *predatory pricing* tersebut.
2. Akibat hukum bila tindakan pelaku usaha memenuhi unsur *predatory pricing* yaitu dapat dikenakan tindakan administratif maupun sanksi pidana. Dalam hal sanksi administratif sesuai Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 pasal 47 ayat (2) huruf c dan d yang berupa perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan kegiatan yang terbukti menimbulkan praktek monopoli dan atau menyebabkan persaingan usaha tidak sehat dan atau merugikan masyarakat, dan atau perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan penyalahgunaan posisi dominan. Dalam perdata, praktik *predatory pricing* masuk kedalam kategori perbuatan melawan hukum yang di atur dalam pasal 1365 KUHPperdata. Akibat hukum dari perbuatan melawan hukum karena
 3. melakukan kegiatan *predatory pricing* adalah ganti kerugian baik kerugian materiil maupun imateriil kepada pihak-pihak yang dirugikan.

C. Saran

1. Pihak pelaku usaha sebaiknya mengurangi tindakan pemberian promo secara berlebihan, dikarenakan dengan pemberian promo berlebih tersebut menciptakan *entry barrier* terhadap pemain baru yang ingin masuk kedalam pasar. Pemberian promo tidak masalah apabila dibatasi dan tidak terlalu jauh dari standar yang telah diatur dalam peraturan angkutan sewa khusus di Indonesia. Dengan mengikuti regulasi yang ada maka pasar *transportasi online* di pekanbaru akan menjadi lebih sehat.
2. Pihak komisi pengawas persaingan usaha (KPPU) sebaiknya lebih aktif untuk menjalankan wewenangnya sebagai lembaga yang independen untuk melakukan penelitian dengan terjun langsung ke lapangan dengan begitu akan meminimalkan pelanggaran tentang dugaan adanya kegiatan praktek monopoli dan pesaing anusaha tidak sehat, baik terhadap adanya laporan maupun inisiatif dari KPPU sendiri, agar dapat terlaksananya kegiatan ekonomi yang sehat, dan diharapkan kepada pemerintah untuk membuat regulasi yang jelas terkait penerapan Promo di pasar transportasi online karena sampai saat sekarang ini belum ada Undang-Undang yang mengatur secara spesifik tentang Promo oleh transportasi online tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Ali, Achmad, 2008, *Menguak Tabir Hukum*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Amiruddin, 2012, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, PT Raja Grafindo, Jakarta.
- Anderson, J. Thomas, 1958, *Our Competitive system and Public Policy*, South Western Publishing Company, Cincinnati.
- Ashofa, Burhan, 2010, *Metode Penelitian Hukum*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Dirdjosisworo, Soedjono, 2010, *Pengantar Ilmu Hukum*, Rajawali Pers, Jakarta, 2010.
- Fuadi, Munir, 2003, *Hukum Anti Monopoli Menyongsong Era Persaingan Sehat*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Fuadi, Munir, 2013, *Konsep Hukum Perdata*, Rajawali Press, Jakarta.
- Hansen, Knud, et. Al, 2002, *Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Katalis Publishing-Media Services, Jakarta.
- Hermansyah, 2008, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Kencana Prenada, Jakarta.
- Ishaq, 2009, *Dasar-dasar Ilmu Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Kamal, Mustafa, 2017, *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia)*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Kagramanto, Budi, 2010, *Mengenal Hukum Persaingan Usaha*, Laras, Sidoarjo.
- Khemani, R. Shyam, 1998, *A Framework for the Design and Implementation of Competition Law and Policy*, World Bank and OECD, D.C.
- Lubis, Andi Fahmi, et. al., 2009, *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks & Konteks*, GTZ, Jakarta.
- Marzuki, Pieter Mahmud, 2010, *Penelitian Hukum*, Jakarta Kencana, Jakarta.
- Meyliana, Devi, 2013, *Hukum Persaingan Usaha (Studi Konsep Pembuktian Terhadap Perjanjian Penetapan Harga dalam Persaingan Usaha)*, Setara Press, Malang.
- Muhammad, Abdulkadir, 2004, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Muhammad, Abdulkadir, 2000, *Hukum Perdata Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Muhammad, Abdul, 2013, *Hukum Pengangkutan Niaga*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Nusantara, Abdul Hakim Garuda dan Benny K. Harman, 1999, *Analisa dan Perbandingan Undang-Undang Anti Monopoli*, Elex Media Komputindo,

Jakarta.

Puspaningrum, Galuh, 2013, *Hukum Persaingan Usaha; Perjanjian dan Kegiatan yang Dilarang dalam Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Aswaja Pressindo, Yogyakarta.

Siswanto, Arie, 2002, *Hukum Persaingan Usaha*, Ghalia Indonesia, Jakarta.

Sirait, Ningrum Natasya, 2004, *Hukum Persaingan di Indonesia*, Pustaka Bangsa Press, Medan.

Soekanto, Soejono, 1986, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta, UI Press.

Soemitro, Ronny Hanityo, 1988, *Metode Penelitian Hukum dan Jerimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta.

Soeroso, R., 2006, *Pengantar Ilmu Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta.

Sunggono, Bambang, 2005, *Metode Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Syarifin, Pipin, 1997, *Pengantar Ilmu Hukum*, Pustaka Setia, Bandung.

Usman, Rachmadi, 2004, *Hukum Persaingan Usaha*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Usman, Rachmadi, 2013, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta.

Utami, Wahyu dan Yogabakti Adipradana S., 2017, *Pengantar Hukum Bisnis Dalam Perspektif Teori dan Praktiknya di Indonesia*, Jalan Permata Aksara, Jakarta.

Widijowati, Dijan, 2012, *Hukum Dagang*, Andi, Yogyakarta.

Wijaya, Andika, 2016, *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online*, Sinar Grafika, Jakarta.

B. Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 75 Tahun 1999 Tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha Indonesia.

Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PM 118 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Angkutan Sewa Khusus.

Keputusan Menteri Perhubungan Nomor KP 348 Tahun 2019 Tentang Pedoman Perhitungan Biaya Jasa Sepeda Motor Yang Digunakan Untuk Kepentingan Masyarakat Yang Dilakukan Dengan Aplikasi.

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 20 (jual rugi) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan

Usaha Tidak Sehat.

Journal, Universitas Diponegoro,
Vol. 5, No. 3.

C. Jurnal/Kamus/Makalah

Anggriawan, Rizaldy, 2019, *E-Hailing Transportation and the Issue of Competition in Indonesia, Indonesia Comparative Law Review*, Muhammadiyah University of Yogyakarta, Vol. 2, No. 1.

Dini, Anggraini, 2013, "Studi Tentang Perilaku Pengendara Kendaraan Bermotor Di Kota Samarinda", *e-Journal Sosiatri-Sosiologi*, Universitas Mulawarman, 1.1, 10-19.

Frank, Jill, 2019 "Theoretical Inquiries Law" *Critical Modernities: Politics beyond The Liberal Imagination*, Thomson Reuters, *Jurnal Westlaw*, diunduh dari http://fh.unri.ac.id/index.php/perpus_takaan/.

K. Fraenkel, Osmond, 1936, *Manufactures Finance Co, Equality, Jurnal West Law*, Supreme Court of the United States, Vol. 85, No. 1.

Pratama, Geistiar Yoga dan Aminah Suradi, 2016, Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Pengguna Jasa Transportasi Online Dari Tindakan Penyalahgunaan Pihak Penyedia Jasa Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, *Diponegoro Law*

Rivai Wirasmita, *et. al.*, 2002, Kamus Lengkap Ekonomi, Pionir Jaya, Bandung

D. Website

<https://katadata.co.id/safrezifitra/berita/5e9a518358779/praktik-predatory-pricing-di-ojek-online>, diakses, tanggal, 3 Desember 2020.

<https://www.oecd.org/competition/abuse/2375661.pdf>, Tanggal 3 Desember 2020.

<http://library.uir.ac.id/skripsi/pdf/123410090/bab4.pdf>, Tanggal, 11 Agustus 2021.

<http://ppid.kemendagri.go.id/front/dokumen/download/300026357>, Tanggal, 11 Agustus 2021.

<https://www.grab.com/id>, Tanggal 11 Agustus 2021

<https://nasional.kontan.co.id/news/tarif-promo-ojek-online-berpotensi-mengarah-pada-praktik-predatory-pricing>, Tanggal 22 November 2021.

<https://www.gojek.com/id-id/>, Tanggal 22 November 2021.

<https://id.taximaxim.com/>, Tanggal 22 November 2021.