

PENETAPAN HARGA OLEH TRANSPORTASI *ONLINE* DALAM PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTIK MONOPOLI DAN PERSAINGAN TIDAK SEHAT

Azizah
Aminah

Universitas Islam Ogan Komering Ilir Kayuagung Email:

Aazizah895@gmail.com

naah97452@gmail.com

ABSTRAK

Di era globalisasi pada saat ini, kemajuan akan perkembangan teknologi dan informasi terjadi dengan sangat cepat. Perkembangan di sektor transportasi mengalami perubahan yang begitu signifikan dengan kehadiran jasa transportasi online yang berbentuk sebuah aplikasi. Aplikasi jasa transportasi online sangat mudah digunakan yang berdampak bagi jasa transportasi yang lain. Maka dari itu, tujuan dari pembahasan ini dilakukan agar mengetahui bagaimana persaingan usaha yang terletak didalamnya termasuk antara pelaku usaha jasa transportasi online maupun dengan usaha transportasi biasa (konvensional). Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana penetapan harga oleh transportasi online dalam perspektif Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang dengan metode penelitian hukum normatif disimpulkan: 1. Regulasi harga dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 diterapkan pada layanan transportasi *online* 2. Kajian tentang penetapan harga pada transportasi *online* dalam kaitannya dengan keadilan dan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

Kata Kunci: Transportas *Online*, Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, kemajuan perkembangan teknologi dan informasi terjadi dengan sangat cepat. Perkembangan di bidang transportasi mengalami perubahan yang signifikan dengan hadirnya layanan transportasi online dalam bentuk aplikasi, aplikasi layanan transportasi *online* sangat mudah digunakan sehingga berdampak pada layanan transportasi lainnya. Oleh karena

itu, tujuan pembahasan ini dilakukan guna mengetahui bagaimana persaingan usaha yang ada di dalamnya, termasuk antara pelaku usaha jasa transportasi *online* dengan pelaku usaha transportasi biasa (konvensional). Beberapa penyedia layanan transportasi online di Indonesia antara lain *Uber*, *Grab*, *Go-jek*, *In-driver*, dan lain-lain. Pelayanan yang diberikan oleh jasa transportasi online tidak hanya berupa jasa transportasi saja, namun menawarkan jasa

pesan antar makanan, jasa belanja *online*, dan jasa pengantaran paket.¹

Persaingan bisnis antara jasa transportasi *online* dengan jasa transportasi (konvensional) menyebabkan persaingan usaha tidak sehat. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif karena penulis membahas persaingan bisnis antara keduanya dengan melakukan analisis. Pendekatan penelitian yang digunakan penulis dalam jurnal ini adalah dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan.

Mengingat zaman terus berkembang sehingga bagian transportasi pun tidak ingin ketinggalan zaman. Penyedia jasa ojek *daring* ini secara tiba-tiba banyak diminati oleh masyarakat. Semakin hari aplikasi ojek ini semakin banyak diminati masyarakat yang menyebabkan persaingan antara perusahaan menjadi semakin intens.² Ojek sudah menjadi kebutuhan pokok warga perkotaan saat ingin untuk menerobos kemacetan.

Effendy Choirie menyatakan bahwa dalam bidang perekonomian, sebagaimana diamanatkan Undang-Undang 1945 yang mengkehendaki kemakmuran masyarakat secara merata, bukan kemakmuran secara individu. secara

yuridis, melalui Norma hukum dasar (*stategerundgezet*) Sistem perekonomian yang di inginkan adalah sistem yang menggunakan prinsip keseimbangan, keselarasan, serta memberikan kesempatan usaha bersama bagi setiap warga negara Secara tegas, Pasal 33 Undang-Undang 1945 merupakan konsep dasar dari perekonomian nasional yang menurut Mohammad Hatta berdasarkan sosiologi kooperatif.

Secara sosio ekonomi, Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah dalam rangka untuk menciptakan landasan ekonomi yang kuat untuk menciptakan perekonomian yang efisien dan bebas dari pasar. Dalam kajian ekonomi di pahami bahwa strategi ekonomi pembangunan pada saat tersebut lebih berorientasi pada pertumbuhan, antara lain menggunakan strategi substitusi impor dalam dunia bisnis, persaingan antar pelaku bisnis merupakan hal yang lumrah. Pelaku usaha yang melakukan persaingan usaha yang sehat akan memberikan dampak positif terhadap jalannya persaingan antar pelaku usaha lainnya.³

Banyak kasus praktik Monopoli yang akan terjadi karena ketidak seimbangan pasar paket internet tersebut. Banyak

¹ A. Effendi Choirie, 2003, *Privatisasi Versus Neo, Sosialisme Indonesia*, dalam Mustafa Kamal Rokan, Pustaka LP3ES, Jakarta, hal.100

² Elvina, Magdalena, 2016, *Sikap Masyarakat Jakarta Pengguna Aplikasi Grab Terhadap Brand Baru Grab*, Jurnal E-Komunikasi 4, No. 1

³ Effendi, B, 2020, *Pengawasan dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) oleh Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (KPPU) dalam Praktek Usaha Tidak Sehat*, Syiah Kuala Law Journal 4, hal. 21-32

faktor yang menyebabkan pelaku usaha melakukan praktik Monopoli salah satunya dikarenakan kurangnya pengawasan peraturan pemerintah. Beberapa peraturan atau perundang-undangan secara langsung menyebabkan terjadinya pasar Monopoli untuk jenis barang atau jasa tertentu. Praktik yang terjadi dengan adanya Kegiatan penjualan paket internet tersebut adalah praktik Jual Rugi (*Predatory Pricing*), Jual rugi (*Predatory Pricing*) merupakan salah kegiatan yang dilarang secara *Rule of Reason* yang memungkinkan pengadilan mempertimbangkan faktor-faktor kompetitif dan menetapkan layak atau tidaknya suatu hambatan perdagangan.

Artinya untuk mengetahui apakah hambatan tersebut bersifat mencampuri, mempengaruhi, atau bahkan menghambat proses persaingan. Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktik Monopoli dan persaingan usaha tidak sehat menegaskan bahwa demokrasi ekonomi dibidang ekonomi menghendaki adanya kesempatan yang sama bagi semua warga negara untuk berpartisipasi dalam proses produksi dan jasa dengan cara yang sehat, efektif dan efisien untuk berpartisipasi. Iklim bisnis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan berfungsi ekonomi pasar secara normal.

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan ruang lingkup penelitian maka permasalahan yang diangkat dalam tulisan ini adalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana pengaturan penetapan harga dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dalam kaitannya dengan transportasi *online*?
- 2) Bagaimana kajian tentang penetapan harga pada transportasi *online* dalam kaitannya dengan keadilan dan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999?

C. Ruang Lingkup dan Tujuan Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup peningkatan harga oleh transportasi online dalam spektif Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 di Indonesia adalah Undang-Undang tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam konteks peningkatan harga oleh transportasi *online*, Undang-Undang ini dapat menjadi acuan untuk mengatur pratik-pratik yang mungkin melanggar prinsip persaingan usaha yang sehat.

Peningkatan harga oleh transportasi online dapat mencakup berbagai praktik seperti penentuan harga yang tidak transparan, penyalahgunaan posisi

dominan dalam pasar atau praktik Monopoli yang merugikan konsumen undang-undang tersebut memberikan landasan bagi pemerintah untuk mengawasi dan mengatur praktik-praktik yang dapat merugikan konsumen dan menghambat persaingan usaha yang sehat.

2. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menggambarkan tentang:

- a. Pengaturan penetapan harga dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dalam kaitannya dengan transportasi *online*.
- b. Kajian tentang penetapan harga dalam kaitannya dengan keadilan dan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

D. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian Normatif yaitu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi.

⁴Penelitian hukum Normatif lebih fokus pada lingkup konsepsi hukum, asas hukum, dan kaidah hukum. Dapat disimpulkan berdasarkan doktrin yang ada, bahwa penelitian hukum Normatif adalah jenis metodologi penelitian hukum yang mendasarkan analisisnya pada peraturan

perundang-undangan yang berlaku dan relevan dengan permasalahan hukum yang menjadi fokus penelitian.

Dilihat dari segi sifatnya, penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yaitu suatu metode untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Penetapan Harga

1. Strategi Penetapan Harga

Strategi berasal dari *Strategia* yang berasal dari kata *stragos* yang berarti militer dan *ag* yang artinya memimpin. Strategi dalam konteks awalnya ini diartikan sebagai *generalship* atau yang dikerjakan oleh para jendral dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan peperangan. Strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tersebut. Istilah strategi selalu dikaitkan dengan arah, tujuan, dan kegiatan jangka panjang. Dalam kamus militer, istilah strategi ini berkaitan erat dengan upaya mencapai keunggulan dengan tujuan untuk bertahan sepanjang waktu dengan memiliki wawasan yang sangat panjang

⁴ Zainuddin, Ali, 2009, *Metodelogi Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, hal. 175

yang menyeluruh.⁵

Strategi merupakan kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Strategi bisa memberikan sebuah pengarahan yang jelas bagi semua anggota organisasi. Apabila konsep strategi tidak jelas, maka bisa berpengaruh kepada keputusan yang diambil. Keputusan akan bersifat subjektif atau berdasarkan intuisi belaka dan mengabaikan keputusan yang lain.⁶

B. Transportasi Online

1. Pengertian Transportasi Online

Kata *transportation* diartikan oleh Black Law Dictionary sebagai *the removal of goods or persons from one place to another by a carrier*, dalam bahasa Indonesia lebih kurang diartikan sebagai perpindahan barang atau orang dari satu tempat ke tempat lain dengan menggunakan kendaraan. Kata selanjutnya adalah kata online yang dalam bahasa Indonesia sering diterjemahkan sebagai —dalam jaringan, atau yang lebih dikenal dalam singkatan „daring“. Pengertian online adalah keadaan komputer yang terkoneksi atau terhubung ke jaringan internet.⁷

Pengertian transportasi online adalah

pelayana jasa transportasi yang berbasis internet dalam setiap kegiatan transaksinya, mulai dari pemesanan, pemantauan jalur, pembayaran dan penilaian terhadap pelayanan jasa itu sendiri.

C. Persaingan Usaha Tidak Sehat

Usaha dalam kehidupan sehari-hari merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang untuk mencakup kebutuhan hidupnya. Usaha didefinisikan sebagai sebuah kegiatan atau aktivitas yang mengalokasikan sumber-sumber daya yang dimiliki dalam kegiatan produksi yang menghasilkan barang dan jasa yang bisa dipasarkan kepada konsumen supaya memperoleh keuntungan.⁸

Persaingan usaha merupakan hal yang paling menjadi perhatian dalam konteks dunia usaha. Sebuah praktek Monopoli bisa jadi masalah dalam dunia usaha sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan implikasinya adalah tidak kompetitifnya pasar sehingga menyebabkan melemahnya daya saing pelaku usaha.

Seseorang yang menjalankan usahanya tentu saja mengalami berbagai macam persaingan dari para pesaingnya. Salah satunya dengan membangun kepercayaan dalam suatu hubungan jangka

⁵ Fandy Tjiptono, 2008, *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta, hal. 3

⁶ *Ibid.*, hal. 4

⁷ Setiani, Baiq. 2015 "Prinsip-Prinsip Pokok Pengelolaan Jasa Transportasi Udara.", Jurnal Ilmiah WIDYA, hal.104

⁸ Suwinto Johan, 2011, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, Graha Ilmu, Yogyakarta, hal.6-7.

panjang antara penjual dengan pembelinya. Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.¹³

Dengan demikian persaingan usaha merupakan rivalitas yang terjadi antara para pelaku usaha untuk dapat memperoleh konsumen dengan menawarkan barang/jasa yang berkualitas baik dengan harga yang baik pula.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Regulasi Harga Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 diterapkan Pada Layanan Transportasi *Online*

Pasal 1 Nomor 5 Tahun 1999 Penetapan Harga Transportasi *Online*

Bersaing diantara pelaku pebisnis merupakan hal yang biasa. Dalam pengertian umum, persaingan diartikan sebagai suatu kegiatan untuk mendapatkan keuntungan tanpa harus bersusah payah melakukan kegiatan usaha bisnis. Persaingan dalam konteks pemasaran seperti dikemukakan oleh Kotler dan Porter adalah situasi perusahaan bidang produk atau jasa tertentu berusaha mengedepankan keunggulannya masing-masing,

berdasarkan peraturan atau bahkan tanpa peraturan tertentu untuk mendapatkan pelanggan.⁹ Maksudnya bisnis ialah sebuah kegiatan yang diciptakan untuk melakukan kegiatan ekonomi seperti produksi dan penjualan barang ataupun jasa yang mana nantinya akan mendapatkan keuntungan tetapi bisa juga berujung kerugian. Dalam kegiatan bisnis, kondisi lingkungan mencerminkan tingkat produksi dan konsumsi tertentu, dan pada akhirnya berdampak langsung pada penerimaan dan pengeluaran kondisi perusahaan. Dampak lingkungan bisnis terhadap kinerja perusahaan menggambarkan nilai bisnis itu sendiri.¹⁰

Pasal 1 UU Nomor 5 Tahun 1999 menjelaskan apa yang dimaksud dengan persaingan tidak sehat, persaingan tidak sehat adalah persaingan yang dilakukan secara tidak jujur yang dilakukan oleh para pengusaha bidang apapun itu. Sesuai dengan ketentuan dalam pasal 11 UU Nomor 5 Tahun 1999 yang menetapkan bahwa adanya larangan untuk para pengusaha melakukan sebuah perjanjian dengan pesaingnya

⁹ Zain, Bilqis Nabila, 2017 "*Analisis Swot Sebagai Perumusuan Strategi Competitive Advantage (Studi pada Dealer Yamaha Mekar Motor*" Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom, hal.1.

¹⁰ Juliyani, Erly, 2016, "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam." *Jurnal Ummul Qura* 7 no.1, hal.63-74.

untuk melakukan penetapan harga karena itu sama dengan melakukan suatu praktik monopoli dan masuk keindikasi bahwa perusahaan tersebut melakukan persaingan yang tidak sehat dalam berbisnis.

Salah satu bentuk persaingan yang tidak sehat yaitu adanya suatu *predatory pricing* dalam sebuah persaingan. Praktik *predatory pricing* adalah strategi penetapan harga di mana harga yang ditetapkan atas suatu produk atau layanan menjadi rendah dari harga pasaran industri dengan tujuan untuk menjangkau pelanggan baru, menyingkirkan pesaing, atau menciptakan hambatan bagi para pesaing.¹¹

Dalam literatur ilmu ekonomi, perilaku penetapan harga (*price fixing*) antara perusahaan yang sedang bersaing di pasar merupakan salah satu dari bentuk kolusi. Kolusi merujuk pada situasi dimana perusahaan-perusahaan yang ada di pasar melakukan koordinasi atas tindakan-tindakan mereka yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang lebih tinggi.¹²

Koordinasi di dalam kolusi tersebut digunakan untuk menyepakati beberapa hal, diantaranya:

1. Kesepakatan penetapan harga tertentu yang lebih tinggi dari harga yang diperoleh melalui mekanisme persaingan;
2. Kesepakatan penetapan kuantitas tertentu yang lebih rendah dari kuantitas dalam situasi persaingan;
3. Kesepakatan pembagian pasar.

Dalam kondisi persaingan, penetapan harga merupakan konsekuensi dari penetapan jumlah produksi atau output. Output yang diproduksi oleh perusahaan ditentukan pada tingkat tertentu sedemikian sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan yang maksimum. Pencapaian keuntungan yang maksimum ini didasarkan atas biaya produksi perusahaan dan kondisi permintaan. Dalam terminologi ilmu ekonomi, kondisi ini akan tercapai pada saat tambahan penjualan dari satu *unit output* sama dengan tambahan biaya untuk memproduksi satu unit output tersebut.

Dengan demikian perusahaan yang mampu memproduksi secara lebih efisien akan mampu menetapkan harga yang lebih rendah dari para pesaingnya.

Dengan adanya persaingan dalam hal efisiensi biaya produksi, maka harga di pasar akan terdorong untuk turun.

¹¹Mada, IDwGd Riski Mada, A.A Sri Indrawati, 2013, "Praktik Jual Rugi (*Predatory Pricing*) Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha" *Kertha Semaya, Jurnal Ilmu Hukum* 1, No. 6. hal.1-5.

¹² Pasigai, Muhammad Aris, 2009 "Pentingnya Konsep dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis." *Jurnal Ekonomi Balance* 5, no. 1. hal.51-56.

Dengan turunnya harga di pasar, maka tingkat keuntungan perusahaan-perusahaan yang bersaing di pasar juga akan turun. Penurunan keuntungan ini memotivasi perusahaan-perusahaan di pasar untuk bersepakat tidak melakukan persaingan harga.

Oleh karena itu perusahaan-perusahaan yang ada di pasar kemudian melakukan kesepakatan untuk menentukan harga jual barang dan atau jasa mereka pada tingkat tertentu (yang jauh diatas biaya produksi) untuk mempertahankan atau meningkatkan keuntungan bersama. Keuntungan yang diperoleh perusahaan yang mengikuti kesepakatan ini akan lebih tinggi dibanding keuntungan yang diperoleh pada saat bersaing.¹³

2. Rasionalitas Pelarangan Penetapan Harga

Penetapan harga merupakan salah satu bentuk pelanggaran terhadap hukum persaingan karena perilaku kesepakatan penetapan harga akan secara langsung menghilangkan persaingan yang seharusnya terjadi diantara perusahaan-perusahaan yang ada di pasar. Dalam kondisi persaingan, harga akan terdorong turun mendekati biaya produksi dan jumlah produksi di pasar juga akan

meningkat.

Ketika harga bergerak turun mendekati biaya produksi maka pasar akan menjadi lebih efisien sehingga kesejahteraan pun akan meningkat (*welfare improvement*). Namun ketika perusahaan-perusahaan melakukan kesepakatan penetapan harga, maka harga akan naik jauh diatas biaya produksi. Kenaikan harga ini diperoleh dengan cara membatasi output masing-masing perusahaan yang bersepakat. Kenaikan harga dan penurunan produksi ini akan menurunkan kesejahteraan konsumen (*consumer loss*) karena konsumen harus membayar barang dan atau jasa dengan harga yang lebih tinggi dengan jumlah yang lebih sedikit.

Selain itu, kesejahteraan di pasar juga akan turun (*welfare loss*) karena berkurangnya jumlah barang dan atau jasa yang ada di pasar. Oleh karena itu, hilangnya persaingan akibat penetapan harga ini jelas melanggar hukum persaingan karena merugikan konsumen dan perekonomian secara keseluruhan.

3. Aturan Pelarangan Penetapan Harga

Pasal 5 ayat (1) UU Nomor 5 Tahun 1999

Dalam ayat 1 pasal 5 UU Nomor 5 Tahun 1999, dinyatakan bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan

¹³ Kuncoro, Mudrajat, 2005, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Erlangga, Jakarta, hal.86.

atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama. Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan terkait dengan pernyataan tersebut:

1). Perjanjian Penetapan Harga.

Sesuai dengan konsep yang diutarakan sebelumnya, penetapan harga merupakan salah satu bentuk kesepakatan dari kolusi. Dengan demikian penetapan harga yang dilarang sesuai dengan pasal 5 UU Nomor 5 Tahun 1999 adalah penetapan harga yang berasal dari suatu perjanjian. Tanpa adanya perjanjian, maka kesamaan harga yang ditetapkan oleh suatu perusahaan dan perusahaan lain tidak dapat dikatakan melanggar pasal 5 UU Nomor 5 Tahun 1999.

2). Antara Pelaku Usaha dengan Pelaku Usaha Pesaingnya.

Kolusi merupakan bentuk peniadaan persaingan antara perusahaan-perusahaan yang ada di pasar. Tanpa adanya kolusi, perusahaan-perusahaan tersebut merupakan pesaing atau kompetitor bagi perusahaan lainnya. Perusahaan yang bersaing adalah perusahaan yang memproduksi barang pengganti terdekat (*close substitute*) dari produksi perusahaan lain. Pasar bersangkutan menunjukkan batas atau cakupan dari

tingkat substitusi dari barang yang diproduksi oleh perusahaan. Oleh karena itu, pelanggaran pasal 5 UU Nomor 5 Tahun 1999 hanya terjadi jika terdapat perjanjian penetapan harga antara pelaku-pelaku usaha yang berada di dalam pasar bersangkutan yang sama.

3). Harga yang dibayar oleh Konsumen atau Pelanggan.

Dalam ayat (1) dinyatakan bahwa pelaku usaha dilarang melakukan perjanjian penetapan harga atas suatu barang dan atau jasa. Penetapan harga yang dimaksud di sini tidak hanya penetapan harga akhir, melainkan juga perjanjian atas struktur atau skema harga. Karena di dalam ayat tersebut, penetapan harga tidak berarti penetapan harga yang sama. Misalkan ketika perusahaan-perusahaan yang berkolusi memiliki produksi dengan berbagai kelas yang berbeda, maka kesepakatan harga dapat berupa kesepakatan atas margin (selisih antara harga dengan biaya produksi). Akibatnya harga yang ada di pasar bisa berbeda-beda untuk perusahaan dengan kelas produksi yang berbeda, namun margin yang diperoleh perusahaan-perusahaan di pasar akan sama. Secara umum bentuk-bentuk penetapan harga yang termasuk ke dalam aturan pelanggaran pasal 5 UU Nomor 5 Tahun 1999 adalah berikut ini (namun

¹⁴ Pribadi, Denny Slamet, 2020 "Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat ditinjau dari Hukum Bisnis." *Jurnal Aplikasi Manajemen* 6, no. 3, hal.418-423.

tidak terbatas pada):¹⁵

- a. Kesepakatan menaikkan atau menurunkan harga;
- b. Kesepakatan memakai suatu formula standart sebagai dasar perhitungan harga;
- c. Kesepakatan memelihara suatu perbandingan tetap antara harga yang dipersaingkan dengan suatu produk tertentu;
- d. Kesepakatan meniadakan diskon atau membuat keseragaman diskon;
- e. Kesepakatan persyaratan pemberian kredit kepada konsumen;
- f. Kesepakatan meniadakan produk yang ditawarkan dengan harga murah di pasar sehingga membatasi pasokan dan memelihara harga tinggi.
- g. Persetujuan kepatuhan pada harga yang diumumkan;
- h. Kesepakatan tidak menjual bila harga yang disetujui tidak dipenuhi;
- i. Kesepakatan menggunakan harga yang seragam sebagai langkah awal untuk negosiasi;

B. Kajian Penetapan Harga Pada Transportasi *Online* Dalam Kaitannya dengan Keadilan dan Kesejahteraan Masyarakat Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999

Transportasi *online* mencakup berbagai layanan yang memungkinkan pengguna untuk memesan dan menggunakan transportasi melalui platform digital. Beberapa contoh yang termasuk transportasi *online* ialah sebagai berikut:

- 1) *Ride-sharing* (Berbagi Perjalanan), seperti *Uber*, *Lyft*, *Grab*, *Ola* dan *Gojek*.
- 2) Penyewaan Kendaraan atau *Car-sharing services* seperti *Zipcar* atau *Turo*.
- 3) Sewa Skuter dan Sepeda, seperti Layanan seperti *Lime*, *Bird*, dan *Ofo*.
- 4) Angkutan Umum *Online*, seperti transaksi tiket atau kartu transportasi umum melalui aplikasi.
- 5) Transportasi *Online*, seperti jasa taksi yang dapat dipesan melalui aplikasi misalnya *Uber Taxi*.
- 6) Pemesanan Taksi Tradisional, melalui aplikasi yang memungkinkan pemesanan taksi konvensional.

¹⁵ Apriana, I. Putu Fajar, and Retno Murni, "Kegiatan Jual Rugi Dalam Persaingan Usaha: Suatu Kajian Yuridis." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 8, no. 2, hal.78-92.

Contoh-contoh di atas memiliki dampaknya bagi kehidupan sehari-hari khususnya bagi masyarakat. Transportasi *online* memiliki dampak positif dan negatif dalam kehidupan sehari-hari. Transportasi *online* telah meningkatkan kehidupan sehari-hari secara signifikan dengan menyediakan pilihan transportasi yang lebih cepat, mudah diakses, dan seringkali juga lebih terjangkau. Manusia pada umumnya bermasyarakat dan berusaha hidup selaras satu sama lain dalam tatanan kegiatan sosial yang memerlukan interaksi antara sesama, baik dalam ruang terbatas maupun jarak jauh. Oleh karena itu, sistem transportasi menyediakan berbagai kemudahan untuk meningkatkan kebutuhan hubungan sosial.¹⁶

Penetapan regulasi harga oleh layanan transportasi *online* dalam konteks Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat memiliki dampak yang signifikan terhadap keadilan dan kesejahteraan masyarakat. Dampak tersebut yakni :

1. Persaingan Sehat

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 memastikan bahwa tidak ada perusahaan yang bisa memonopoli pasar atau melakukan praktik-praktik yang

menghambat persaingan sehat. Dalam konteks transportasi *online*.¹⁷

- Keadilan bagi Pelaku Usaha Kecil dan Baru: Pelaku usaha baru dan kecil mendapatkan kesempatan yang sama untuk bersaing di pasar.
- Inovasi dan Peningkatan Layanan: Persaingan sehat memacu inovasi dan peningkatan kualitas layanan.

2. Harga yang Wajar

Regulasi yang mencegah praktik harga yang tidak adil (seperti penetapan harga terlalu tinggi atau terlalu rendah) memastikan bahwa:

- Aksesibilitas Layanan: Harga yang wajar membuat layanan transportasi *online* lebih terjangkau bagi berbagai lapisan masyarakat, meningkatkan aksesibilitas dan mobilitas.
- Kesejahteraan Konsumen: Konsumen mendapatkan harga yang kompetitif, yang berarti mereka tidak perlu membayar lebih dari yang seharusnya. Ini berdampak langsung pada kesejahteraan ekonomi konsumen.

3. Perlindungan Terhadap Pekerja

Penerapan regulasi harga juga memiliki dampak pada pengemudi dan

¹⁶ Prof. Ir. Joetata Hadihardaja., dkk. 1997. *Sistem Transportasi*. Jakarta : Penerbit Gunadarma.

¹⁷ Siswantoro, D., & Siswantoro, W. 2019. *The Competitive Advantage of Toyota: A Review of the Literature*. International Journal of Scientific and Technology Research, 8(12), hal. 1711.

pekerja dalam ekosistem transportasi online:

- Pendapatan yang Adil: Dengan mencegah harga yang terlalu rendah, pengemudi mendapatkan pendapatan yang layak.
- Kesejahteraan Pekerja: Perlindungan pendapatan pengemudi dan pekerja lainnya berkontribusi pada kesejahteraan mereka dan keluarganya, menciptakan lingkungan kerja yang lebih adil dan stabil.¹⁸

4. Pengurangan Praktik Anti-Persaingan
Implementasi regulasi sesuai dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 membantu mengurangi berbagai praktik anti-persaingan, seperti:

- Kartel Harga: Menghindari kesepakatan antara perusahaan untuk menetapkan harga tertentu yang merugikan konsumen.
- Diskriminasi Harga: Mencegah diskriminasi harga yang bisa merugikan konsumen tertentu atau pelaku usaha lainnya.

5. Transparansi dan Kepercayaan Pasar
Regulasi yang adil dan penerapan yang transparan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pasar transportasi *online*:

- Kepercayaan Konsumen: Konsumen merasa lebih aman dan percaya bahwa harga yang mereka bayar adalah hasil dari mekanisme pasar yang adil dan bersaing.
- Investasi dan Pertumbuhan: Kepercayaan terhadap pasar yang adil dan teratur menarik lebih banyak investasi, yang pada gilirannya mendukung pertumbuhan ekonomi.

6. Efisiensi Ekonomi

Dengan mencegah praktik-praktik yang merugikan persaingan, regulasi harga mendukung efisiensi ekonomi:

- Optimalisasi Sumber Daya: Pasar yang kompetitif mendorong pelaku usaha untuk menggunakan sumber daya mereka dengan lebih efisien.
- Harga Pasar yang Sesuai: Harga yang terbentuk lebih mencerminkan nilai sebenarnya dari layanan yang diberikan, mendorong alokasi sumber daya yang lebih efisien dalam perekonomian.

Meskipun transportasi *online* memiliki banyak kelebihan, namun ada beberapa kekurangan yang harus diperhatikan oleh masyarakat, seperti:¹⁹

¹⁸ Budi Kagramanto, 2013. *Mengenal Hukum Persaingan Usaha* (Berdasarkan UU No. 5 Tahun 1999), Surabaya: Laros, hal. 13

¹⁹ Mahargiono, P.B. Cahyono, K.E. 2017. "Kontroversi Transportasi Online sebagai Dasar Pembenahan fasilitas Layanan Penumpang bagi Pelaku Bisnis Trans-portasi di Surabaya,

- 1) Privasi dan Keamanan Isu:
Terdapat kekhawatiran mengenai privasi dan keselamatan pengguna, baik terkait dengan data pribadi yang disimpan platform atau keselamatan pengguna selama perjalanan.
- 2) Membantu Transportasi Umum:
Layanan transportasi *online* dapat melengkapi metode transportasi tradisional, sehingga berpotensi mengurangi kelelahan pengguna dan penundaan dalam pengoperasian sistem secara umum.
- 3) Kulintang pengemudi dan Isu Pekerjaan:
Meskipun menciptakan peluang kerja, terdapat permasalahan terkait kondisi kerja dan kebijakan karyawan, seperti tunjangan dan gaji.
- 4) Dampak terhadap Perekonomian Lokal:
Sebagian pendapatan yang dihasilkan oleh transportasi *online* dapat ditransfer dari komunitas lokal ke bisnis internasional, sehingga berdampak pada perekonomian lokal.
- 5) Perubahan Gender: Penggunaan transportasi *online* secara

bertanggung jawab dapat mengurangi kesenjangan sosial dan norma gender sehingga melahirkan norma sosial baru terkait aktivitas fisik dan sosial.

IV. PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Layanan transportasi internet telah melanggar Undang-Undang Persaingan Usaha Nomor 5 Tahun 1999. Grab, Uber, dan Go Car tidak lagi terlibat dalam persaingan komersial yang sah. Dibuktikan dengan berjalannya jasa transportasi online yang begitu pesat sehingga jasa transportasi konvensional telah ditinggalkan oleh masyarakat. Jenis layanan yang disediakan oleh jasa transportasi konvensional masih terbatas, layanan yang diberikan hanya berupa ojek motor atau taksi.

Tarif yang diberikan oleh jasa transportasi konvensional juga tergantung pada jarak sesungguhnya di lapangan yakni berdasarkan jalan yang dilewati oleh pengemudi, maka dari itu tarif yang diberikan masih di atas tarif transportasi online. Adanya jasa transportasi online yang memberikan jenis layanan yang beragam seperti ojek motor atau mobil, jasa antar makanan, layanan belanja

online, antar paket dan jasa yang lain. Tarif yang diberikan oleh jasa transportasi online lebih murah karena tarif telah ditetapkan sesuai aplikasi yang dihitung dari garis lurus pada peta digital, hal ini berarti tarif yang diberikan berdasarkan jarak terdekat meskipun pengemudi menempuh dengan jalan yang jauh.

B. Saran

Perusahaan yang menyediakan layanan aplikasi harus fokus pada perspektif pelanggan. Pelanggan mungkin merasa dirugikan akibat manipulasi harga perusahaan pada jam sibuk, ketika tarif naik dan pelanggan akan merasa tertipu. sehingga pelaksanaan bisnis menjadi tidak seimbang. Untuk melindungi pelanggan dari fluktuasi harga pada waktu tertentu, akan lebih baik jika bisnis menetapkan harga tetap. Adanya jasa transportasi online telah mendominasi pasar transportasi baik angkutan umum maupun taksi.

Dari adanya pernyataan yang ada sebaiknya pihak pengemudi jasa transportasi konvensional tidak melakukan pembagian wilayah terhadap jasa transportasi online. Mengingat tidak ada peraturan perundang-undangan yang memperbolehkan pembagian wilayah tersebut atau justru terdapat undang-undang yang melarang kegiatan pembagian wilayah. Persaingan bisnis

transportasi online harus terus diwaspadai oleh pemerintah. Aturan yang telah ditetapkan harus dipatuhi secara ketat agar apabila terjadi pelanggaran, pelaku usaha dapat menghadapi sanksi yang membuat jera pihak lain.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Effendi Choirie, 2003, *Privatisasi Versus Neo, Sosialisme Indonesia*, dalam Mustafa Kamal Rokan, Pustaka LP3ES, Jakarta.
- Andi Fahmi Iubis, Anna Maria Anggraini, dkk., 2009, *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks dan Konteks*, ROV Creative Media, Jakarta.
- Anggaraini Dini, 2013, "Studi Tentang Perilaku Pengendara Kendaraan Bermotor di Kota Samarinda." e-Journal Sosiatri-Sosiologi.
- Apriana, I. Putu Fajar, and Retno Murni, "Kegiatan Jual Rugi Dalam Persaingan Usaha: Suatu Kajian Yuridis." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 8, No. 2.
- Ari Setyaningrum, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Wali Press, Jakarta.
- Arif Yusuf Hamali, 2004, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, Insan Media, Jakarta.
- Azizah, 2020, *Hukum Persaingan Usaha dalam Pendekatan Normatif dan Empiris*, Intelegensia Media, Malang.
-, *Perspektif Pengembangan Analisis Pendekatan Struktur dalam Perjanjian Penetapan Harga*. (2020) Diakses dari <http://scholar.google.com/citations?v>

- [iew_op=view_citation&hl=en&user=MY36czcAAAAJ&citation_for_view=MY36czcAAAAJ:hMod-77fHWUC](#)
- Buchari Alam, 2016, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Budi Kagramanto, 2013. *Mengenal Hukum Persaingan Usaha* (Berdasarkan UU No. 5 Tahun 1999), Surabaya: Laros.
- Effendi, B, 2020, *Pengawasan dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) oleh Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (KPPU) dalam Praktek Usaha Tidak Sehat*, Syiah Kuala Law Journal 4.
- Elvina, Magdalena, 2016, *Sikap Masyarakat Jakarta Pengguna Aplikasi Grab Terhadap Brand Baru Grab*, Jurnal E-Komunikasi 4, No. 1
- Fandy Tjiptono, 2008, *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Gunawan, Steven, 2017 “*Persepsi Konsumen Atas Layanan Grab Car di Surabaya.*” *Agora* 5.2
- Ir. Joetata Hadihardaja., dkk. 1997. *Sistem Transportasi*. Penerbit Gunadarma. Jakarta.
- Ismawan, Dian Ranu, and Aminah Suradi.”*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penggunaan Taksi Uber Ditinjau dari UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.*” *Diponegoro Law Journal* 5.2 (2016): 1-12.
- Kuncoro, Mudrajad, 2005, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Erlangga, Jakarta.
- Lanny Kusumawati, 2007, *Hukum Persaingan Usaha*, Laros, Sidoarjo.
- Mada, IDwGd Riski Mada, A.A Sri Indrawati, 2013, “*Praktik Jual Rugi (Predatory Pricing) Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha*”*Kertha Semaya, Jurnal Ilmu Hukum* 1, No. 6.
- Mahargiono, P.B. Cahyono, K.E. 2017. “*Kontroversi Transportasi Online sebagai Dasar Pembenahan fasilitas Layanan Penumpang bagi Pelaku Bisnis Trans-portasi di Surabaya*, (Online), (<http://unisbank.ac.id>, diakses 13 Desember 2023)
- Mahmud Mahfoedz, 2005, *Pengantar Pemasaran Modern*, Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, Yogyakarta.
- Ola, Melfa, dan Dwi Budianto, 2013, “*Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada Supermarket dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA).*” *Jurnal Optimasi Sistem Industri*.
- Pasigai, Muhammad Aris, 2009 “*Pentingnya Konsep dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis.*”*Jurnal Ekonomi Balance* 5, No. 1.
- Philip Kotler, 1999, *Manajemen Pemasaran*, Raja Wali Press, Jakarta.
- Pribadi, Denny Slamet, 2020, *Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat ditinjau dari Hukum Bisnis*, Jurnal Aplikasi Manajemen 6, No.3.

- Rachmadi Usman, 2013, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Rozalinda, 2014, *Ekonomi Islam*, Rajawali Press, Jakarta.
- Septanto, Henri, 2013, "Ekonomi Kreatif dan Inovatif Berbasis TIK ala Go-Jek dan Grabbike." Bina Insani ICT Journal 3.1.
- Setiani, Baiq. 2015 "Prinsip-Prinsip Pokok Pengelolaan Jasa Transportasi Udara.", Jurnal Ilmiah Widya.
- Siswantoro, D., & Siswantoro, W. 2019. *The Competitive Advantage of Toyota: A Review of the Literature*. International Journal of Scientific and Technology Research, 8(12).
- Soerjono Suekanto, Sri Mamudi, 2001, Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat.
- Supianto, 2013, *Pendekatan Per se Illegal and Rule of Reason dalam Hukum Persaingan Usaha di Indonesia* Jurnal Rechtsens, Vol.2, No.1.
- Suwinto Johan, 2011, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Witdya Pangestika, *Jurnal Panduan Akuntansi*, 22 Oktober 2018
- Zainuddin, Ali, 2009, *Metodelogi Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Zain, Bilqis Nabila, 2017 "Analisis Swot Sebagai Perumusuan Strategi Competitive Advantage (Studi pada Dealer Yamaha Mekar Motor)" Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom.
- Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, <https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/users/4761/UU%2019%20Tahun%202016.pdf> diakses pada tanggal 03 Juni 2024.
- <http://www.ojekindonesia.net/2016/09/manfaat-yang-kita-dapat-dengan-adanya.html>. diakses pada hari Jumat, 6 Maret 2020, pukul 07.29 WIB.
- <https://www.grab.com/id/locations/>, diakses pada 07 Oktober 2020.
- <http://www.hukumprodeo.com/persaingan-usaha/>, *Persaingan Usaha*, diakses pada tanggal 28 September 2021.