



SKRIPSI

KETERKAITAN PROMO GOJEK DENGAN KONSEP *PREDATORY PRICING* DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA

The connection between gojek promotions and predatory pricing concept in business competition law perspective

Oleh :

YOLANDA EKA ERIYANTI

150710101217

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS HUKUM

2019



SKRIPSI

KETERKAITAN PROMO GOJEK DENGAN KONSEP *PREDATORY PRICING* DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA

The connection between gojek promotions and predatory pricing concept in business competition law perspective

Oleh :

YOLANDA EKA ERIYANTI

150710101217

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS HUKUM

2019

MOTTO

“persaingan yang tujuannya hanya untuk bersaing, untuk mengalahkan orang lain, tak pernah mendatangkan banyak manfaat ”¹



¹Henry ford, 1863-1947, *persaingan-yan- tujuannya-hanya-untuk-bersaing,-unutk mengalahkan-orang-lain,-tak-pernah-mendatangkan-banyak-manfaat*. <https://Henry ford,///kata-persaingan.html> diakses pada tanggal 20 februari 2019 pukul 19.00 WIB

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Puji Syukur atas rahmat Tuhan Yang Maha Esa,

Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk :

- 1. Ayahanda Heriyanto dan Ibunda Susiati yang telah menjadi inspirasi bagi penulis dalam menjalani hidup, yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, semangat, do'a, restu, serta segala pengorbanan yang tidak bisa dijelaskan dan tidak bisa dinilai oleh apapun;**
- 2. Almamater Fakultas Hukum Universitas Jember yang Penulis banggakan;**
- 3. Para guru TK Khadijah 117, SD Negeri 4 Kradenan, SMP Negeri 2 Tegalsari, SMA Negeri 1 Purwoharjo, serta Bapak/Ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Jember yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, wawasan, dan telah mendidik serta membimbing Penulis dengan penuh kesabaran sehingga Penulis dapat menyelesaikan Pendidikan hingga saat ini dengan baik dan lancar.**

PERSYARATAN GELAR

**KETERKAITAN PROMO GOJEK DENGAN KONSEP PREDATORY
PRICING DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA**

*The connection between gojek promotions and predatory pricing concept in
business competition law perspective*

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu
syarat untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Hukum (S1) dan
memperoleh gelar Sarjana Hukum**

**YOLANDA EKA ERIYANTI
NIM. 150710101217**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER**

FAKULTAS HUKUM

2019

PERSETUJUAN

SKRIPSI INI TELAH DI SETUJUI

Tanggal, 25 April 2019

Oleh:

Dosen Pembimbing Utama,

Ikarini Dani Widiyanti, S.H., M.H.
NIP. 197306271997022001

Dosen Pembimbing Anggota,

Dr. Rahmadi Indra Tektona, S.H., M.H.
NIP. 198010112008121001

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**Keterkaitan Promo Gojek Dengan Konsep Predatory Pricing Dalam Perspektif
Hukum Persaingan Usaha**

Oleh :

YOLANDA EKA ERIYANTI
NIM 150710101217

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Anggota

Ikarini Dani Widiyanti, S.H., M.H.
NIP. 197306271997022001

Dr. Rahmadi Indra Tektona, S.H., M.H.
NIP. 198010112008121001

Mengesahkan :

**Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi
Universitas Jember
Fakultas Hukum
Dekan**

Dr. Nurul Ghufron, S.H., M.H.
NIP. 197409221999031003

PENETAPAN PANITIA PENGUJI

Dipertahankan di hadapan panitia penguji:

Hari : Selasa

Tanggal : 14

Bulan : Mei

Tahun : 2019

Diterima Oleh Panitia Penguji Fakultas Hukum Universitas Jember

Panitia Penguji :

Ketua

Sekretaris

I Wayan Yasa, S.H., M.H.
NIP.196010061989021001

Iswi Hariyani, S.H., M.H.
NIP. 196212161988022001

Anggota Penguji,

Ikarini Dani Widiyanti, S.H., M.H.
NIP. 197306271997022001

.....

Dr. Rahmadi Indra Tektona, S.H.,M.H.
NIP. 198010112008121001

.....

PERNYATAAN

Saya sebagai penulis yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : YOLANDA EKA ERIYANTI

NIM : 150710101217

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul :

“Keterkaitan Promo Gojek dengan Konsep Predatory Pricing dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha” adalah benar-benar karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak lain serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 14 Mei 2019

Yang Menyatakan

Yolanda Eka Eriyanti

NIM 150710101217

UCAPAN TERIMKASIH

Pertama-tama saya panjatkan puji syukur kehadirat Allah Yang Maha Esa Pengasih lagi Maha Penyayang atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi dengan judul “ **Keterkaitan Promo Gojek dengan Konsep Predatory Pricing dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha**” ini dapat diselesaikan. Penulisan ini diajukan sebagai salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Strata Sati (S1) di Fakultas Hukum Universitas Negeri Jember.

Namun demikian, atas keterbatasan kemampuan dan bekal ilmu yang ada pada penulis pada saat penyusunan karya ilmiah ini, sehingga merupakan suatu keharusan bagi penulis untuk mengucapkan terimakasih secara khusus kepada yang terhormat :

1. Ibu Ikarini Dani Widiyanti, S.H.,M.H. selaku Dosen Pembimbing Utama (DPU) skripsi yang telah secara ikhlas dan sabar untuk memberikan nasihat serta ilmu yang bermanfaat hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini .
2. Dr. Rahmadi Indra Tektona, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing Anggota (DPA) yang senantiasa memberikan bimbingan dan konsultasi selama melaksanakan kuliah di Fakultas Hukum Universitas Jember.
3. Bapak I Wayan Yasa, S.H., M.H. selaku Ketua Penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji skripsi ini.
4. Ibu Iswi Hariyani, S.H., M.H. selaku Sekertaris Penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji skripsi ini.
5. Dr. H. Nurul Ghufron, S.H., M.H., Selaku Dekan Fakultas Hukum Universita Jember.
6. Dr. Dyah Ochtorina Susanti, S.H., M.Hum., selaku Wakil Dekan I, Bapak Echwan Iriyanto, S.H., M.H. selaku Wakil Dekan II, dan Dr. Aries Hariyanto, S.H., M.H. selaku Wakil Dekan III.
7. Prof. Dr. Dominikus Rato, S.H., M.Si., selaku Ketua Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Jember.

8. Dra. Tutik Patmiati M.H. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) di Fakultas Hukum Universitas Jember yang telah banyak membantu saya mulai dari mulai awal perkuliahan sampai akhir.
9. Seluruh Dosen Fakultas Hukum Universitas Jember, yang telah memberikan ilmu dan pelajaran hidup yang bermanfaat.
10. Seluruh Karyawan di Lingkungan Fakultas Hukum Universitas Jember, yang telah memberikan bantuan fasilitas dan layanan selama ini.
11. Orangtua saya, Ayahanda Heriyanto, dan Ibunda tercinta susiati yang tidak ada henti-hentinya memberikan semangat doa dan dukungan, kasih sayang yang tidak ada henti-hentinya bagi penulis dalam mencapai cita-cita untuk meraih hidup yang lebih baik, dan dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada Kakek Sadali dan Nenek Suratmi dan juga adik kandung saya Sindi Dwi Ayu Pradita dan Ayah Sudarman yang juga tiada hentinya selalu mendoakan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir dan kasih sayang yang diberikan
13. Sahabat-Sahabat penulis Rahmidiyan Mulya Safitri, Mieke Nouvice Rulendari, Dewi purbo Larasati, Dewi Masitoh, Novi Anjar Tari yang telah menemani selama masa perkuliahan dan memberi semangat selama penulis mengerjakan skripsi ini
14. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini

Tiada balas jasa yang dapat penulis berikan kecuali harapan semoga amal kebbaikannya mendapat imbalan dari Tuhan Yang Maha Esa penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan masyarakat pada umumnya.

Jember 14 Mei 2019

Penulis

RINGKASAN

Era modern seperti ini banyak mempergunakan teknologi komunikasi untuk mencari keuntungan khususnya dalam bidang usaha, salah satunya yaitu transportasi online yang di kembangkan oleh gojek. Namun pelaku usaha tidak boleh melakukan usaha tidak sehat khususnya praktik menetapkan harga di bawah pesaing lainnya, gojek memiliki banyak promo yang diterapkan seperti potongan harga, adanya voucher promo dan masi banyak lainnya. Penerapan sistem promo ini apakah bertentangan dengan konsep *predatory peicing* yaitu suatu bentuk penjualan atau pemasokan barang atau jasa dengan cara menetapkan harga di bawah rata-rata yang bertujuan untuk mematikan atau menyingkirkan pesaing usaha barang atau jasa lainnya. Dan dalam hal ini predatory pricing bertentangan dengan Pasal 20 Undang-Undang No 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Rumusan Masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) Apakah promo gojek tidak bertentangan dengan konsep jual rugi (*predatory pricing*) dalam hukum persaingan usaha? 2) Apa akibat hukum (*predatory pricing*) dalam perspektif hukum persaingan usaha?.

Metode penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif, artinya permasalahan yang diangkat dibahas dan diuraikan dalam penelitian ini difokuskan dengan menerapkan kaidah-kaidah atau norma-norma dalam hukum positif. Pendekatan masalah yang digunakan yaitu : Pendekatan Perundang-Undangan (*statue approach*) dan Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*). Dengan bahan hukum yang terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder dan bahan hukum normatif. Analisa bahan hukum yang digunakan yaitu seacara deduktif yaitu analisa yang dimulai dari hal yang bersifat umum dan menuju hal yang bersifat khusus.

Tinjauan pustaka dari skripsi ini membahas pertama mengenai konsep hukum, pengertian konsep hukum, peristiwa hukum, hubungan hukum, akibat hukum. Kedua mengenai persaingan usaha, pengertian persaingan usaha, jenis-jenis persaingan usaha, unsur-unsur persaingan usaha, asas dan tujuan persaingan usaha. Ketiga mengenai *predatory pricing*, pengertian *predatory pricing*, indikasi jual rugi, tujuan *predatory pricing*. Keempat mengenai pelaku usaha, pengertian pelaku usaha, hak dan kewajiban pelaku usaha. Kelima mengenai transportasi online, pengertian transportasi online, bentuk transportasi online, manfaat pengguna Gojek. Keenam mengenai promo, pengertian promo, tujuan promo, jenis-jenis promo.

Hasil penelitian dari pembahasan dalam skripsi ini mencakup yang pertama, yakni promo gojek tidak bertentangan dengan konsep jual rugi (*predatory pricing*) dalam hukum persaingan usaha adalah promo Gojek tidak bertentangan dengan konsep *predatory pricing* karena harus dibedakan antara kegiatan promosi dengan penerapan *predatory pricing* dalam kegiatan usaha. Kedua akibat hukum (*predatory pricing*) dalam perspektif hukum persaingan usaha adalah dapat dikenakan sanksi berupa sanksi administratif maupun berupa sanksi pidana pokok serta dapat pula dikenakan pidana tambahan.

Kesimpulan yang diperoleh yaitu, *pertama* promo Gojek tidak bertentangan dengan konsep *predatory pricing* dalam persaingan usaha, karena

harus dibedakan antara kegiatan promosi dalam kegiatan usaha dengan konsep *predatory pricing* yang dilarang dalam hukum persaingan usaha. Promosi sendiri merupakan program dari perusahaan berupa penawaran khusus dalam jangka pendek yang di rancang untuk memikat para konsumen yang terkait agar mengambil keputusan pembelian yang lebih cepat. Promosi penjualan merupakan kegiatan pendukung dari periklanan. Setelah melihat dan mendapatkan informasi dari iklan suatu produk, konsumen akan lebih tertarik dan mempercepat keputusan pembelian setelah mendapatkan penawaran khusus yang ditawarkan dari produk atau jasa tersebut. Dilihat dari aspek hukumnya promo tidak bertentangan dengan hukum selama tidak ada unsur-unsur yang sekiranya menyesatkan dan penipuan terhadap konsumen. Sedangkan *predatory pricing* merupakan kegiatan jual rugi yang mana pelaku usaha menerapkan harga yang sangat rendah dengan tujuan untuk menyingkirkan atau mematikan pesaingnya. Jadi antara promosi dengan konsep jual rugi (*predatory pricing*) memiliki tujuan yang berbeda sehingga tidak dapat dikaitkan antara keduanya. *Kedua* Akibat hukum dari *predatory pricing* yaitu dapat dikenakan sanksi berupa sanksi tindakan administratif maupun sanksi pidana. Dalam hal sanksi administratif sesuai 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. Serta dapat berupa sanksi pidana pokok dan pidana tambahan yang di atur dalam pasal 48 ayat (2) dan pasal 49 huruf a, b dan c. Yaitu berupa ancaman pidana denda serendah-rendahnya Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah), atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 5 (lima) bulan. Serta dapat dijatuhkan pidana tambahan berupa pencabutan izin usaha, atau larangan kepada pelaku usaha yang telah terbukti melakukan pelanggaran terhadap undang-undang, untuk menduduki jabatan direksi atau komisaris sekurang-kurangnya 2 (dua) tahun dan selama-lamanya 5 (lima) tahun, atau penghentian kegiatan atau tindakan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian pada pihak lain.

Saran dari penulis yaitu hendaknya bagi para pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya mengikuti aturan yang di tetapkan oleh undang-undang yang berlaku, baik dalam proses produksi, pemasaran maupun dalam pemberian promosi, serta perlu adanya informasi yang jelas dalam segala bentuk kegiatan usaha yang dijalankan baik yang menghasilkan produk maupun bergerak di bidang jasa agar konsumen mendapatkan haknya untuk mendapatkan informasi yang jelas. Serta mendukung program program untuk dapat terciptanya persaingan usaha yang sehat yang memberikan peluang dan kesempatan yang sama bagi semua pelaku usaha agar dapat terwujudnya demokrasi ekonomi.

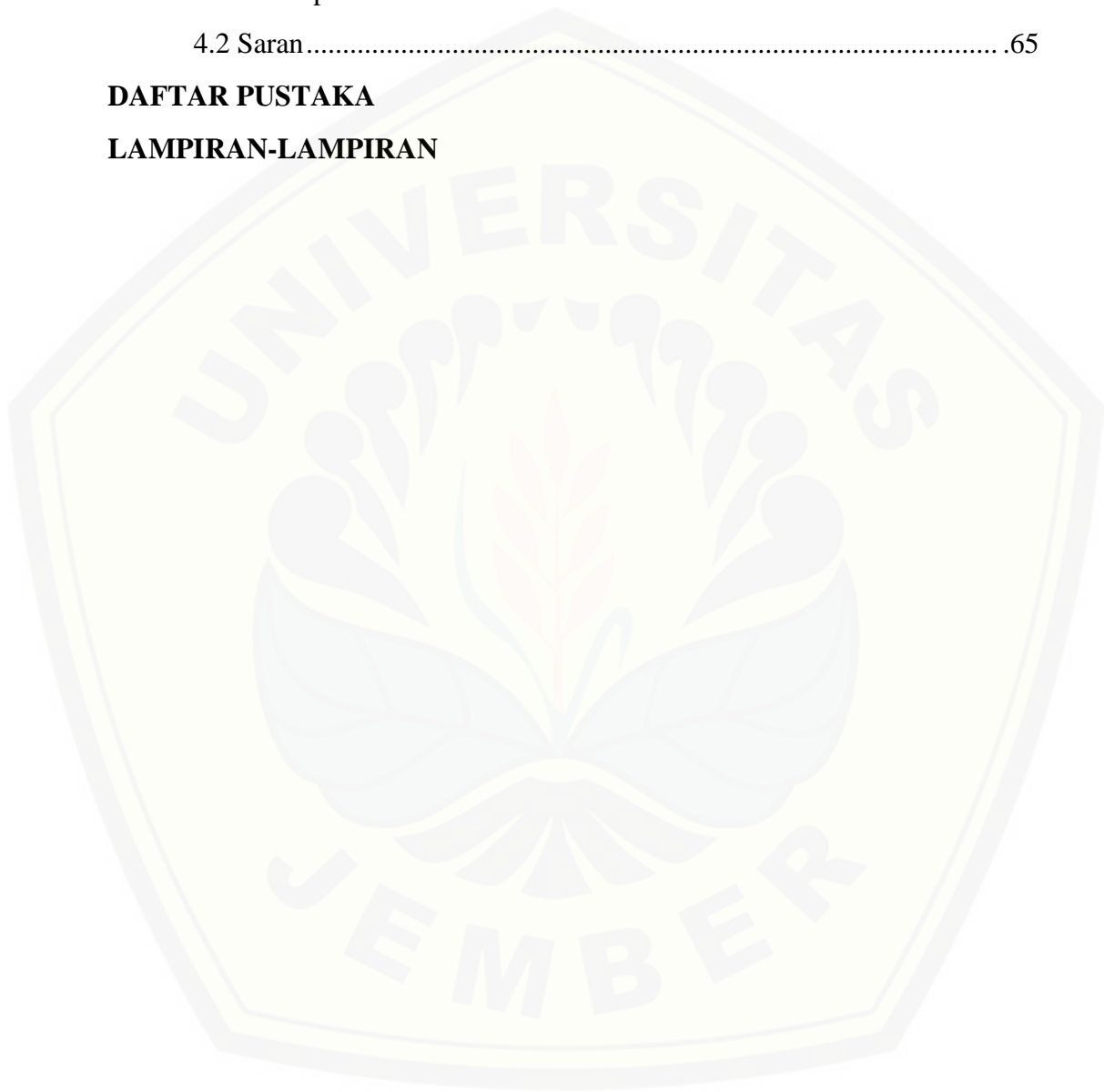
Hendaknya komisi pengawas persaingan usaha (KPPU) lebih aktif untuk menjalankan wewenangnya sebagai lembaga yang independen untuk melakukan penelitian tentang dugaan adanya kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat baik terhadap adanya laporan maupun inisiatif dari KPPU sendiri, agar dapat terlaksananya kegiatan ekonomi yang sehat.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PRASYARAT GELARv
HALAMAN PERSETUJUANvi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
HALAMAN PENETAPAN	viii
HALAMAN PERNYATAAN	ix
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH	x
HALAMAN RINGKASAN	xii
HALAMAN DAFTAR ISI	xiv
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.31. Tujuan Umum	4
1.3.2 Tujuan Khusus	4
1.4 Metode Penelitian	5
1.4.1 Tipe Penelitian	5
1.4.2 Pendekatan Penelitian	5
1.4.3 Bahan Hukum	6
1.4.3.1 Bahan Hukum Primer.....	7
1.4.3.2 Bahan Hukum Sekunder	7
1.4.3.3 Bahan Non Hukum.....	7
1.4.4 Analisa Bahan Hukum	8

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Konsep Hukum	9
2.1.1 Pengertian Konsep Hukum.....	9
2.1.2 Peristiwa Hukum	9
2.1.3 Hubungan Hukum.....	10
2.1.4 Akibat Hukum	11
2.2 Persaingan Usaha	12
2.2.1 Pengertian Persaingan Usaha.....	12
2.2.2 Jenis-Jenis Persaingan usaha	14
2.2.3 Unsur-Unsur Persaingan Usaha	16
2.2.4 Asas dan Tujuan persaingan usaha	18
2.3 <i>Predatory Pricing</i>	18
2.3.1 Pengertian <i>Predatory Pricing</i>	18
2.3.2 Indikasi Jual rugi	21
2.3.3 Tujuan <i>Predatory Pricing</i>	23
2.4. Pelaku Usaha	24
2.4.1 Pengertian Pelaku Usaha	24
2.4.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	25
2.5 Transportasi Online	26
2.5.1 Pengertian Transportasi Online	26
2.5.2 Bentuk Transportasi Online.....	28
2.5.3 Manfaat Penguuna Gojek	30
2.6 Promo	32
2.6.1 Pengertian Promo	32
2.6.2 Tujuan Promo	32
2.6.3 Jenis-Jenis Promo	33
BAB 3 PEMBAHASAN	35
3.1 Promo Gojek Tidak Bertentangan dengan Konsep Jual Rugi (<i>predatory pricing</i>) dalam Hukum Persaingan Usaha.....	35

3.2 Akibat Hukum (<i>predatory pricing</i>) dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha	53
BAB 4 PENUTUP	64
4.1 Kesimpulan.....	64
4.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada zaman yang semakin modern ini teknologi komunikasi dan informasi memiliki banyak keuntungan bagi masyarakat khususnya dalam bidang usaha, salah satunya yaitu transportasi online. Transportasi online saat ini sedang memicu reaksi masyarakat yang menggantungkan hidupnya pada layanan ini karena banyaknya kemudahan yang didapatkan oleh masyarakat.

Kemajuan komunikasi dan informasi membawa dampak yang sangat positif bagi warga masyarakat salah satunya dibidang transportasi yakni gojek, gojek ada sejak tahun 2010 di Indonesia, perusahaan yang di dirikan oleh Nadiem Makarim. Transportasi semakin berkembang mengikuti perkembangan zaman, pada zaman dahulu transportasi dapat berupa sepeda motor, sepeda, becak, dan lain-lain. Namun dalam perkembangannya transportasi memiliki kemajuan yang pesat dan modern, gojek di Jakarta ini berkembang dengan pesat khususnya di kota-kota, gojek sangatlah dibutuhkan.²

Aplikasi yang ada di dalam *smartphone* ini sangat membantu dan efisiensi bagi pengguna jasa layanan masyarakat dimudahkan akan adanya aplikasi ini cukup dengan cara *download* aplikasinya langsung tersedia. Adanya aplikasi ini pengguna jasa gojek cukup memilih pilihan yang ada di dalam aplikasi tersebut, dengan begitu akan dijemput secara langsung maka dalam hitungan menit pelaku jasa transportasi siap mengantarkan pesanan atau mengantarkan ke tempat tujuan. Transportasi *online* juga ini bisa mengatasi kemacetan terutama di kota-kota besar.

Perkembangan transportasi juga mencakup pada cara pemesanan dan pembayaran transaksi atas jasa transportasi. Dahulu pengguna jasa transportasi memesan via telpon dan harus menunggu lumayan lama, berbeda halnya dengan saat ini, masyarakat terutama di kota-kota besar sedang menggandrungi aplikasi yang ada di *smartphone*. Selain bisa menghemat waktu transportasi juga menghemat uang karena banyaknya promo yang ditawarkan.

²Heri Septanto, 2016, *Ekonomi kreatif dan inovatif berbasis TIK ala gojek dan grab* melalui, <http://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/BIICT/article/view/818> diakses pada tanggal 03 Oktober 2018 pukul 18.00 WIB

Pengguna jasa gojek sangat dimudahkan dengan beberapa alasan orang memilih gojek karena banyak penawaran keuntungan yang lebih murah semakin tingginya mobilitas dan banyaknya aktivitas masyarakat menyebabkan kebutuhan akan adanya suatu aplikasi yang dapat memudahkan dalam segala transaksi sehari-hari maka dengan seperti itu pengguna gojek sangatlah banyak kemajuan dalam berbisnis, gojek memiliki tujuan menciptakan suatu kepuasan bagi pengguna jasanya, di dalam aplikasi gojek pun masih banyak pilihan lainnya seperti *go food go send* dan lain-lain.³

Melalui aplikasi ini tidak hanya para penumpang saja yang diuntungkan pengendara pun diuntungkan adanya bisnis ini. Penumpang tidak perlu lagi takut akan tertipu dengan tarif yang tinggi karena biaya yang dibayar sudah tertera di aplikasi gojek yang telah disediakan. Teknologi ini membawa dampak positif dalam berbagai bidang adanya peluang ekonomi untuk masyarakat memberikan peluang bisnis yang sangat memadai antara pelaku usaha dengan konsumen.

Aplikasi ini sangat menguntungkan hampir tidak ada sisi negatif dari gojek, masyarakat dimudahkan dengan berbagai hal dengan banyaknya pengguna gojek membuat pelaku usaha mempunyai banyak ide-ide untuk menarik pelanggan salah satunya penerapan promo pada aplikasi gojek pelaku usaha harus mempunyai kemampuan untuk memahami dan memberikan nilai kepuasan sesuai harapan konsumen penerapan sistem promo pada aplikasi gojek sangatlah menarik simpati konsumen, secara tidak langsung konsumen tergiur akan promo yang ada pada aplikasi ini, pelayanan untuk mendapatkan driver dengan mudah perjalanan dengan memanfaatkan teknologi dan informasi, serta potongan harga yang diberikan kepada penumpang di waktu-waktu tertentu strategi promosi menjadikan pelanggan tertarik dan ketagihan untuk menggunakan jasa transportasi gojek.⁴

Dalam gojek terdapat hal yang tidak dimiliki ojek pangkalan seperti umumnya gojek menerapkan berbagai promo, penerapan promo pada aplikasi ini membuat pesaing seperti taxi, grab, dan lain-lain merasa diresahkan. Undang-

³Mahardika Eko Prasetyo, pengertian gojek, melalui, <https://id.scribd.com/doc297612536/pengertian-Gojek> diakses pada tanggal 03 Oktober 2018 pukul 18.00 WIB

⁴ Andika Wijaya, 2016 *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online*, (Jakarta Timur: Sinar Grafika), hal.108 hlm.14

Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Pasal 20 menjelaskan bahwa,

pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual beli atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Pada Undang-Undang ini telah di atur sebagaimana seorang pelaku usaha tidak boleh melakukan praktik persaingan usaha dengan cara menetapkan harga di bawah pesaing lainnya, praktek strategi ini dilakukan dengan keinginan pelaku usaha melindungi posisinya dengan cara melakukan mengurangi harga dengan tujuan meningkatkan kualitas suatu jasa yang dimiliki oleh pelaku usaha sehingga pelaku usaha tetap dominan mempertahankan posisinya. Contoh *predatory pricing* tersebut adalah kasus promo gojek yang berindikasi menerapkan harga yang sangat rendah yaitu dengan pemberian *voucher* promo atau potongan harga bagi konsumen, jika konsumen sering menggunakan aplikasi gojek maka konsumen tersebut akan mendapatkan *voucher* berupa potongan harga untuk setiap pemesanan di aplikasi gojek tersebut. *Vocher* tersebut digunakan pada saat kita telah memesan gojek nanti dengan otomatis harga akan kepotong sesuai *voucher* yang didapatkan.

Penerapan sistem promo ini yang dinamakan jual rugi (*predatory pricing*). Jual rugi (*predatory pricing*) adalah suatu bentuk penjualan atau pemasokan barang atau jasa dengan cara jual rugi (*predatory pricing*) yang dalam hal ini bertujuan untuk mematikan atau menyingkirkan pesaing usaha barang atau jasa lainnya. Semakin banyaknya sistem promo yang dilakukan oleh gojek maka, semakin banyak pula transportasi lain yang diresahkan.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas maka penulis tertarik untuk membahas masalah diatas dengan judul **“KETERKAITAN PROMO GOJEK DENGAN KONSEP PREDATORY PRICING DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA”**.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan Uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan di bahas dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah promo gojek tidak bertentangan dengan konsep jual rugi (*predatory pricing*) dalam hukum persaingan usaha?
2. Apa akibat hukum (*predatory pricing*) dalam perspektif hukum persaingan usaha?

1.2 Tujuan Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini dapat di peroleh sasaran yang dikehendaki, maka perlu ditetapkan suatu tujuan penulisan dapat dibagi menjadi dua yaitu tujuan umum tujuan khusus.

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memenuhi persyaratan dalam bidang akademis guna memperoleh gelar Sarjana Hukum di Universitas Jember
2. Memperoleh salah satu bentuk penerapan ilmu yang telah di peroleh selama perkuliahan yang akan diterapkan dalam dunia bermasyarakat.
3. Untuk memberikan kontribusi pemikiran yang berguna bagi masyarakat umum, mahasiswa fakultas universitas jember, dan almamater serta pihak lain yang berminat sehubungan dengan permasalahan yang di bahas.

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa promo gojek tidak bertentangan dengan konsep jual rugi (*predatory pricing*) dalam hukum persaingan usaha
2. Untuk mengetahui dan menganalisa akibat hukum jual rugi (*predatory pricing*) dalam perspektif hukum persaingan usaha

1.4 Metode Penelitian

1.4.1 Tipe Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam karya tulis ilmiah ini merupakan penelitian yuridis normatif. Penelitian yuridis normatif merupakan penelitian yang digunakan untuk mengungkapkan suatu kebenaran ilmiah yang berdasarkan pada tingkat pendidikan baik dari jenjang Strata 1 sampai Strata 3. Penelitian yuridis normatif merupakan suatu penelitian yang di fokuskan dan mengacu pada norma-norma, kaidah, asas-asas hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan dan putusan-putusan pengadilan serta norma-norma hukum yang positif yang ada dan berlaku kepada masyarakat dan dan tidak memerlukan penelitian lapangan. Penelitian ini menggunakan norma-norma tertulis yang dibuat dan di rundingkan oleh pejabat dan lembaga yang berwenang untuk menertibkan peraturan perundang-undangan tersebut. Peter Mahmud Marzuki berpendapat bahwa argumentasi, konsep maupun teori baru sebagai preskripsi dalam menyelesaikan suatu masalah dapat dilakukan dengan menggunakan penelitian hukum normatif.⁵

1.4.2 Pendekatan Penelitian

Terdapat beberapa pendekatan dalam penelitian hukum. Dengan pendekatan tersebut, peneliti akan mendapatkan informasi dan berbagai aspek mengenai isu yang sedang dicoba untuk dicari jawabannya.⁶ Pendekatan-pendekatan yang digunakan di dalam penelitian hukum adalah pendekatan perundang-undangan (*statue approach*), pendekatan kasus (*case approach*), pendekatan historis (*historical approach*), dan pendekatan komparatif (*comparative approach*), dan pendekatan konseptual (*conseptual approach*).

Pendekatan yang digunakan oleh penulis adalah pendekatan perundang-undangan (*statue approach*), dan pendekatan konseptual (*conseptual approach*).

⁵ Peter Mahmud Marzuki, 2016, *Penelitian Hukum* (Edisi Revisi), cet.12, Jakarta : Prenada Media Group, hlm.59

⁶ *Ibid* hlm 133

Berikut adalah pengertian dari masing masing pendekatan yang digunakan oleh penulis :

1. Pendekatan Perundang-Undangan (*statue approach*)

Dalam pendekatan ini yang di lakukan adalah menelaah semua undang undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang di hadapi.⁷

2. Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*)

Metode pendekatan konseptual merupakan pandangan yang beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum. Dengan mempelajari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin didalam ilmu hukum, penemuan ide-ide akan didapat guna untuk melahirkan pengertian-pengertian hukum, konsep-konsep hukum dan asas-asas hukum yang relevan dengan isu yang dihadapi. Pemahaman akan pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin tersebut dapat dijadikan sebagai sandaran bagi peneliti dalam membuat sebuah argumentasi hukum untuk memecahkan isu hukum yang terjadi.⁸

1.4.3 Bahan Hukum

Bahan hukum merupakan sarana dari suatu penulisan yang digunakan untuk memecahkan permasalahan yang ada sekaligus memberikan preskripsi mengenai apa seyoganya, sumber bahan yang digunakan dalam penulisan ini antara lain bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan non hukum.

1.4.3.1 Bahan Hukum Primer

Bahan-bahan hukum primer merupakan⁹ bahan hukum yang bersifat autoritatif, artinya mempunyai otoritas. Bahan-bahan hukum primer yang terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan, resmi atau risalah dalam pembuatan peraturan perundang-undangan atau putusan-putusan hakim. Bahan hukum primer

⁷ *Ibid* hlm 133

⁸ *Ibid* hlm 178

⁹ Dyah Ochtorina Susanti dan A'an Efendi, 2015 *Penelitian Hukum* (Legal Research), (Jakarta: Sinar Grafika,). hlm 181

yang digunakan yaitu:

1. Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat
2. 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

1.4.3.2 Bahan Hukum Sekunder

Bahan-bahan hukum sekunder berupa semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi, publikasi tentang hukum meliputi buku-buku teks, kamus-kamus hukum jurnal-jurnal hukum, dan komentar-komentar atas putusan pengadilan.¹⁰

1.4.3.3 Bahan Non Hukum

Bahan non hukum atau bahan hukum tersier merupakan penunjang dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan non hukum dapat berupa buku-buku diluar ilmu hukum, akan tetapi masih ada kaitannya dengan isu hukum yang dibahas. Selain itu, bahan non hukum juga dapat diperoleh dari bahan yang diperoleh melalui internet, kamus, ataupun buku pedoman penulisan karya ilmiah. Bahan non hukum dimaksud untuk memperkaya wawasan peneliti, namun bahan hukum internet jangan sampai dominan sehingga peneliti penelitian kehilangan artinya sebagai peneliti hukum.¹¹

1.4.3.4 Analisa Bahan Hukum

Cara untuk menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah ada terkumpul dipergunakan metode analisa bahan hukum deduktif, yang berguna untuk menarik suatu kesimpulan atas suatu permasalahan secara umum terhadap masalah yang dihadapi secara khusus. Kemudian sebagai suatu acuan dan

¹⁰ *Ibid* hlm 135

¹¹ *Ibid* hlm 184

pertimbangan hukum untuk menganalisa permasalahan berdasarkan konsep atau teori yang bersifat umum diaplikasikan untuk menjelaskan tentang fakta hukum, atau mengkomparasi dengan isu atau permasalahan hukum yang terjadi, secara sistematis berdasarkan kumpulan bahan hukum yang diperoleh, dan ditambahkan pendapat para sarjana yang mempunyai hubungan dengan bahan kajian sebagai bahan komparatif. Peter Mahmud Marzuki menyatakan dalam melakukan penelitian hukum digunakan langkah-langkah sebagai berikut:¹²

1. Mengidentifikasi fakta hukum dan mengeliminasi hal-hal yang tidak relevan untuk menetapkan isu hukum yang di pecahkan
2. Pengumpulan bahan-bahan hukum yang dipandang mempunyai reverensi juga bahan-bahan non hukum
3. Melakukan telaah atas isu hukum yang diajukan berdasarkan bahan-bahan yang telah dikumpulkan
4. Menarik kesimpulan dalam bentuk argumentasi yang menjawab isu hukum
5. Memberikan preskripsi berdasarkan argumentasi yang telah dibangun dalam kesimpulan.

Langkah-langkah tersebut cocok dengan karakter ilmu hukum sebagai ilmu yang bersifat preskriptif dan terapan.

Beberapa langkah yang dijelaskan di atas untuk mendapatkan hasil analisa guna menyelesaikan suatu masalah yang terjadi serta memberikan solusi atas masalah tersebut. Akan didapat kesesuaian hubungan antara data satu dengan data lainnya, sehingga penelitian ini bisa menemukan kesimpulan yang tepat, dan kemudian dapat dikaji dalam suatu ringkasan berupa kesimpulan akhir.

¹² Peter Mahmud Marzuki, *Op Cit*, hlm 183

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Hukum

2.1.1 Pengertian Konsep hukum

Pada Ilmu hukum harus ada penjabaran atau penerapan dalam suatu penjelasan supaya mudah memahami atau mengerti suatu makna tertentu. Adanya suatu pemahaman yang timbul dari suatu kejadian dapat memberikan berbagai suatu pengertian dan makna tertentu, dari sebuah pemikiran dengan kata lain yaitu konsep hukum atau gagasan yang sudah terkonsep.

Konsep hukum merupakan beberapa atau suatu perkataan yang mempunyai arti istilah ditetapkan arti dan batasan maknanya se jelas mungkin yang dirumuskan dalam suatu definisi, konsep hukum dimaksudkan terutama memudahkan penataan, pemahaman, dan penggunaan atas bahan-bahan dari objek yang dipelajari dalam bidang tertentu, sehingga tersusun bangunan pengetahuan dalam bidang tersebut yang mewujudkan sistem yang secara rasional mudah dan dapat dipelajari dan dipahami. Konsep hukum konstruktif dan sistematis yang digunakan untuk memahami suatu aturan hukum atau sistem aturan hukum sebagai contoh konsep-konsep jual beli, konsep hak, konsep undang-undang dan lain-lain.¹³

Melakukan pemahaman konsep hukum ini sangat penting terutama didalam melakukan suatu argumentasi hukum. Pemahaman suatu konsep hukum dibutuhkan pengembangan dari suatu obyek yang dipelajari dalam hal tertentu. Hal ini bertujuan untuk mengetahui suatu pejabaran dalam suatu objek tertentu. Melakukan konsep hukum dapat mengerti suatu penjabaran atau istilah hukum tertentu dengan mengkaji hal-hal yang telah ada dalam suatu obyek tertentu.

2.1.2 Peristiwa Hukum

Peristiwa Hukum menurut Chainnur Arrasjid¹⁴ suatu kejadian dalam masyarakat yang dapat menimbulkan akibat hukum yang dapat menggerakkan

¹³ Tiara Aji, *Konsep dasar Ilmu Hukum* melalui, <https://tiaraaji.wordpress.com/bahan-kuliah/pih/konsep-dasar-dalam-hukum> diakses pada tanggal 03 oktober 2018 pukul 19.00 WIB

¹⁴ Chainnur Arrasjid, *Dasar-dasar Ilmu Hukum* (Jakarta Sinar Grafika) 2008 hlm. 132-133

peraturan tertentu sehingga peraturan di dalamnya berlaku konkrit. Peristiwa hukum timbul karena adanya suatu permasalahan yang menimbulkan adanya suatu tindakan hukum dan akan terjadi akibat hukum.

Menurut R. Soeroso, peristiwa hukum adalah sebagai berikut :¹⁵

- a. Suatu *rechtsfeit* yaitu suatu kejadian hukum
- b. Suatu kejadian biasa yaitu kejadian dalam kehidupan sehari-hari yang akibatnya diatur oleh hukum
- c. Perbuatan yang tingkah laku subjek hukum yang membawa akibat hukum, yaitu karena adanya hukum yang mempunyai kekuatan mengikat bagi subjek hukum atau karena subjek hukum itu terkait oleh kekuatan hukum
- d. Peristiwa yang terjadi dalam masyarakat yang akibatnya yaitu diatur oleh hukum. Tidak semua peristiwa mempunyai akibat hukum, jafi tidak semua peristiwa adalah suatu peristiwa hukum.

Berdasarkan uraian diatas, peristiwa hukum adalah sebuah peristiwa yang bisa menggerakkan hukum atau dapat menimbulkan adanya akibat hukum. Peristiwa hukum juga dapat menggerakkan peraturan tertentu sehingga peraturan yang tercantum didalamnya dapat berlaku konkrit, dengan begitu tidak semua peristiwa dapat di katakan peristiwa hukum.

2.1.3 Hubungan hukum

Adanya suatu perbuatan hukum dapat menimbulkan hubungan hukum antara para pihak yang bersangkutan. Dalam dunia usaha transportasi online, para pelaku usaha memiliki hubungan hukum dengan konsumen atau penumpang.

Hubungan Hukum adalah hubungan antara dua atau lebih subjek hukum. Dalam hubungan hukum ini adanya hak dan kewajiban pihak yang satu berhadapan dengan hak dan kewajiban hukum yang lain. Dengan demikian hukum mengatur sebagai peraturan yang mengatur hubungan sosial yang memberikan sesuatu hak kepada subjek hukum untuk berbuat sesuatu atau menuntut sesuatu yang diwajibkan oleh hak itu dan terlaksananya hak atau kewajiban tersebut dijamin oleh hukum.¹⁶

Hubungan hukum memiliki 3 unsur sebagai berikut :

¹⁵ R, Soeroso, 1990 *Pengantar Ilmu Hukum* (Jakarta Sinar Grafika)1996 hlm 251

¹⁶ *Ibid* hlm 269-270

1. Adanya orang-orang hak dan kewajiban saling berhadapan
2. Adanya objek yang berlaku berdasarkan hak dan kewajiban tersebut di atas
3. Adanya hubungan pemilik hak dan pengembalian kewajiban atau adanya hubungan atas objek yang bersangkutan.

Pengertian hubungan hukum diatas merupakan adanya kesinambungan dari satu objek dengan objek lainnya. Adanya suatu hubungan hukum yaitu adanya perjanjian yang lahir dari peristiwa hukum, dalam hal ini yaitu pelaku usaha dengan konsumen. Peristiwa hubungan hukum itu akan muncul dan terjadi pada suatu perjanjian antara dua objek tersebut.

2.1.4 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.

Pengertian akibat hukum menurut Achmad Ali adalah Akibat yang timbul oleh peristiwa hukum, terhadap suatu perbuatan yang dilakukan oleh subjek hukum, akibat hukum merupakan suatu akibat yang timbul atas suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang untuk memperoleh suatu akibat dari perilaku atau tindakan yang dilakukan, akibat yang dimaksud adalah akibat dari hukum, sedangkan tindakan merupakan tindakan hukum yang dilakukan sesuai hukum yang berlaku.¹⁷

Hal ini berarti suatu peristiwa yang timbul karena suatu sebab yaitu perbuatan yang dilakukan oleh subjek hukum, baik perbuatan yang sesuai hukum maupun perbuatan yang tidak sesuai dengan hukum. Akibat hukum berarti suatu akibat yang timbul oleh suatu peristiwa hukum dalam wujud:

1. Berubah atau lenyapnya sebagaimana suatu keadaan dalam hukum tertentu. Contoh usia menjadi 21 tahun yang sebelumnya belum cakap hukum menjadi cakap hukum

¹⁷Yulia Vera Momuat, 2014, Eksistensi dan akibat hukum pasal 1266 kitab Undang-Undang hukum perdata *dalam perjanjian debitur yang tidak aktif melaksanakan perjanjian*, melalui <http://e-journal.uajy.ac.id/6563/3/MIH202044.pdf> diakses pada tanggal 03 Oktober 2018 pukul 19.00 WIB

2. Lahir, berubah atau bahkan lenyapnya dimana suatu hubungan hukum antara dua atau lebih dalam subjek hukum dimana hak dan kewajiban berhadapan dengan pihak hak dan kewajiban yang lain. Misalnya perjanjian jual beli antara X dan Y dan apabila sudah dibayar maka perjanjian tersebut akan lenyap
3. Adanya sanksi atau resiko dari perbuatan yang dilakukan yakni perbuatan melawan hukum tertentu. Misalnya tindakan pencurian mengambil barang yang bukan menjadi haknya dan melawan hukum maka akan mendapatkan akibat hukumnya
4. Akibat hukum yang timbul karena adanya kejadian darurat oleh hukum yang bersangkutan dan telah diakui atau dianggap sebagai akibat hukum, meskipun dalam keadaan yang wajar tersebut mungkin terlarang menurut hukum. Contoh seseorang sedang mengalami kebakaran jalan satu-satunya adalah membobol tembok jendela untuk menyelamatkan dirinya.¹⁸

Di dalam kenyatannya, bahwa perbuatan hukum itu merupakan perbuatan yang akibat di atur oleh hukum, baik yang dilakukan satu pihak saja bersegi satu maupun yang di lakukan dua pihak (bersegi dua). Apabila akibat hukumnya (*rechtsgevolg*) timbul karena satu pihak saja, misalnya membuat surat wasiat maka perbuatan itu adalah perbuatan hukum satu pihak. Kemudian apabila akibat hukumnya timbul karena perbuatan dua pihak, seperti jual beli, tukar menukar maka perbuatan itu adalah perbuatan hukum dua pihak. Akibat hukum itu muncul apabila seorang telah melakukan perbuatan yang dianggap telah melakukan suatu kejadian tertentu atau melawan hukum dengan apa yang sudah dilakukannya tersebut dengan begitu dia akan mendapatkan akibat hukum dari peristiwa tersebut

2.2 Persaingan Usaha

2.2.1 Pengertian persaingan usaha

Persaingan usaha dalam dunia bisnis hal yang sangat lumrah untuk terselenggaranya ekonomi pasar, dalam dunia bisnis persaingan memberikan keuntungan dalam segi ekonomi. Setiap pelaku usaha diberi hak atas barang dan jasa yang diperjual belikan dengan kualitas dan harga tertentu, dan juga diberikan hak untuk berkembang dipasar namun dengan cara yang wajar dan jujur.

¹⁸Sudut Hukum, *Pengertian akibat hukum* 2017, melalui [https:// www.suduthukum.com /2017/01/pengertian-akibat-hukum.html](https://www.suduthukum.com/2017/01/pengertian-akibat-hukum.html) diakses pada tanggal 04 Oktober 2018 pukul 19.00 WIB

Persaingan usaha berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang berarti persaingan atau kegiatan bersaing, komepetisi atau bertanding, sedangkan dalam kampus manajemen yaitu suatu usaha-usaha dari dua pihak atau lebih dimana perusahaannya masing-masing bergiat mendapatkan pesanan, dengan menawarkan harga yang paling menguntungkan persaingan ini macam-macam seperti pemotongan harga, iklan atau promosi dan lain-lain. Persaingan usaha adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan pemasaran kegiatan produksi baik melalui barang atau jasa yang di miliki oleh pelaku usaha.¹⁹

Kata usaha dalam kamus manajemen yaitu kegiatan yang dilakukan secara terorganisasi dan terarah untuk mencapai sasaran yang sudah ditentukan secara tetap, baik yang dilakukan individu maupun kelompok. Persaingan usaha dapat dilakukan oleh pelaku usaha siapapun yang dalam hal ini bertujuan untuk bersaing dalam dunia berbisnis. Undang-Undang No 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Pasal 1 Angka 6 menjelaskan bahwa :

“Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang di lakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha”.

Persaingan usaha sehat yakni pelaku usaha yang mematuhi peraturan dan undang-undang yang berlaku dan beretikad baik dalam dunia bisnis tidak ada persaingan, jujur, dan tidak merugikan pihak lain. Persaingan usaha bisa di katakan dimana para pelaku usaha berlomba-lomba untuk bersaing mencari cara agar mencapai keuntungan, persaingan usaha adalah kondisi dimana terdapat dua pihak atau lebih berusaha saling mengungguli dalam mencapai tujuan yang sama dalam suatu pencapai suatu tujuan tertentu.²⁰

Pengertian persaingan usaha selalu dikaitkan dengan pasar atau tinjauan dalam dunia kerja yang sedang di alami oleh suatu pelaku usaha dimana pelaku usaha baik perusahaan maupun penjual secara bebas berupaya saling melakukan persaingan di dunia kerja, persaingan semakin ketat dan luas sehingga sangat di perlukan adanya

¹⁹ B.N. Marbun, 2003 *Kamus Manajemen* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan,) hlm.78

²⁰Rilda Murniat 2009, *penyelesaian Perkara Pelanggaran Hukum Persaingan Usaha oleh KPPU, Hukum Bangun Teori dan Telaah dalam Implementasi*. (Bandar Lampung:Universitas Lampung),hlm.444.

daya tahan dan kemampuan bersaing yang kuat dari para pelaku usaha pada sektor manapun, ini semua sangat berpotensi memicu semangat bisnis dan memutar pergantian perekonomian yang akan menjadi lebih baik lagi.²¹

Persaingan usaha juga memiliki dampak negatif dan positif bagi pelaku usaha dengan adanya persaingan masyarakat bisa semakin maju dan semakin berkembang, bukan hanya untuk mencapai keuntungan semata akan tetapi untuk memotivasi masyarakat untuk berfikir maju. Adanya dampak negatif dari persaingan ini yakni masyarakat di tuntutan untuk berfikir rasis dimana pelaku usaha harus saling menguasai sektor lapangan demi diraihnya keuntungan yang di dapatkan.

2.2.2 Jenis-jenis Persaingan Usaha

Menurut Normin S. Pakpahan, persaingan usaha dapat berbentuk persaingan sehat (*perfect competition*) dan persaingan tidak sehat (*imperfect competition*).

a. Persaingan Sehat (*perfect competition*)

1. Menjamin persaingan di pasar yang *interen* dengan pencapaian efisiensi ekonomi di semua bidang kegiatan usaha dan perdagangan
2. Menjalin kesejahteraan konsumen serta melindungi kepentingan konsumen
3. Membuka pasar yang seluas luasnya dan menjaga agar tidak terjadi konsentrasi kekuatan ekonomi pada kelompok tertentu²²

Seperti yang sudah di jelaskan diatas dalam menghadapi dunia persaingan suatu perusahaan dapat bertahan dan unggul jika mempunyai keunggulan atas biaya dan keunggulan produk baik di barang maupun jasa, di samping itu tentu ada peningkatan konsumen juga, namun sebagai pelaku usaha persaingan sering dipandang sebagai sesuatu yang kurang menguntungkan, karena dalam persaingan itu ada beberapa unsur yang beresiko kerugian, jika banyak pelaku usaha yang terlibat banyak persaingan maka keuntungan semakin berkurang untuk bisa

²¹ Kenneth M. Davidson, 2005, *creating Effective Competition InstitutionsI: Ideas For Transitional Economies*, (Asian-Pacific Law and Policy Journal,) hlm 6

²² Suhasril dan Mohammad taufik Makarao, 2010 *Hukum Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia* (Bogor, Ghalia Indonesia), hlm 42.

menang dalam persaingan pelaku usaha harus menekan harga untuk merebut konsumen, penekanan harga ini tentunya akan berakibat berkurangnya keuntungan yang di peroleh, dengan demikian pelaku usaha memilih tidak untuk bersaing. Tindakan seperti ini digunakan karena ingin memonopoli pangsa pasar dengan menyingkirkan pesaing secara tidak wajar (antipersaingan).²³

b.Persaingan usaha tidak sehat (*Unperfect Competition*)

Persaingan usaha tidak sehat dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Tindakan anti persaingan

Tindakan anti persaingan adalah tindakan yang bersifat menghalangi atau mencegah terjadinya persaingan, yaitu suatu tindakan untuk menghindari persaingan jangan sampai terjadi, tindakan seperti ini digunakan oleh pelaku usaha yang ingin memegang posisi monopoli, dengan mencegah calon pesaing atau menyingkirkan pesaing secara tidak wajar²⁴

2. Tindakan persaingan curang

Tindakan persaingan curang sebagai persaingan tidak sehat yang melanggar moral yang baik. Diantaranya mempengaruhi konsumen melalui informasi yang tidak benar atau menyesatkan, membuat iklan tandingan yang menjelek-jelekan pesaing, penurunan harga yang tidak wajar.²⁵

Tidak dapat dipungkiri bahwa dibalik praktek bisnis itu adanya berbagai macam jenis persaingan tentu saja perilaku anti persaingan atau tindakan persaingan curang mengakibatkan in-efisiensi perekonomian berupa hilangnya kesejahteraan (*economic welfare*), bahkan mengakibatkan keadilan ekonomi dalam masyarakat terganggu dan timbulnya akibat-akibat ekonomi dan sosial yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, ketertiban, maupun kepentingan umum.²⁶

Berdasarkan uraian di atas jenis-jenis persaingan usaha ada dua yaitu, persaingan usaha sehat dan persaingan usaha tidak sehat yang masing-masing berkisnambungan untuk menjalankan suatu usaha yakni adanya keterkaitan dalam menjalankan suatu persaingan usaha dalam berbisnis. Apabila seorang pelaku berperilaku baik maka dia akan melakukan perdagangan barang atau jasa

²³*ibid*, hlm 43

²⁴ *ibid*, hlm 47

²⁵*ibid*, hlm 56

²⁶Hermansyah, 2008 *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Jakarta Pernada Media Group, hlm 16

dengan cara persaingan usaha yang sehat dan mematuhi peraturan yang ada dalam pasar dan begitu sebaliknya, apabila pelaku usaha berperilaku tidak baik atau melanggar aturan maka dengan begitu akan muncul persaingan usaha yang tidak sehat.

2.2.3 Unsur-unsur persaingan usaha

Persaingan usaha memiliki berbagai unsur yang ada di dalamnya, unsur tersebut untuk mengetahui suatu usaha apakah terjadi persaingan usaha secara sehat atau tidak sehat. Apabila unsur dalam persaingan usaha telah terpenuhi maka pelaku usaha bisa di katakan pelaku usaha menjalankan persaingan usaha secara tidak sehat, dan begitu pun sebaliknya jika tidak terpenuhi maka pelaku usaha melakukan usahanya secara sehat.

Unsur Persaingan usaha menurut Abdulkadir Muhammad di uraikan sebagai berikut :²⁷

- a. Beberapa orang atau sekelompok orang pengusaha atau pelaku usaha
Beberapa orang atau sekelompok orang pengusaha atau pelaku usaha adanya beberapa orang atau sekelompok pesaing pelaku usaha lain tentu berpengaruh terhadap suatu usaha yang dimiliki
- b. Dalam bidang usaha yang sama (sejenis)
dalam bidang usaha yang sama atau sejenis penjualan atau pemasaran produk baik itu barang atau jasa jika produk itu sama yang di jual atau dipasarkan tentu sangat memicu persaingan di lapangan hal ini membuat pelaku usaha akan mencari ide semenarik mungkin untuk menarik keuntungan pelaku usaha.
- c. Bersama sama menjalankan perusahaan atau kegiatan usaha
bersama sama menjalankan perusahaan atau kegiatan usaha dalam suatu perusahaan yang sama, dalam dunia persaingan tentu akan terjadi ketika pelaku usaha memiliki usaha yang sama persaingan usaha tidak sehat akan timbul atau muncul di dalamnya pada saat semua barang atau jasa yang di pasarkan menjatuhkan pihak lawan

²⁷ *ibid*

- d. Dalam daerah pemasaran yang sama
dalam daerah pemasaran yang sama atau berada di suatu wilayah tertentu membuat pelaku usaha harus banyak ide yang harus di kembangkan dalam suatu wilayah jika ada pesaing di dunia kerja maka pelaku usaha akan berbondong-bondong mencari ide atau gagasan apa yang di lakukan guna untuk pemasaran produk barang atau jasanya
- e. Masing-masing berusaha lebih keras melebihi yang lain
masing-masing berusaha keras melebihi yang lain hal ini tentu sangat di lakukan oleh pelaku usaha apabila pelaku usaha tidak memiliki ide atau perkembangan dalam suatu pemasaran pelaku usaha bisa tersaingi oleh produk barang atau jasa yang lain maka sangat perlu dilakukan adanya kerja keras untuk pencapain keuntungan yang sangat semaksimal mungkin
- f. Untuk memperoleh keuntungan yang sebesar besarnya
salah satu pelaku usaha melakukan hal yang telah di sebutkan seperti di atas tujuan pelaku usaha yakni hanya untuk meraih kentungan yang sebesar besarnya maka biasanya pelaku usaha melakukan berbagai cara untuk itu dan tidak sedikit kemungkinan akan munculah suatu persaingan usaha dalam dunia kerja.

Penjelasan unsur di atas dapat dijelaskan bahwa adanya unsur unsur dalam persaingan usaha ini dapat memicu adanya konflik dalam persaingan dunia kerja, persaingan usaha juga dapat dillihat dari segi ekonomi menimbulkan manfaat yang di dapat menurut Abdulkadir Muhammad adalah sebagai berikut:²⁸

1. Menghasilkan produk baru melalui penemuan-penemuan atau menejemen usaha yang pada jaman sekarang serba canggih;
2. Memperlancar arus distribusi karena arus pelayanan yang baik, hemat, mudah, dan cepat;
3. Menguntungkan perusahaan karena kepercayaan masyarakat yang menghasilkan atau memudahkan bagi pengguna atau konsumen.

Penjabaran unsur diatas merupakan kejadian yang biasanya terjadi dalam persaingan usaha baik di bidang jasa atau barang. Unsur dari penjelasan diatas dapat memicu adanya konflik yang terjadi antar sesama pelaku usaha, akan tetapi

²⁸ [digilib.unila.http//ac.id/8578/10/BAB%20II%20SKRIPSI.pdf](http://digilib.unila.ac.id/8578/10/BAB%20II%20SKRIPSI.pdf) diakses pada tanggal 04 Oktober 2018 pukul 20.00 WIB

dalam unsur tersebut juga mengandung dengan adanya manfaat yang terjadi dalam persaingan usaha.

2.2.4 Asas dan tujuan persaingan usaha

Asas dan tujuan persaingan usaha di atur dalam Undang-Undang No 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat pasal 2 dan pasal 3 sebagai berikut :

Pasal 2 Asas pelaku usaha di indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum.

Pasal 3 Tujuan sebagai berikut :

- a. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat
- b. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usah kecil
- c. Mencegah praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha dan terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Pelaku usaha aperlu mencermati dan memperhatikan keseluruhan asas-asas yang yang telah diuraikan diatas. Supaya dapat terjadinya persaingan usaha yang baik dalam sesama pelaku usaha yang bijak dengan memperhatikan asas-asas tersebut.

2.3 Predatory Pricing

2.3.1 Pengertian *Predatory Pricing*

Dunia bisnis saat ini banyak terjadi kecurangan atau tidak jujur dalam menjalankan kegiatan usahanya. Pelaku usaha yang memikirkan untuk meraih keuntungan banyak dan memiliki posisi dominan, salah satu cara yang dilakukan pelaku usaha yaitu jual rugi (*predatory pricing*).

Kegiatan menjual rugi (*predatory pricing*) ini merupakan suatu bentuk penjualan atau pemasokan barang dan atau jasa dengan cara jual rugi

(*predatory pricing*) yang dalam hal ini bertujuan untuk mematikan pesaing usaha lainnya, *predatory pricing* ini dapat dilakukan dengan cara menetapkan harga yang tidak wajar, harga lebih rendah dari biasanya atau lebih rendah dari rata-rata *predatory pricing* ini atau biasa disebut tindakan menentukan harga dibawah harga rata-rata atau tindakan jual rugi.²⁹

Predatory pricing merupakan harga yang sangat penting dan esensial dalam dunia usaha, maka dari itu pelaku usaha menetapkan jual rugi atau menjual dengan sangat rendah yang memiliki tujuan untuk kepentingan di masa mendatang atau jangka panjang.

Predatory pricing bertujuan untuk menyingkirkan atau mematikan para pelaku usaha lainnya dan hal ini bertentangan dengan pelaku pesaing usaha yang sehat, hal ini sama dengan penguasaan pasar yang didasarkan pada posisi dominan, semakin besar kegiatan pelaku usaha baik barang atau jasa, maka semakin kuat keuangannya dan makin besar pula kemampuannya untuk melakukan perilaku mematikan pelaku usaha lainnya.³⁰

Predatory pricing ini dalam pasar sangat berpengaruh dengan keadaan suatu pasar apabila suatu pasar menerapkan sistem ini maka pesaing usaha lainnya juga berpengaruh karena pelaku usaha yang menjalankan ini mampu menjual harga dibawah rata-rata.

Menurut Areeda dan Turner³¹

“Untuk sukses melakukan jual rugi, pelaku usaha harus mempunyai pangsa pasar yang besar, perusahaan yang menurunkan harganya pada level bahwa pesaingnya akan mari dan menaikkan produksinya, sehingga akan semakin besar kerugiannya, maka dari itu perilaku predator hampir tidak mungkin bahkan kemungkinan kecil tidak di lakukan oleh perusahaan kecil, bahkan perusahaan yang besar juga tetap akan mengalami kerugian pada saat melakukan jual rugi.”

Pada Pasal 20 Undang-Undang No 5 Tahun 1999 di jelaskan larangan jual rugi sebagai berikut :

²⁹ Dayu Padmara Regganis, 2013 *Hukum Persaingan Usaha Perangkat Telekomunikasi dan Pemberlakuan Persetujuan Acfta* (Bandung, P.T. Alumni), hlm 36

³⁰ *Ibid* hlm 36

³¹ *Ibid* hlm 37

“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 praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”.

Pasal ini memiliki beberapa unsur dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa baik sengaja ataupun tidak sengaja dengan cara menjual rugi, jual rugi yang di maksud adalah menjual barang atau jasa dengan harga di bawah standart pengertian barang. Menurut pasal 1 angka 16 yakni, “setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, benda bergerak ataupun benda tidak bergerak yang dapat di perdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha”.

Pengertian jasa menurut pasal 1 angka 17 adalah, “Setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang diperdagangkan dalam masyarakat untuk di manfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha”. Unsur dari menyingkirkan atau mematikan pesaing usaha lainnya adalah menjatuhkan atau menyingkirkan pesaingnya usaha lain dengan keinginan dia tidak lagi melakukan kegiatnnya baik dalam bidang barang atau jasa menginginkan pelaku usaha lainnya tutup dan sehingga tidak ada pesaing lainnya. Maka akan terjadi praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dalam dunia bisnis.

Definisi jual rugi atau *predatory pricing* adalah usaha menetapkan harga yang sangat rendah untuk barang atau jasa yang penjual melakukan penurunan harga baik barang maupun jasa dengan menjual rendah harga di bawah rata-rata suatu pelaku usaha jika melakukan hal itu dapat dicurigai mematikan atau menyingkirkan seseorang dengan adanya mencari keuntungan yang lebih pada pasar barang atau jasa tertentu biasanya terdapat pelaku usaha penentu harga (*price setter atau price leader*) yang umumnya pelaku usaha besar dengan struktur biaya rendah (*the lowest cost*).³²

Selanjutnya jika ada pelaku usaha baru ikut menikmati keuntungan adanya harga yang tinggi. maka seorang pelaku usaha akan kembali menurunkan harga

³²Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia, 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* hlm 12

yang sangat rendah, dengan tujuan mematikan atau menyingkirkan pelaku usaha yang baru tadi.

Konsekuensi melakukan jual rugi dalam melakukan *predatory pricing* atau jual rugi ada beberapa konsekuensi yaitu pelaku usaha akan mengalami kerugian yang sangat besar, kenyataannya kerugian yang diterima pelaku usaha relatif besar hal ini disebabkan oleh karena keharusan pelaku usaha memenuhi kebutuhan seluruh pasar pada tingkat harga rendah yang diberlakukannya, sementara pelaku usaha tidak dituntut adanya kebijakan yang seperti itu sehingga pelaku usaha lain dapat melakukan meminimalan produk untuk kerugiannya.³³

Predatory pricing ini biasanya juga di lakukan oleh perusahaan besar yang ada pada pasar, baik barang maupun jasa. Pendapat ini muncul karena hanya perusahaan barang atau jasa yang besarlah yang mampu mengalami kerugian besar di bandingkan dengan perusahaan kecil pada umumnya.

Pelaksanaan jual rugi pada umumnya pelaku usaha yang memberlakukan *predatory pricing* adalah pelaku usaha yang *incumbent* yang tidak ingin ada pelaku usaha lainnya tidak ingin ada pesaing dalam bisnis yang dilakukan, dalam jangka pendek jual rugi akan menguntungkan namun pada saat pelaku usaha bertindak sebagai monopoli pelaku usaha akan menaikkan harga guna untuk menutup kerugian yang di jual sangat rendah di sebelumnya.³⁴

Pada saat *predatory pricing* di terapkan pelaku usaha pesaing akan keluar dari pasar atau bahkan sepi pengunjung atau konsumen karena pelaku usaha ini berani menerapkan harga di bawah pasaran dan atau konsekuensi yang didapatkan hal seperti ini sangatlah memicu adanya monopoli atau praktek persaingan usaha tidak sehat.

2.3.2 Indikasi Jual Rugi

Indikasi *penerapan Predatory pricing* ini memicu terjadinya persaingan usaha tidak sehat dalam pelaku usaha yang menjalankan bisnis untuk meraih keuntungan yang sangat besar. Penerapan *predatory pricing* ini biasanya terjadi dalam perusahaan yang besar, Pelaku usaha dalam hal ini melakukan melakukan

³³*Ibid* hlm 15

³⁴*Ibid*

jual rugi guna meraih keuntungan yang sebesar-besarnya. Pelaku usaha ini berani menjual harga atau menurunkan harga yang sangat rendah dengan maksud menyingkirkan dan mematikan pelaku usaha lain.

Suatu pelaku usaha dikatakan melakukan pemasokan barang atau jasa dengan cara menetapkan harga serendah-rendahnya apabila harga yang ditetapkan jauh lebih rendah dibandingkan sejumlah pelaku usaha lainnya. Hal ini harus dilakukan *horizontal comparison*, suatu pelaku usaha yang menetapkan harga di bawah standart atau sangatlah rendah, mempunyai maksud untuk menyingkirkan pelaku usaha lainnya, apabila dengan harga yang ditetapkan itu tingkat keuntungan yang akan diperoleh lebih rendah dari tingkat suku bunga yang berlaku.³⁵

Dalam pasar tingkat harga yang berlaku di pasar di tentukan oleh permintaan penawaran barang atau jasa itu sendiri, dimana harga yang terbentuk atau kebanyakan terjadi sesuai dengan permintaan penawar. Sering kali pada pasar barang atau jasa umumnya merupakan pelaku usaha besar dengan struktur biaya terendah (*the lowest cost*).

Secara umum, jual rugi atau *predatory pricing* ini adalah menetapkan harga yang sangat rendah untuk barang atau jasa yang di hasilkannya dalam suatu periode yang cukup lama, untuk menyingkirkan pesaing pelaku usaha lainnya yang menjadi pesaing di pangsa pasar, pelaku usaha akan bertahan dengan harga rendah tersebut setelah di lihat sudah menyingkirkan pesaing lainnya, dengan begitu maka pelaku usaha tersebut akan bertindak menaikkan harga ke tingkat yang sangat tinggi untuk menutupi kerugian yang sebelumnya.³⁶

Pelaku usaha baru apabila ada yang ingin ikut menikmati keuntungan akibat harga menjadi tinggi tersebut maka, pelaku usaha *incumbent* akan kembali menurunkan harga ke tingkat yang sangat rendah untuk menyingkirkan pelaku usaha baru tersebut dari pangsa pasar. Hal ini dilakukan bahwa tidak ada satu pelaku usaha masuk ke pangsa pasar, dan pelaku usaha *incumbent* bebas menaikkan harga tanpa diganggu oleh pelaku usaha-pelaku usaha yang akan masuk ke pangsa pasar.

³⁵*Ibid* hlm 11

³⁶*Ibid* hlm 15

Hal ini dilakukan karena pelaku usaha *incumbent* harus memenuhi tingkat penawaran dalam pangsa pasar sehingga harga rendah diterapkan, dan pelaku usaha dapat meminimalisir kerugian yang di dapatkan dalam sistem jual rugi ini, alasan kedua pelaku usaha dapat mudah keluar masuk pasar, namun apabila *predatory pricing* ini di berlakukan pelaku usaha akan keluar dari pasar kondisi seperti ini akan berlangsung terus sehingga akan tidak ada *predatory pricing* dan hal ini muncul jika di lakukan oleh pelaku usaha besar atau perusahaan.³⁷

Pelaku usaha dalam hal ini menerapkan sistem ini dengan tujuan untuk mematikan pesaing usaha lainnya tetapi pelaku usaha yang melakukan jual rugi ini juga harus memikirkan resiko yang di dapatkan ketika masa jual rugi itu selesai.

2.3.3 Tujuan *Predatory Pricing*

Kegiatan jual rugi atau *predatory pricing* ini merupakan suatu bentuk penjualan atau pemasokan barang dan atau jasa dengan cara jual rugi yang dapat menimbulkan efek yang sangat besar bagi pelaku usaha lainnya dan jual rugi (*predatory pricing*) tersebut memiliki tujuan yaitu sebagai berikut berikut:³⁸

- a. menjatuhkan atau mematikan pesaing pelaku usaha lainnya
- b. membatasi pesaing dengan adanya memberlakukan sistem jual rugi
- c. memperoleh keuntungan yang besar di masa yang akan datang
- d. mengurangi kerugian di masa lalu
- e. merupakan harga promosi sebagai memperkenalkan produksi baik jasa atau barang yang baru sebagai strategi pemasaran yang baru.

Sesuai dengan tujuan di atas maka pada pasal 20 Undang-Undang No 5 Tahun 1999 tentang Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat telah dijelaskan pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual beli atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan

³⁷*Ibid* hlm 35

³⁸*Ibid* hlm 39

persaingan usaha tidak sehat. Diantara tujuan lima diatas tiga dari tujuan biasa sering dilakukan oleh perusahaan baik itu untuk barang maupun jasa jika tujuan yang keempat ini biasanya dilakukan ketika cuci gudang atau banyak stok barang di gudang yang menimbun lama supaya cepat terjual maka penerapan jual rugi atau promo dilakukan oleh pelaku usaha, yang kelima memperkenalkan produk barang atau jasa untuk menarik perhatian orang banyak supaya tergiur akan promo yang di tawarkan, secara pengertian luas tujuan jual rugi atau *predatory pricing* ini adalah untuk mematikan atau menyingkirkan pesaing usaha lainnya.³⁹

Penjabaran tujuan *predatory pricing* ini untuk pelaku usaha yang ingin meraih keuntungan sebanyak-banyaknya dan ingin menjadi posisi dominan, maka dengan begitu pesaing usaha lainnya bisa tersingkirkan. Posisi dominan itu di dapatkan apabila suatu pelaku usaha menguasai pangsa pasar dan memiliki kekuatan pada pasar. Pelaku usaha melakukan jual rugi itu demi mencapai tujuan yang di dapatkan selama mereka melakukan jual rugi tersebut.

2.4 Pelaku Usaha

2.4.1 Pengertian Pelaku Usaha

Menurut pasal 1 angka 5 Undang-Undang no 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, pelaku usaha adalah setiap orang atau perorangan badan usah, baik yang berbentuk badan hukum ataupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama sama melalui perjanjian menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi. Dalam persingan usaha biasanya terdapat pelaku usaha yang dominan, pelaku usaha dominan akan selalu ada pada pelaku usaha yang besar pelaku usaha ini mempunyai pangsa pasar, pelaku usaha ini sering berperan sebagai penentu harga baik itu barang ataupun jasa, mempunyai kekuatan yang kuat alam suatu wilayah baik barang ataupun jasa. Pelaku usaha memilik posisi dominan jika disebabkan oleh :

³⁹*ibid*

- a. pelaku usaha dominan lebih efisien dengan di bandingkan pesaingnya, manajemennya lebih baik dan penerapan teknologi yang lebih canggih sehingga dapat memaksimalkan biaya yang rendah, canggihnya teknologi membuat pelaku usaha semakin berkembang dan mempunyai ide-ide tertentu.
- b. pelaku usaha biasanya mempunyai suatu produk yang superior di dalam suatu pasar superior dalam suatu pasar dapat dicapai melalui iklan, promosi, maupun kualitas peayanan suatu jasanya.
- c. pelaku usaha dominan dapat terbentuk karena penggabungan beberapa pelaku usaha baik penggabungan atau untuk menyingkirkan pesaing yang bertujuan untuk meningkatkan keuntungan.

Suatu pelaku usaha dapat dikatakan pelaku usaha dominan apabila sesuai dengan pasal 25 angka 2 Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

- a. suatu pelaku usaha atau suatu kelompok pelaku usaha menguasai 50%(lima puluh persen) atau lebih pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu
- b. dua atau tiga pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai 75%(tujuh puluh lima persen) atau lebih pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

Berdasarkan penjabaran diatas adalah sikap atau keadaan pelaku usaha dimana pelaku usaha bisa dikatakan pelaku usaha dominan yaitu, pelaku usaha yang menguasai pangsa pasar dan pelaku usaha mempunyai posisi tertinggi. Pelaku usaha dominan adalah pelaku usaha yang mempunyai pangsa pasar yang dapat mempengaruhi harga pasar dengan memperbanyak produksinya.

2.4.2 Hak dan Kewajiban pelaku usaha

Pasal 6 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen di jelaskan mengenai hak pelaku usaha yang harus di lakukan sebagai pelaku usaha:

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan atau jasa yang di perdagangkan
- b. hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dan tindakan konsumen yang beritikad tidak baik

- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen
- d. hak untuk rehabilitasi nama apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan atau jasa yang diperdagangkan
- e. hak-hak yang di atur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 7 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen di jelaskan mengenai kewajiban pelaku usaha yang harus di lakukan sebagai pelaku usaha :

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur dan tidak diskriminatif
- d. menjamin mutu barang dan atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standart mutu barang dan jasa yang berlaku
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan atau mencoba barang dan atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan atau tertentu serta memberi jaminan dan atau garansi barang yang dibuat dan atau yang diperdagangkan
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, atas kerugian akibat penggunaan. Pemakaian dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang diperdagangkan
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian apabila barang dan atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai perjanjian.

Berdasarkan penjabaran pasal 6 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu pelaku usaha mempunyai hak dan kewajiban dalam menjalankan usahanya, pelaku usaha harus mengerti apa yang harus dilakukan untuk memenuhi hak dan kewajibannya sebagai pelaku usaha yang baik dalam melakukan usahanya yaitu menjalankan tugasnya dengan melihat pada Undang-Undang tersebut yang telah di atur, agar tercapainya kegiatan prsaingan usaha yang kondusif.

2.5 Transportasi *Online*

2.5.1 Pengertian Transportasi *Online*

Transportasi adalah alat sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Namun, tidak hanya itu transportasi juga sebagai alat usaha dan bekerja dalam dunia *online*. Transportasi *online* ini salah satu penyelenggaraan lalu lintas dan angkutan jalan sangat mengandalkan dan memanfaatkan perkembangan ilmu teknologi.

Transportasi online bidang yang sangat penting dan sangat dibutuhkan dalam kehidupan masyarakat. Transportasi terus mengalami kenaikan persaingan di seiring perkembangan jaman dan tuntutan teknologi perkembangan pada era sekarang banyak manusia dimudahkan dengan alat transportasi *online* tersebut. Menyadari pentingnya peranan transportasi, maka lalu lintas dan angkutan jalan harus di taati secara terpadu dan mampu mewujudkan ketersediaan yang sesuai dengan tingkat kebutuhan dan pelayanan angkutan yang tertib, nyaman, cepat, lancar dan berbiaya murah.⁴⁰

Hampir seluruh kota-kota besar di Indonesia ada transportasi *online* banyaknya penambahan jumlah kendaraan yang dimiliki masyarakat tidak sebanding dengan ruas jalan yang ada, hal itu tentu saja mengakibatkan kota-kota menjadi macet. Di Indonesia banyak transportasi yang digunakan transportasi darat, udara, laut melihat kondisi yang seperti itu maka munculah transportasi *online* salah satunya adalah transportasi darat. Hal ini untuk memudahkan segala aktivitas-aktivitas manusia yang dilakukan sehari-hari, transportasi berbasis *online* diciptakan untuk orang dimudahkan bepergian, karena mudah memesannya, efisien dan efektif.

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.⁴¹

⁴⁰Abdul Muhammad,2013 *Hukum Pengangkutan Niaga*, (Bandung;Citra Aditya Bakti), hlm 7

⁴¹Hariyanto, 2017 *Pengertian transportasi online*, melalui <http://belajarpsikologi.com/pengertian-transportasi-online> diakses pada tanggal 10 Oktober 2018 pukul 18.00 WIB

Kata *online* sendiri yang dalam bahasa Indonesia sendiri sendiri adalah berbasis jaringan atau yang sering disebut dengan “daring”. Pengertian *online* adalah suatu jaringan yang terhubung komputer yang terkoneksi dengan jaringan internet sehingga dapat mengakses internet atau *browsing* mencari cari informasi di internet. Transportasi dalam *Black Law Dictionary* adalah memiliki kesamaan dengan pengertian kata “pengangkutan” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, yakni pengangkutan barang dan orang oleh berbagai jenis kendaraan sesuai dengan kemajuan teknologi.⁴²

Di Indonesia pengaturan mengenai transportasi *online* di atur di dalam Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 108 tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang dengan Kendaraan Bermotor Umum. Hal ini merupakan revisi Peraturan Menteri Perhubungan No 26 Tahun Tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang, dengan Kendaraan Bermotor Peraturan ini di harapkan menjadi dasar hukum bagi transportasi *online* di Indonesia, agar tidak lagi bersebrangan dengan transportasi tradisional yang telah ada di Indonesia.

2.5.2 Bentuk Transportasi *online*

Transportasi pada saat ini sangatlah marak dan banyak semakin bertambahnya pengeluaran kendaraan semakin banyak pula kemacetan yang terjadi, baik itu kendaraan bermotor atau mobil. Kendaraan bermotor merupakan alat transportasi yang sangat di butuhkan, kendaraan di bagi menjadi dua yaitu kendaraan umum dan kendaraan pribadi kendaraan umum memuat penumpang seperti kereta api, bus dan lain-lain.

Kendaraan pribadi ini umumnya di pakai untuk sehari hari untuk kepentingan pribadi seperti mobil atau motor, saat ini kebanyakan masyarakat Indonesia banyak menggunakan kendaraan pribadi maka tidak heran jika angkutan umum kebanyakan menurun pada dasarnya sarana dan prasarana kurang memadai waktu tempuh terlalu lama, sistem pelayanan yang kurang memadai, tingkat kapasitas yang melebihi sistem angkutan, dan sistem jaringan yang kurang memadai, dan aksesnya sangat rendah di daerah tertentu.⁴³

⁴²*ibid*

⁴³ Rona gadis achera, 2017 *makalah gojek* melalui <https://www.slideshare.net/RONAGADISACHERA/makalah-gojek> diakses pada tanggal 10 Oktober 2018 pukul 10.00 WIB

Banyak masyarakat yang mempergunakan kesempatan ini guna mencari keuntungan, adanya transportasi baik mobil atau motor masyarakat bisa membuka lapangan usaha atau berbisnis. Bermodal sepeda motor atau mobil mereka bisa mempunyai penghasilan dengan keuntungan yang menggiurkan, salah satunya bergabung dengan aplikasi gojek, kemudahan yang di dapatkan sangat signifikan dan menggiurkan dalam dunia bisnis transportasi *online*. Salah satu bentuk transportasi *online* yaitu gojek. Gojek adalah penyedia jasa yang melayani layanan ojek secara *online* dan ada dimana saja ketika di butuhkan, gojek telah ada di berbagai kota gojek juga bisa sebagai pengantar makanan maupun barang, untuk menggunakan gojek kita harus memiliki akun gojek yang ada di App store.

Gojek berdiri pada tahun 2010 dan didirikan oleh Nadiem Makarim, di dalam aplikasi gojek terdapat beberapa fitur yaitu seperti *go food*, *go send*, *go ride* dan lain-lain.⁴⁴ Para pengemudi gojek beserta kendaraan telah di periksa keamanan dan pelayanannya gojek ini bertumbuh pesat pada tahun 2015 di berbagai kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Surabaya, Bali dan lain lain saat ini gojek tersedia di 50 kota di Indonesia. Ide gojek ini muncul ketika Nadiem Makarim mengalami kemacetan ketika dia naik ojek setiap harinya untuk berangkat bekerja dan ojek ini hanya mangkal dan menunggu penumpang, padahal pengemudi gojek bisa mempunyai penghasilan yang banyak, dan dari situ Nadiem mencari ide apa yang harus dia lakukan dan ketemulah ide gojek secara online.

Dalam perjalanannya gojek sudah memasuki jaman modern seperti adanya GPS (*Global Positioning System*) di setiap armada agar mudah terdeteksi setiap mendeteksi layanan pesanan drivernya pun melalui sistem penilaian yang ketat dan harus mempunyai SIM (Surat Ijin Mengemudi). Selain itu konsumen juga di infokan mengenai identitas sopir yang melayani di perjalanannya, harganya pun sudah tertera di dalam aplikasi ketika memilih tujuan, dan alamat yang di jemput dengan begitu tidak akan terjadi penawaran semua ini dilakukan demi kenyamanan penumpang. Adanya gojek ini masyarakat sangat dimudahkan dalam

⁴⁴Mahardika Eko Prasetyo *Pengertian gojek* melalui <http://id.scribd.com/doc/297612536/pengertian-gojek> diakses pada tanggal 10 oktober 2018 pukul 11.00 WIB

hal apapun. Jika ingin memesan makanan lewat gojek juga bisa layanan ini bisa mengirim makanan sesuai restoran yang diinginkan tinggal klik restoran yang tertera pada aplikasi rumah makan yang dituju, lalu gojek akan mengantarnya ke alamat pemesan dan tentu juga akan diketahui harga pesenannya maka dengan begitu masyarakat tidak lagi kerepotan jika pada saat suasana tidak memungkinkan untuk keluar rumah. Gojek juga bisa mengirim barang atau membelanjakan barang yang kita inginkan seperti halnya pemesanan makanan tinggal klik alamat yang dituju untuk membelanjakannya, banyak sekali keunggulan jika menggunakan jasa gojek ini kita tidak perlu kemana mana driver langsung menghampiri kita,⁴⁵ gojek memiliki banyak promo yang diterapkan seperti potongan harga, adanya voucher promo dan masi banyak lainnya.

2.5.3 Manfaat pengguna Gojek

Manfaat pengguna gojek sangatlah banyak manfaat yang didapatkan bagi pengguna di antaranya sebagai berikut :

1. Efisien

Dengan adanya gojek masyarakat lebih efisien di waktu bagi mereka yang males keluar atau sedang berkendala karena kesibukan gojek lah yang amat sangat membantu untuk mengerjakan pekerjaan lain pada saat ada kesibukan

2. Mudah

Gojek hadir sangat memberi kemudahan bagi pengguna baik jangka panjang maupun jangka pendek gojek sangat memudahkan disaat masyarakat sedang mengalami kesulitan seperti tidak adanya transportasi jika ingin bepergian atau sedang membutuhkan apapun hal ini tentu sangat memudahkan bagi pengguna gojek.

3. Praktis

Dalam hal praktis kita sudah tidak perlu repot kemana mana lagi jika menginginkan apapun bahkan saat akan bepergian kita cukup diam ditempat

⁴⁵ Rona gadi achera, 2017 makalah gojek melalui [https://www.slideshare.net/RONA-GADISACHERA/makalah -gojek](https://www.slideshare.net/RONA-GADISACHERA/makalah-gojek) diakses pada tanggal 13 Oktober 2018 pikul 10.00 WIB

dan menunggu jemputan, dengan begitu kita akan di jemput di tempat tujuan dan tidak perlu lagi mencari ojek dengan susah payah

4. Nyaman

Nyaman dalam hal pelayanan yang diberikan oleh gojek wajar jika semua masyarakat membutuhkan pelayanan yang nyaman dalam hal apapun jika ingin melakukan sesuatu tentu rasa nyamanlah yang pertama kali harus di dapatkan bagi pengguna gojek

5. Sopan

Dalam beretikad terhadap pengguna tentu gojek harus bersikap sopan, ramah tamah dan santun terhadap konsumen hal ini menunjukkan bawa pelayanan yang maksimal dan baik dalam pekerjaan akan kelihatan jika driver sopan maka konsumen pun akan terasa lebih menghormatinya

6. Cepat

Persaingan di bandingkan angkutan lainnya gojek lebih dikenal cepat dalam pelayanan baik mengantar barang ataupun mengantarkan orang jarang terkena macet seperti angkutan pada umumnya.

7. Aman

Gojek juga akan melindungi keamanan masyarakat pada saat berkendara, seperti pengaman helm dan di beri masker penutup adanya perlindungan hukum jika terjadi kecelakaan.⁴⁶

Masyarakat banyak manfaat jika ingin melakukan gojek akan tersedia banyak keuntungan kemudahan bagi pengguna gojek, pada dasarnya dengan munculnya gojek sangat membantu masyarakat dalam beraktivitas sehari sehari. Penggunaan barang ataupun jasa gojek ini muncul sangat membantu aktivitas masyarakat dalam menjalankan tugasnya sehari-hari. Banyak keuntungan dan kemudahan yang di dapat masyarakat saat menggunakan gojek maka inilah yang membuat masyarakat bisa tertarik menggunakannya. Gojek ini hadir membantu keluhan masyarakat saat kita sedang membutuhkan di era globalisasi ini.

⁴⁶ Desyana putri, *manfaat gojek online bagi masyarakat*, melalui <https://manfaat.co.id/manfaat-gojek> diakses pada tanggal 13 Oktober 2018 pukul 11.00 WIB

2.6 Promo

2.6.1 Pengertian Promo

Promo merupakan kata sifat sedangkan promosi merupakan kata kerja, dalam kehidupan sehari-hari masyarakat sering menyebutnya promosi dengan kalimat yaitu promo saja. Promosi atau promo yaitu alat untuk menarik konsumen untuk membeli atau menggunakan jasanya untuk mendapatkan banyak pelanggan.

Pada pemasaran dikenal dengan harga bayangan (*price shading*) yang artinya potongan harga atau yang disebut diskon, harga bayangan oleh penjual untuk meningkatkan permintaan terhadap produk. Diskon harga adalah pengurangan harga berdasarkan volume barang yang dibeli. Pada perusahaan tertentu, diskon bisa dilakukan dengan alasan telah banyak penumpukan barang yang ada digudang dikarenakan tidak laku atau tidak layak dijual. Selain itu diskon dilakukan untuk menarik konsumen, membeli atau menggunakan barang atau jasa dalam sebuah produk.⁴⁷

Dalam sebuah promo memang harus dan perlu ada yang di tonjolkan, untuk suatu produknya untuk menarik pembeli dengan cara memberikan potongan harga pada setiap pembelian. Dengan adanya promo ini pelaku usaha mengharapkan ada kenaikan untung yang di dapatkan.

Contoh promo pada gojek yaitu adanya potongan harga saat memesan di aplikasi gojek mendapatkan point, dan point itu bisa ditukar dengan berupa voucher yang didapatkan, bisa menukarkan voucher tersebut dengan promo itu yaitu akan mendapatkan potongan harga tersebut. Selain itu, diskon pada pemasaran juga dapat disebut sebagai harga psikologis (*psychological pricing*) yang artinya memberi harga barang dan jasa pada titik harga yang membuat produk tersebut tampak lebih murah dari yang sebenarnya.

2.6.2 Tujuan Promo

Setiap perusahaan yang ada dalam bidang usaha tentu memiliki tujuan. Adanya suatu tindakan yang dapat dilakukan oleh meraih keuntungan baik penjualan barang ataupun jasa dalam suatu perusahaan tersebut.

⁴⁷ Ari Setyaningrum, 2015. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi, hlm

Promo bertujuan menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. 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.⁴⁸

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.

2.6.3 Jenis-Jenis Promo

Pada saat melakukan promo dan bisa efektif dalam penjualan adanya berbagai jenis promosi yang akan di lakukan, pemilihan jenis promo efektif dalam meningkatkan suatu produk barang atau jasanya. Jenis-jenis promo tersebut adalah⁴⁹

1. Periklanan (*advertising*)
Bentuk promosi non personal dengan menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk menarik pembeli. Periklanan mengemukakan alasan suatu produk terhadap pembeli supaya di beli.
2. Penjualan tatap muka (*personal selling*)
Bentuk promosi secara personal dengan persentasi lisan dalam suatu percakapan dalam pembeli suatu barang atau jasa, yang digunakan untuk merangsang pembelian atau kegiatan mempromosikan suatu produk dengan cara mendatangi secara langsung kepada konsumen. Dengan adanya kontak langsung maka membujuk pembeli supaya membeli barang atau jasa.
3. Promosi pembeli melalui *sales promotion*
Sales promotion merupakan suatu bujukan secara langsung yang menawarkan inisiatif atau nilai lebih dari suatu barang atau jasa

⁴⁸Pendidikanekonomi, [www.http://pendidikanekonomi.com/2013/02/pengertian-dan-tujuan-promosi.html](http://pendidikanekonomi.com/2013/02/pengertian-dan-tujuan-promosi.html) diakses pada tanggal 13 januari 2019 pukul 20.00 WIB

⁴⁹ Riski Amalia, https://www.academia.edu/8595295/JENIS_JENIS_PROMOSI diakses pada tanggal 13 januari 2019 pukul 21.00 WIB

untuk suatu produk pada *sales force*, distributor melakukan penjualan secara langsung untuk penjualan segera

4. Promotional Mix atau bauran Promosi
Promotional mix yaitu merupakan gabungan dari beberapa jenis promosi yang ada untuk suatu produk yang sama sehingga menghasilkan suatu hasil yang maksimal.
5. Promosi Dagang
Kegiatannya, mempertunjukkan, memperkenalkan, memperagakan, dan menyebarkan informasi baik dalam negeri atau pun luar negeri guna untuk mencapai keuntungan.

Berdasarkan uraian diatas jenis-jenis promo yaitu ada lima apa bila pelaku usaha melakukan promo maka pelaku usaha harus mengerti promo apa yang harus dilakukan. Pelaku usaha menerapkan promo tentunya sudah mengerti apa saja yang dibutuhkan pada saat melakukan promo tersebut. Apabila pelaku usaha berhasil dalam menjalankan promo dan konsumen banyak tertarik untuk menggunakan atau membeli barang atau jasa, maka dengan begitu pelaku usaha bisa meraih nilai keuntungan yang memuaskan.

Promo ini dengan tujuan bermaksud untuk menarik atau memikat konsumen supaya menggunakan, memakai atau membeli baik barang maupun jasa yang sudah dipromosikan, dengan begitu daya tarik konsumen semakin banyak karena tergiur oleh potongan-potongan harga yang telah diberlakukan oleh pelaku usaha tersebut. Pelaku usaha banyak menerapkan sistem promo ini karena merupakan suatu alat untuk memikat konsumen.

BAB 4 PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada pembahasan bab sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Promo Gojek tidak bertentangan dengan konsep *predatory pricing* dalam persaingan usaha, karena harus dibedakan antara kegiatan promosi dalam kegiatan usaha dengan konsep *predatory pricing* yang dilarang dalam hukum persaingan usaha. Promosi sendiri merupakan program dari perusahaan berupa penawaran khusus dalam jangka pendek yang di rancang untuk memikat para konsumen yang terkait agar mengambil keputusan pembelian yang lebih cepat. Promosi penjualan merupakan kegiatan pendukung dari periklanan. Setelah melihat dan mendapatkan informasi dari iklan suatu produk, konsumen akan lebih tertarik dan mempercepat keputusan pembelian setelah mendapatkan penawaran khusus yang ditawarkan dari produk atau jasa tersebut. Dilihat dari aspek hukumnya promo tidak bertentangan dengan hukum selama tidak ada unsur-unsur yang sekiranya menyesatkan dan penipuan terhadap konsumen. *Predatory pricing* merupakan kegiatan jual rugi yang mana pelaku usaha menerapkan harga yang sangat rendah dengan tujuan untuk mematikan pesaingnya. Jadi antara promosi dengan konsep jual rugi (*predatory pricing*) memiliki tujuan yang berbeda sehingga tidak dapat dikaitkan antara keduanya.
2. Akibat hukum bila tindakan pelaku usaha memenuhi unsur *predatory pricing* yaitu dapat dikenakan tindakan administratif maupun sanksi pidana. Dalam hal sanksi administratif sesuai 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. Serta dapat berupa sanksi pidana pokok dan pidana tambahan yang di atur dalam pasal 48 ayat (2) dan pasal 49 huruf a, b dan c. Yaitu berupa ancaman pidana denda serendah-rendahnya Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp

25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah), atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 5 (lima) bulan. Serta dapat dijatuhkan pidana tambahan berupa pencabutan izin usaha, atau larangan kepada pelaku usaha yang telah terbukti melakukan pelanggaran terhadap undang-undang, untuk menduduki jabatan direksi atau komisaris sekurang-kurangnya 2 (dua) tahun dan selama-lamanya 5 (lima) tahun, atau penghentian kegiatan atau tindakan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian pada pihak lain.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari pembahasan di atas maka penulis mengajukan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Hendaknya bagi para pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya mengikuti aturan yang ditetapkan oleh undang-undang yang berlaku, baik dalam proses produksi, pemasaran maupun dalam pemberian promosi, serta perlu adanya informasi yang jelas dalam segala bentuk kegiatan usaha yang dijalankan baik yang menghasilkan produk maupun bergerak di bidang jasa agar konsumen mendapatkan haknya untuk mendapatkan informasi yang jelas. Serta mendukung program-program untuk dapat terciptanya persaingan usaha yang sehat yang memberikan peluang dan kesempatan yang sama bagi semua pelaku usaha agar dapat terwujudnya demokrasi ekonomi.
2. Hendaknya komisi pengawas persaingan usaha (KPPU) 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 persaingan usaha tidak sehat, baik terhadap adanya laporan maupun inisiatif dari KPPU sendiri, agar dapat terlaksananya kegiatan ekonomi yang sehat.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Abdul Muhammad, 2013. *Hukum Pengangkutan Niaga*, Bandung: Citra Aditya.
- Andi fahi lubis, et. Al. 2009, *Hukum Persaingan Usaha antara Teks & Konteks*. Jakarta : ROV Creative Media.
- Andika Wijaya, 2016. *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online*, Jakarta Timur: Sinar Grafika.
- Ari Setyaningrum, 2015. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- B.N Marbun, 2003 *kamus Manajemen* Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Chainnur Arrasjid, 2008 *Dasar-dasar Ilmu Hukum* Jakarta: Sinar Grafika.
- Dayu Padmara Rengganis, 2013 *Hukum Persaingan Usaha Perangkat Telekomunikasi dan Pemberlakuan Persetujuan Acfta* Bandung. Penerbit Dayu Patmara Rengginas (Alumni)
- Dyah Ochtorina Susanti dan A'an Efendi, 2015. *Penelitian Hukum (LegalResearch)*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Hermansyah, 2008, *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha* Jakarta: Prenada Media Group.
- H.Buchari Alma, 2005 *Buku Manajemen dan Pemasaran* Bandung: Rajawali Pers.
- Johny Ibrahim, 2010 *Hukum Persaingan Usaha filosofi, Teori, dan Implikasi Penerapannya di Indonesia*, jakarta Ar-Ruzz Med
- Peter Mahmud Marzuki, 2016. *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana Prenada Media group.
- Rilda Murniat, 2009 *penyelesaian Perkara Pelanggaran Hukum Persaingan Usaha oleh KPPU, Dalam buku Hukum Bangun Teori dan Telaah dalam Implementasi*. Bandar lampung: Universitas Lampung

R. Soeroso,1990, *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta: Sinar Grafika

Sentot Imam Wahjono & Anna Marina, 2009, *Kebijakan Anti Monopoli Dalam Perekonomian Indonesia*, Jurnal Balance

Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao,2010. *Hukum Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia* Bogor: Ghalia Indonesia.

Susanti Adi Nugroho, 2012, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Dalam Teori dan Praktik Serta Penerapan Hukumny; Jakarta, Kencana Paramdia Group.

Syamsul Maarif Dan B.C Rikrik Rizkiyana, 2004, *Posisi Hukum Persaiungan Usaha Dalam Sistem Hukum Nasional* : Jakarta : Creativ Media

Peraturan Perundang-Undang

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan dan Persaingan Usaha Tidak sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817), Jakarta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821), Jakarta.

Internet

Desyana putri, *manfaat gojek online bagi masyarakat*, melalui <https://manfaat.co.id/manfaat-gojek> diakses pada tanggal 13 Oktober 2018 pukul 11.00 WIB

Heri Septanto, 2016,*Ekonomi kreatif dan inovatif berbasis TIK ala gojek dan grab* melalui, <http://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/BIICT/article/view/818> diakses pada tanggal 03 Oktober 2018 pukul 18.00 WIB

Pendidikanekonomi.<http://www.pendidikanekonomi.com/2013/02/pengertian-dan-tujuan-promosi.html> diakses pada tanggal 13 januari 2019 pukul 20.00 WIB

Riski Amalia 2004, http://www.academia.edu/8595295/JENIS_JENIS-PROMOSI diakses pada tanggal 13 januari 2019 pukul 21.00 WIB

Info Driver GO-jek. “*Jenis-Jenis Layanan GO-jek*”.melalui <http://driver.gojek.com/hc/id/articles/115007596807-jenis-jenis-layanan-GO-JEK> pada tanggal 26 februari 2019 pukul 20.00 WIB

Jonathan Gultom, 2018, Go-jek : Menangkap Peluang dalam Perkembangan Zaman,melalui,<https://www.podomorouniversity.ac.id/news/detail/Go-jek-menangkap-peluang-dalam-perkembangan-zaman> diakses pada tanggal 25 februari 2019 pukul 06:38 WIB

Konsep dasar Ilmu Hukum melalui, <https://tiaraaji.wordpress.com/bahan-kuliah/pih/konsep-dasar-dalam-hukum> diakses pada tanggal 03 oktober 2018 pukul 19.00 WIB

Kezzia Betris Wee. <https://kumparan.com/@kumparantech/Membandingkan-Tarif-Ojol-Terbaru-Go-jek-Dan-Grab-1550448804149113975> diakses pada tanggal 28 februari 2019 pukul 05:21 2019 WIB

Mahardika Eko Prasetyo, *Pengertian gojek*, melalui, <https://id.scribd.com/doc/297612536/Pengertian-Gojek> diakses pada tanggal 03Oktober 2018 pukul 18.00 WIB

Pengertian akibat hukum 2017, melalui <https://www.suduthukum.com/2017/01/pengertian-akibat-hukum.html> diakses pada tanggal 04 Oktober 2018 pukul 19.00 pukul 19.00 WIB

Rona gadis achera, 2017 *makalah gojek* melalui <https://www.slideshare.net/RONAGADISACHERA/makalah-gojek> diakses pada tanggal 13 Oktober 2018 pukul 10.00 WIB

Tribunnews.com,2019,<https://www.google.com/amp/m.tribunnews.com/amp/nasional/2019/01/14/presiden-jokowi-ungkap-pendapatan-driver-Go-jek-sampai-rp-6-jutabulan?espv=1> diakses pada tanggal 1 maret 2019 pukul 13.23 WIB

Yudha Manggala P Putra, 2018, *KPPU: Pangsa Pasar Go-jek Hampir 80 Persen*, <https://republika.co.id/berita/ekonomi/fintech/18/09/06/pelfk8284-kppu-pangsa-pasar-Go-jek-hampir-80-persen> diakses pada tanggal 03 maret 2019 pukul 06:42 WIB

Yulia Vera Momuat, 2014, *Eksistensi dan akibat hukum pasal 1266 kitab Undang-Undang hukum perdata dalam perjanjian debitur yang tidak aktif melaksanakan perjanjian*, melalui <http://e-journal.uajy.ac.id/6563/3/MIH202044.pdf> diakses pada 12 Oktober 2018 pukul 18.00 WIB

Jurnal

Aji sekarmaji, 2009, *Tinjauan Atas Permasalahan Yang Timbul Dalam Penegakkan Hukum Persaingan Usaha*, Jurnal Hukum dan Pembangunan ke 39 Nomor 3

Hanif Nur Widhiyanti, 2015. *Pendekatan Per Se Illegal Dan Rule Of Reason Dalam Hukum Persaingan (Perbandingan Indonesia-Malaysia)*, *Arena Hukum* Volume 8, No. 3

Kansa Khairunissa et.al. 2017, *Pengaruh Bauran Promosi Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Mahasiswa Binus University Yang Menggunakan Jasa Go-Jek Di Jakarta)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Universitas Brawijaya Malang.Vol 46 No.2.

Kenneth M.davidson,*creating Effective Competition InstitutionsI: Ideas For Transitional Economies*, (Asian-Pacific Law and Policy Journal, Vol. 6,2005)

Murni, 2013, *Penemuan Hukum Oleh Kppu Dalam Praktik Hukum Perkara Persaingan Usaha*, jurnal Arena Hukum Volume 6, Nomor 1.

Rezmia Febrina, 2017, *Dampak Kegiatan Jual Rugi (Predatory Pricing) Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha*, Jurnal Selat Vol 4 Nomor 2.

Zuhro Puspitasari, 2017, *Rekonsepsi Pengecualian Monopoli Yang Diselenggarakan Oleh Badan Usaha Milik Negara Dalam Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, Jurnal Panorama Hukum.Vol 2 No 2.

LAMPIRAN 1



SUMBER : GOJEK

<https://www.go-jek.com//voucher-go-jek-gratis/>, diakses pada tanggal 15 mei 2019 pukul 20.00 WIB

Ketemu Kode Voucher GO-JEK Gratis Pencegah Gangguan Akibat Membawa Kendaraan Pribadi

Hai GO-JEKers,

Cape karena berbagai gangguan akibat kebanyakan bawa kendaraan pribadi? #Udahwaktunya pake GO-JEK.

Kalau kamu menemukan kode voucher GO-JEK gratis untuk layanan GO-RIDE & GO CAR di beberapa tempat yang tersebar di kota Jabodetabek, Surabaya, dan Bandung, inilah beberapa hal yang harus kamu tahu untuk menggunakan voucher tersebut.

Simak cara pemakaian kode voucher GO-JEK gratis untuk layanan GO-RIDE & GO-CAR di bawah:

Cara pertama:

1. Buka aplikasi GO-JEK
2. Scroll ke bawah, temukan gambar SOLUSI AMPUH seperti di bawah ini, dan klik ISI KODE
3. Masukkan kode voucher lalu klik tombol hijau
4. Voucher akan masuk otomatis ke aplikasi kamu dan dapat dicek di *Voucher saya* atau *My voucher* pada menu *Account* atau *Akun*. (*My Voucher juga bisa dicek di Go-Points / Go-Deals*).

Cara kedua, jika SOLUSI AMPUH gak muncul di aplikasi kamu:

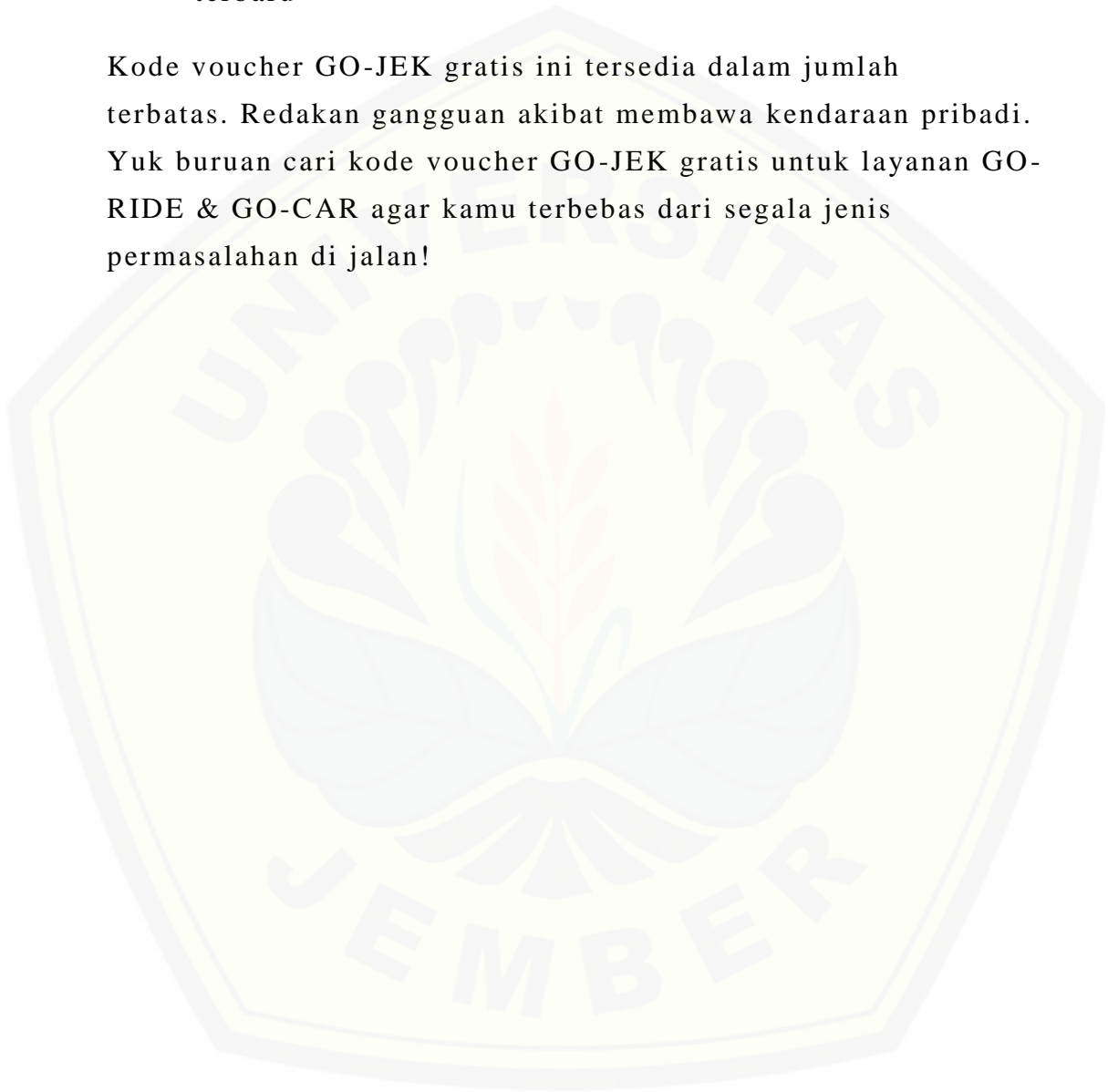
1. Buka aplikasi GO-JEK
2. Pada menu utama di bagian bawah, temukan dan klik menu *Account* atau *Akun*
3. Klik menu *Enter Promo Code* atau *Masukkan Kode Promo*
4. Masukkan kode voucher lalu klik tombol hijau
5. Voucher akan masuk otomatis ke aplikasi kamu dan dapat dicek di *Voucher saya* atau *My voucher* pada menu *Account* atau *Akun*. (*My Voucher juga bisa dicek di Go-Points / Go-Deals*).

Tapi ingat, patuhi aturan pakai kode voucher GO-JEK gratis untuk GO-RIDE & GO-CAR di bawah ini:

1. Kode unik voucher hanya bisa digunakan 1x oleh 1 ID pengguna
2. Kode unik voucher TIDAK BERLAKU untuk pegawai GO-JEK

3. Masa aktif voucher selama 7 hari setelah aktivasi.
4. Persediaan promo terbatas
5. Jangan lupa update aplikasi GO-JEK kamu ke versi yang terbaru

Kode voucher GO-JEK gratis ini tersedia dalam jumlah terbatas. Redakan gangguan akibat membawa kendaraan pribadi. Yuk buruan cari kode voucher GO-JEK gratis untuk layanan GO-RIDE & GO-CAR agar kamu terbebas dari segala jenis permasalahan di jalan!



LAMPIRAN 2

Voucher promo gojek

Sumber : Yudha Pratomo

<https://tekno.kompas.com/read/2019/03/21/18210057/tarif-promo-ojek-online-disebut-jadi-kedok-perang-hargadiakses> pada tanggal 15 mei 2019 pukul 21.00





Voucher promo gojek

JAKARTA, KOMPAS.com - Meski akan memberlakukan tarif batas bawah dan atas ojek online, pemerintah dinilai masih belum efektif mengatasi persaingan tak sehat yang terjadi di industri jasa ride-hailing. Pasalnya para perusahaan penyedia tersebut masih melakukan perang harga dengan bersembunyi di balik kedok tarif promosi. Hal tersebut diutarakan oleh akademisi yang juga merupakan staf pengajar FEUI, Dr. Andi Fahmi Lubis. Menurut Andi, jika promo potongan harga tersebut dilakukan secara terus menerus dan intensif, maka hal tersebut sama saja dengan perang harga. Rp 44,2 Triliun untuk Ekonomi Indonesia di 2018 "Promosi seperti potongan tarif, biasanya kan hanya dilakukan dalam momen-momen tertentu, bukan terus menerus. Kalau seperti itu jadinya persaingan tidak sehat karena masih perang harga," kata Andi saat ditemui di kawasan Jakarta Selatan, Kamis (21/3/2019). "Dengan bersembunyi di balik 'promosi' masih bisa terjadi predatory pricing," lanjutnya. Predatory pricing adalah salah satu strategi bisnis yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan menjual produk dengan harga yang sangat rendah. Tujuannya tak lain adalah untuk mengalahkan pesaing dan mencegah masuknya pelaku usaha yang berpotensi menjadi pesaing ke dalam pasar yang sama. Pemerintah seharusnya mengarahkan agar terjadi persaingan layanan, bukan harga," kata Andi. "Kalau konsumen hanya diberi dengan harga yang asal murah, persaingan jadi tidak sehat dan industri ini bisa mati," pungkasnya. Pemerintah akan segera memberlakukan tarif batas atas dan bawah untuk ojek online agar terjadi persaingan tarif yang sehat. Tarif batas atas dan bawah ojek online akan segera diberlakukan.