

TESIS

**ANALISIS TERHADAP POTENSI TERJADINYA DISKRIMINASI HARGA DALAM
PENGUNAAN LAYANAN PARKIR SKY PARKING**

***THE ANALYSIS OF THE PRICE DISCRIMINATION'S POTENCIAL IN USING SKY
PARKING SERVICE***



Oleh:

LANA SEPTIANA

P3600216081

**PROGRAM STUDI MAGISTER KENOTARIATAN
PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**



HALAMAN JUDUL

**ANALISIS TERHADAP POTENSI TERJADINYA DISKRIMINASI HARGA DALAM
PENGUNAAN LAYANAN PARKIR SKY PARKING**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister
Pada Program Studi Magister Kenotariatan

Disusun dan Diajukan Oleh:

LANA SEPTIANA

P3600216081

**PROGRAM STUDI MAGISTER KENOTARIATAN
PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**



TESIS

ANALISIS TERHADAP POTENSI TERJADINYA DISKRIMINASI HARGA DALAM PENGUNAAN LAYANAN PARKIR SKY PARKING

Disusun dan diajukan oleh:

LANA SEPTIANA
P3600216081

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian Tesis
Pada tanggal 31 Oktober 2020

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui
Pembimbing



Prof. Dr. Anwar Borahima, S.H., M.H
Pembimbing Utama



Dr. Winner Sitorus, S.H., M.H., LL.M.
Pembimbing Pendamping

Ketua Program Studi
Magister Kenotariatan



Ananti Nur, S.H., M.H.

Dekan Fakultas Hukum
Universitas Hasanuddin



Prof. Dr. Farida Patittingi., S.H., M.Hum.



PERNYATAAN KEASLIAN

Nama : LANA SEPTIANA

NIM : P3600216081

Program Studi : Magister Kenotariatan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penulisan tesis yang berjudul "Analisis Terhadap Potensi Terjadinya Diskriminasi Harga Dalam Penggunaan Layanan Parkir Sky Parking" adalah BENAR merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan isi Tesis ini hasil karya orang lain atau dikutip tanpa menyebut sumbernya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 02 November 2020

Yang membuat pernyataan



LANA SEPTIANA



Optimization Software:
www.balesio.com

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan lancar. Tesis ini diajukan untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Program Studi Magister Kenotariatan di Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin Makassar. Adapun judul tesis penulis yaitu: ***“Analisis Terhadap Potensi Terjadinya Diskriminasi Harga Dalam Penggunaan Layanan Parkir Sky Parking”***.

Penulis menyadari tesis ini belum dapat dikatakan sempurna karena keterbatasan kemampuan pada diri penulis. Dengan selesainya Tesis ini, penulis sepenuhnya mengakui dan menyadari tidak terlepas dari bimbingan, arahan, dan dukungan dari banyak pihak. Dalam kesempatan ini dengan sepuh hati yang tulus, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga dan rasa cinta kepada Ayahanda ***Alm. H. Abdul Wahab*** dan Ibunda ***Alm. Hj. Hasnah Alimuddin*** selaku orang tua penulis yang telah dengan penuh cinta mendidik dan membesarkan penulis, yang rela berkorban dan melimpahkan kasih sayangnya untuk kepentingan penulis, memberikan bantuan baik dukungan moril dan materil, yang dulu selalu memberikan motivasi serta mendoakan penulis yang tidak dapat diganti dan dinilai dengan apapun.

Dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

Prof. Dr. Dwia Aries Tina Pulubuhu, MA, selaku Rektor Universitas Hasanuddin Makassar beserta para wakil rektor, staf, dan jajarannya.



2. Ibu Prof. Dr. Farida Patittingi, S.H., M.Hum, selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin Makassar dan Wakil Dekan I, Wakil Dekan II, serta Wakil Dekan III Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin Makassar.
3. Ibu Dr. Sri Susyanti Nur, S.H., M.H. selaku Ketua Program Studi Magister Kenotariatan Universitas Hasanuddin Makassar.
4. Bapak Prof. Dr. Anwar Borahima, S.H., M.H., selaku Pembimbing Utama dan Bapak Dr. Winner Sitorus, S.H., M.H., LL.M. selaku Pembimbing Pendamping, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis hingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Prof. Dr. Ahmadi Miru, S.H., M.H, Ibu Dr. Nurfaidah Said, S.H., M.H., M.Si; dan Ibu Dr. Oky Deviany, S.H.,M.H selaku Dewan Penguji, yang senantiasa memberikan arahan, saran, dan kritik demi lancarnya penulisan tesis ini.
6. Bapak Prof. Dr. Achmad Ruslan, S.H., M.H selaku Pembimbing Akademik Penulis.
7. Bapak Aru Armando, S.H., M.H selaku Kepala Kantor Komisi Pengawas Persaingan Usaha yang turut memberikan informasi kepada penulis.
8. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Program Studi Magister Kenotariatan Universitas Hasanuddin Makassar yang telah mendidik dan mengajarkan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat kepada penulis.



9. Para staf akademik Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin Makassar yang senantiasa membantu dan melancarkan proses pengurusan akademik penulis dari awal menempuh pendidikan hingga selesai.
10. Saudara-saudara penulis Lina Oktaviani, Leni Ulianti, Nurul Annisa, Azizah Raihannah yang selalu memberikan dukungan dan motivasi.
11. Terkhusus Tante Hafsa Alimuddin yang telah merawat penulis dan selalu setia memotivasi serta mendukung penulis seperti ibu kandung penulis sendiri.
12. Teman-teman seperjuangan penulis Tri Ajis Irjawan, S.H. M.Kn; Nur Utami Hadi Putri Rezkia, S.H M.Kn; Andi Dettia Ati Cawa, S.H M.Kn; Rizki Febrisari, S.H., M.Kn; Indah Ayu Sartika, S.H., M.H., M.Kn; Eka Listiyani, S.H., yang selalu mendukung penulis dalam situasi apapun.
13. Teman-teman RENVOI Magister Kenotariatan Universitas Hasanuddin angkatan 2016 yang telah sama-sama berjuang. Semoga jalinan silaturahmi kita tetap berjalan sampai kapanpun.
14. Keluarga, sahabat, teman, dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas doa dan bantuannya.



Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang baik serta mendapat pahala yang berlipat ganda. Mudah - mudahan tulisan ini dapat memberikan sumbangan untuk perkembangan ilmu dan pengetahuan serta dapat bermanfaat bagi Bangsa dan Negara.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Makassar, 02 November 2020

LANA SEPTIANA



ABSTRAK

LANA SEPTIANA, “Analisis Terhadap Potensi Terjadinya Diskriminasi Harga Dalam Penggunaan Layanan Parkir Sky Parking” dibimbing oleh Anwar Borahima dan Winner Sitorus.

Penelitian ini bertujuan (1) Untuk mengidentifikasi penerapan harga berbeda pada layanan parkir Sky Parking; dan (2) Untuk menganalisis pemberlakuan harga yang berbeda pada layanan Sky Parking berdasarkan ketentuan Undang-Undang Antimonopoli.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Sumber bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sumber bahan hukum primer, sumber bahan hukum sekunder, dan sumber bahan hukum tersier dengan teknik pengumpulan bahan hukum yaitu melalui studi dokumen dan studi kepustakaan. Selanjutnya bahan hukum yang dikumpulkan kemudian dianalisis secara preskriptif dengan metode deduktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Penerapan harga berbeda pada layanan parkir PT.Sky Parking kepada pelanggan berpotensi menimbulkan diskriminasi harga dalam bentuk *fidelity rebate* berdasarkan *term and condition* pada aplikasi OVO. *Fidelity rebate* menentukan bahwa pembeli yang telah mengikatkan dirinya kepada penjual akan mendapatkan harga yang lebih murah. Penggunaan aplikasi OVO sebagai metode pembayaran dapat dilakukan oleh siapa saja karena tidak adanya batasan tertentu yang mempersyaratkan seseorang untuk menjadi anggota. Sehingga perbedaan harga pada layanan parkir Sky Parking tersebut bukanlah diskriminasi harga karena tersedianya pilihan bagi pengguna layanan untuk mengunduh aplikasi OVO tersebut atau menggunakan uang tunai. (2) Tindakan penetapan harga yang berbeda pada layanan parkir Sky Parking ditinjau dari Undang-Undang Antimonopoli merupakan tindakan yang tidak memenuhi unsur-unsur yang ada pada Pasal 6 Undang-Undang Antimonopoli tentang diskriminasi harga. Salah satu unsur yang tidak terpenuhi adalah unsur harga yang berbeda karena harga yang ditawarkan kepada pembeli hanya berlaku pada waktu-waktu tertentu. Sehingga tidak dapat dikatakan melanggar ketentuan diskriminasi harga sebagaimana dalam Pasal 6 Undang-Undang Antimonopoli.

Kata Kunci: *Analisis, Diskriminasi Harga, dan Layanan Parkir*



ABSTRACT

LANA SEPTIANA, "The Analysis of the Potential Price Discrimination's in Using Sky Parking Parking Services" supervised by Anwar Borahima and Winner Sitorus.

This research purposes (1) To identify the practice of different prices on Sky Parking parking services; and (2) To analysis the practice of different prices at Sky Parking services based on the Antimonopoly Law.

This research uses a normative legal research type with a constitutional approach and a conceptual approach. The sources of legal materials used in this research are primary sources of legal materials, secondary sources of legal materials, and tertiary sources of legal materials with techniques of collecting legal materials, namely through document study and literature study. Furthermore, the collected legal materials then analyzed prescriptively with the deductive method.

The results showed that (1) The application of different prices to the parking service of PT. Sky Parking to customers has the potential to cause price discrimination in the form of fidelity rebates based on terms and conditions in the OVO application. Fidelity rebate determines that the buyer who has committed himself to the seller will get a lower price. Anyone can use the OVO application as a payment method because there are no certain restrictions that require someone to become a member. So the difference's price in the Sky Parking parking service is not price discrimination because of the available options for users to download the OVO application or use cash. (2) Different pricing actions in Sky Parking parking services are reviewed from the Act-The Antimonopoly Law is an act that does not fulfill the elements in Article 6 of the Antimonopoly Law concerning price discrimination. One element that is not fulfilled is the element of a different price because the price offered to buyers is only valid at certain times. So it cannot be conclude to violate the provisions on price discrimination as in Article 6 of the Antimonopoly Law.

Keywords: *Analysis, Price Discrimination, and Parking Services*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penulisan.....	6
D. Manfaat Penulisan.....	6
E. Orisinalitas Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.....	11
1. Definisi Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.....	12
2. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.....	12
a. Perjanjian yang dilarang	15
b. Kegiatan yang dilarang	30
c. Penyalahgunaan Posisi Dominan.....	36
B. Komisi Pengawas Persaingan Usaha	43
1. Definisi Pengawas Persaingan Usaha	43
2. Tugas dan Wewenang Komisi Pengawas Persaingan Usaha	44
C. Diskriminasi Harga	47
1. Pengertian Diskriminasi Harga	47
2. Teknik Diskriminasi Harga	48
3. Unsur-Unsur Diskriminasi Harga	49
D. Tinjauan Mengenai OVO	51
E. Landasan Teori	57
F. Kerangka Pikir	62
METODE PENELITIAN	63
A. Jenis Penelitian	63
B. Jenis Pendekatan Penelitian	63
C. Sumber Bahan Hukum	64



D. Pengumpulan Bahan Hukum.....	66
E. Teknik Analisis Bahan Hukum.....	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
A. Penerapan Harga Berbeda Pada Layanan Parkir Sky Parking terkait Diskriminasi Harga	67
B. Tindakan Pemberlakuan Harga yang Berbeda pada Layanan Sky Parking berdasarkan Undang-Undang Antimopoli	87
BAB V PENUTUP.....	102
A. Kesimpulan.....	102
B. Saran.....	103

DAFTAR PUSTAKA



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Negara Indonesia merupakan salah satu negara besar di Asia Tenggara dan merupakan negara berkembang yang melakukan perdagangan dan ekonomi. Oleh karenanya, perdagangan di Indonesia merupakan salah satu mata pencaharian yang sangat menjanjikan. Adanya kegiatan perdagangan dapat diindikasikan dengan Bergeraknya roda perekonomian masyarakat dan dunia usaha.

Harus diakui bahwa kegiatan perdagangan dan ekonomi tidak dapat dilepaskan dari persaingan di antara para pelaku usaha. Keadaan demikian merupakan persyaratan bagi terselenggaranya ekonomi pasar, terutama pada era globalisasi dan perdagangan bebas seperti sekarang ini yang menuntut sistem ekonomi pasar bebas. Dengan demikian, persaingan antar pelaku usaha akan lebih terbuka dan kegiatan perdagangan menjadi tanpa batas.

Dalam kegiatan perdagangan, pelaku usaha berlomba-lomba untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya sehingga dapat menimbulkan adanya persaingan usaha tidak sehat. Persaingan usaha tidak sehat dapat mengakibatkan satu pihak rugi dan dapat memengaruhi kelancaran perekonomian. Oleh karena itu, pemerintah mengeluarkan

Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (yang selanjutnya disebut Undang-



Undang Antimonopoli).

Munculnya Undang-Undang Antimonopoli didasari kesepakatan yang dibuat pemerintah Indonesia dengan IMF, di mana dalam kesepakatan itu disyaratkan Indonesia membuat peraturan yang melindungi pelaku usaha dari persaingan tidak sehat. Tujuan utama pembentukan Undang-Undang ini, tertuang dalam Pasal 3 Undang-Undang Antimonopoli, yaitu:

1. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat
2. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan usaha yang sama bagi pelaku usaha besar, menengah, dan kecil
3. Mencegah praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha
4. Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha

Iklim persaingan usaha yang sehat akan menjamin tercapainya efisiensi dan efektivitas sistem perekonomian. Melalui persaingan usaha yang sehat pula, akan terjamin adanya kesempatan berusaha yang sama antara pelaku usaha besar, menengah dan kecil. Selain itu, persaingan usaha yang sehat akan meningkatkan daya saing industri dalam negeri sehingga mampu bersaing di pasar dalam negeri maupun pasar internasional. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa penegakan hukum persaingan dan implementasi kebijakan persaingan yang efektif akan menjadi pengawal bagi terimplementasinya sistem pasar yang wajar, yang akan bermuara pada kesejahteraan



rakyat Indonesia.¹

Persaingan mempunyai dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif dari persaingan adalah bahwa pelaku usaha menekan harga menjadi lebih rendah dengan cara melakukan efisiensi dan formula lainnya supaya pelaku usaha tersebut dapat menarik lebih banyak konsumen dibanding pesaingnya, lalu dengan adanya persaingan, pelaku usaha selalu berlomba-lomba untuk melakukan inovasi dan menciptakan produk baru demi terus menjaga pangsa pasar.² Persaingan bebas dalam ekonomi pasar yang dikembangkan di Indonesia bukanlah dalam arti bebas sebebaskan-bebasnya seperti dalam pengertian *laissez fair*,³ melainkan bebas tetapi terikat dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang dalam hal ini Undang-Undang Antimonopoli⁴

Dalam aktivitas bisnis dapat dipastikan terjadi persaingan (*competition*) di antara pelaku usaha. Pelaku usaha akan berusaha menciptakan, mengemas, serta memasarkan produk yang dimiliki baik barang atau jasa sebaik mungkin agar diminati dan dibeli oleh konsumen. Persaingan dalam usaha dapat berimplikasi positif, sebaliknya, dapat menjadi negatif jika dijalankan dengan perilaku negatif dan sistem ekonomi yang menyebabkan tidak kompetitif.⁵

¹Hermansyah, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, (Jakarta: Pradana Media Group, 2009). Hlm 19.

²Rahmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Cet. 1 (Jakarta: PT Pustaka Utama, 2004). Hlm 9.

³*laissez fair* dari Adam Smith yang menyatakan bahwa pasar seharusnya bebas tanpa intervensi dari pemerintah.

⁴Hermansyah, *Loc.. Cit.*

⁵Al Kemal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia)*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2010). Hlm. 1



Salah satu contoh dari pelaku usaha yang melakukan inovasi dan menciptakan produk baru adalah adanya aplikasi bernama OVO.⁶ OVO adalah aplikasi dompet elektronik yang di dalamnya menyimpan *e-money* yang dapat digunakan untuk bertransaksi melalui *smartphone*. Perusahaan yang memiliki aplikasi OVO ini dikenal dengan nama PT. Visionet Internasional. Ketertarikan masyarakat terhadap aplikasi OVO tidak terlepas dari fitur pada aplikasi yang ditawarkan yang dapat menunjang kebutuhan sehari-hari penggunanya.

PT. Visionet Internasional sebagai perusahaan pengembang dan pemilik aplikasi OVO kemudian bekerja sama dengan PT.Sky Parking, perusahaan pengelola parkir di Mal milik grup Lippo. Salah satu kebijakannya adalah memberlakukan harga Rp. 1,- (satu rupiah) untuk parkir berjam-jam bahkan selama sehari jika menggunakan aplikasi. Sedangkan untuk pengunjung yang membayar menggunakan uang tunai, diharuskan membayar sebesar Rp. 2000,- (dua ribu rupiah) per jam.

Selain memberlakukan harga Rp. 1,- (satu rupiah), pihak OVO juga memberlakukan *cashback* sebesar 30% (tiga puluh persen) jika membayar parkir dengan menggunakan aplikasi OVO. *Cashback* adalah pengembalian sejumlah *e-money* dengan syarat transaksi yang ditentukan oleh pihak OVO. *Cashback* ini diberikan dalam bentuk OVO *point* dan dapat digunakan sebagai uang elektronik untuk transaksi



adalah sistem elektronik (*platform*) yang dibuat oleh PT. Visionet Internasional salah satu produk aplikasi finansial milik grup Lippo, di mana aplikasi ini menawarkan kemudahan dalam bertransaksi (OVO *Cash*) dan aplikasi untuk mengumpulkan *point* di banyak tempat (OVO *Points*).

selanjutnya. Sehingga dengan penggunaan aplikasi tersebut konsumen diberikan penawaran harga lebih murah apabila membayar parkir dengan menggunakan aplikasi OVO.

Salah satu mal yang menerapkan pembayaran parkir menggunakan aplikasi OVO adalah Pejaten *Village*. Di mal Pejaten *Village* aturan membayar parkir dengan menggunakan aplikasi OVO tidak hanya berlaku untuk pengendara mobil tapi diterapkan pula untuk pengendara motor. Di mal Pejaten *Village* ini tidak ditemukan adanya pilihan untuk membayar menggunakan uang tunai, sehingga pengendara yang sudah berada di gerbang keluar tapi ternyata tidak mempunyai OVO diharuskan untuk mencari pos PPS (*Parking Payment Station*).⁷ PPS (*Parking Payment Station*) adalah *booth* pembayaran parkir yang tersedia di beberapa lokasi.

Berdasarkan hal di atas, dapat dilihat adanya perlakuan istimewa oleh pelaku usaha khusus untuk pengguna OVO. Berdasarkan latar belakang tersebut, diperlukan pengkajian lebih mendalam mengenai pemberlakuan harga yang berbeda kepada pengunjung yang menggunakan aplikasi OVO dengan pengunjung yang tidak menggunakan aplikasi OVO pada layanan parkir Sky Parking. Dalam penelitian ini yang menjadi isu hukum adalah potensi terjadinya diskriminasi harga dalam penenaan tarif parkir yang berbeda pada layanan Sky Parking. Tarif

berbeda yang dimaksud adalah tarif bagi pengguna uang tunai dan

kbar, 2018. Yang dilanggar dari Praktik Wajib Bayar Parkir OVO di Mal Lippo. dari laman www.tirto.id/ pada tanggal 06 Juni 2018 pukul 20:51 WITA



pengguna aplikasi OVO ketika melakukan parkir pada layanan Sky Parking tersebut.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah penerapan harga berbeda pada layanan parkir Sky Parking berpotensi menimbulkan diskriminasi harga?
2. Apakah tindakan pemberlakuan harga yang berbeda pada layanan parkir Sky Parking melanggar ketentuan Undang-Undang Antimonopoli?

C. Tujuan

1. Mengidentifikasi penerapan harga berbeda pada layanan parkir Sky Parking terhadap potensinya dalam menimbulkan diskriminasi harga.
2. Mengetahui tindakan pemberlakuan harga yang berbeda dari layanan parkir Sky Parking berdasarkan ketentuan Undang-Undang Antimonopoli.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu hukum pada umumnya dan khususnya dalam bidang hukum perusahaan yaitu diskriminasi harga oleh pelaku usaha maupun di bidang-bidang hukum lain yang masih terkait

dan penelitian yang penulis angkat.



2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi agar lebih memahami praktik yang terjadi sehari-hari terutama dalam hal terjadinya diskriminasi harga agar dapat menghindari perbedaan harga yang diberikan pelaku usaha kepada pembeli yang satu dengan pembeli yang lain.
- b. Bagi Pemerintah, diharapkan dengan penelitian ini membantu dan memberikan solusi bagi pemerintah dalam menyelesaikan kasus persaingan usaha khususnya terkait diskriminasi harga.

E. Orisinalitas Penelitian

Untuk memastikan orisinalitas dari penelitian ini, maka peneliti terlebih dahulu melakukan penelusuran terhadap penelitian yang pernah diteliti oleh peneliti lainnya. Hal ini untuk memastikan bahwa penelitian yang peneliti kerjakan berbeda dengan penelitian yang sudah ada.

Bella Angrainy Latifah, 2016, mahasiswa Universitas Airlangga dengan judul skripsi “Diskriminasi Harga (*Price Discrimination*) dalam Hukum Persaingan Usaha Menyongsong ASEAN *Economic Community*”. Secara umum skripsi ini meneliti tentang konsep diskriminasi harga dalam aturan hukum persaingan usaha di negara-negara ASEAN dan harmonisasi aturan hukum diskriminasi harga di negara ASEAN menjelang ASEAN Economic Community. Penelitian ini menggunakan tipe

n *doctrinal research* dan *theoretical research*, dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan



konseptual.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa beberapa negara ASEAN telah memiliki aturan mengenai diskriminasi harga tetapi terdapat beberapa perbedaan mengenai pengaturan diskriminasi harga di beberapa negara. Pada penelitian ini lebih menitikberatkan pada harmonisasi dari adanya pelarangan diskriminasi harga yang bersifat global bagi seluruh pelaku usaha ASEAN untuk mencegah adanya perlakuan diskriminasi harga terhadap pelaku usaha di ASEAN dalam menghadapi ASEAN Economic Community. Sementara dalam penelitian ini yang menjadi fokus penelitian adalah penerapan harga yang berbeda terhadap potensi diskriminasi harga dalam penggunaan layanan parkir Sky Parking. Diskriminasi harga yang dibahas lebih kepada diskriminasi harga kepada konsumen dan bukan diskriminasi harga yang bersifat global sebagaimana penelitian dari Bella Anggrainy.

Yizreel A. Alexander Sianipar, 2011, mahasiswa Universitas Indonesia dengan judul skripsi “Analisis Praktik Monopoli dan Diskriminasi pada Kasus Penjualan Jasa Asuransi Kecelakaan Penumpang Feri di Terminal Feri Kota Batam (Studi Putusan KPPU Nomor 32/KPPU-L/2009)”. Penelitian ini membahas mengenai praktik monopoli dan diskriminasi berdasarkan putusan KPPU Nomor 32/KPPU-L/2009. Dalam skripsi ini, menurut peneliti putusan KPPU tidak tepat sasaran kepada

a pelaku usaha berdasarkan analisisnya terhadap unsur-unsur pasal 17 dan Pasal 19 Undang-Undang Antimonopoli.



Dalam kasus penjualan jasa asuransi kepada penumpang feri Batam Singapura/Malaysia di terminal feri Kota Batam, hanya beberapa pelaku usaha saja yang menurut peneliti dapat dikenakan Pasal 17 Undang-Undang Antimonopoli, sedangkan pelaku usaha lain tidak dapat dikenakan karena tidak terbukti memenuhi unsur “melakukan penguasaan atas produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa”. Penelitian oleh Yizreel A. Alexander Sianipar ini membahas diskriminasi harga yang dilakukan secara sepihak oleh pelaku usaha sebagaimana dalam Pasal 17 dan Pasal 19 Undang-Undang Antimonopoli. Perbedaan penelitian terletak pada landasan hukum yang digunakan peneliti yakni Pasal 6 Undang-Undang Antimonopoli yang membahas diskriminasi harga yang disepakati oleh pelaku usaha.

Salsa Wirabuana Dewi, 2019, mahasiswa magister kenotariatan Universitas Airlangga dengan judul tesis “Tanggung Gugat Pengguna Dompot Digital atas Pinjaman tanpa Agunan dalam Aplikasi Dompot Digital (*E-Wallet*) OVO pada fitur OVO Paylater”. Tesis ini menganalisis karakteristik perjanjian pinjam meminjam pada fitur OVO Paylater dan tanggung gugat pengguna fitur OVO Paylater jika tidak memenuhi kewajibannya. Karakteristik perjanjian pinjam meminjam pada fitur OVO Paylater bahwa pada fasilitas OVO Paylater (Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi) terdapat sebuah hubungan hukum

pinjaman melalui perusahaan *peer to peer lending* dalam aplikasi dompet digital OVO.



Tanggung gugat pengguna fitur OVO Paylater jika tidak memenuhi kewajibannya adalah ketika pengguna OVO telah wanprestasi dengan melewati tenggat waktu yang telah disepakati bersama (1238 BW), sehingga melanggar ketentuan yang secara khusus telah disepakati sebelumnya. Penelitian oleh Salsa Wirabuana Dewi ini secara umum membahas perjanjian pinjam meminjam pada aplikasi OVO, sementara peneliti membahas mengenai penerapan harga berbeda pada pengguna layanan Sky Parking berdasarkan penggunaan aplikasi OVO dengan pengguna non OVO (uang tunai). Berdasarkan uraian tersebut, penelitian dengan judul “Analisis Terhadap Potensi Terjadinya Diskriminasi Harga Dalam Penggunaan Layanan Parkir Sky Parking” memiliki orisinalitas. Penelitian ini membahas mengenai praktik penerapan harga berbeda dengan adanya penggunaan aplikasi OVO dan kaitannya dengan Undang-Undang Antimonopoli.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

1. Definisi Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Antimonopoli menentukan bahwa monopoli adalah penguasaan atas produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha. Adapun praktik monopoli adalah pemusatan kekuasaan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan/atau pemasaran atas barang dan/atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.⁸

Monopoli dapat terjadi dengan dua cara, *pertama*, monopoli alamiah (*natural monopoly*) yang terjadi akibat kemampuan seseorang atau sekelompok pelaku usaha yang mempunyai satu kelebihan tertentu sehingga membuat pelaku usaha lain kalah bersaing. Satu pelaku usaha pada pasar sepatu yang mempunyai kualitas yang sangat baik, dapat menekan biaya produksi, pemasaran yang prima tentu akan diminati oleh konsumen, sehingga secara alamiah akan menguasai pasar sepatu.⁹

Kedua, monopoli berdasarkan hukum (*monopoly by the law*), yakni monopoli yang berasal dari pemberian negara seperti yang termaktub

asal 33 Undang-Undang Dasar 1945 yang selanjutnya dilindungi

⁸ a Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia)*, RajaGrafindo Persada, 2010). Hlm. 8.
⁹ Hlm. 10.



oleh Undang-Undang dan peraturan di bawahnya. Sedangkan persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.¹⁰ Persaingan usaha tidak sehat adalah berbagai praktik usaha yang dapat memberikan dampak negatif atas kepentingan-kepentingan konsumen.¹¹

2. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Dalam perkembangan sistem ekonomi Indonesia, hukum persaingan usaha menjadi salah satu instrumen hukum ekonomi. Hal ini ditunjukkan melalui terbitnya Undang-Undang Antimonopoli. Sebelum lahirnya Undang-Undang Antimonopoli, pengaturan mengenai hukum persaingan usaha diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan yang berlaku sebelumnya, di antaranya diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian Pasal 7 Ayat (2), Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) Pasal 382, dan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas Pasal 104.¹² Tidak hanya itu, diatur pula dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (*Burgerlijk Wetboek*) Pasal 1356, Undang-Undang Pokok Agraria



¹⁰ Ad Yani & Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis: Anti Monopoli*, (Jakarta: Raja Persada, 1999). Hlm. 18.

¹¹ Ikadir Muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, (PT. Citra Bakti Aditya Bakti, 2001). Hlm. 312.

¹² Fuady, *Hukum Anti Monopoli, Menyongsong Era Persaingan Sehat*, (Bandung: Aditya Bakti, 2003). Hlm. 42.

(Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1960) Pasal 13 Ayat (2), serta Undang-Undang tentang Usaha Kecil (Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995) Pasal 8.¹³

Undang-Undang Antimonopoli merupakan *tool of social control and a tool of social engineering*, yaitu sebagai “alat kontrol sosial”. Undang-Undang Antimonopoli berusaha menjaga kepentingan umum dan mencegah praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat, dan sebagai “alat rekayasa sosial”. Undang-Undang Antimonopoli berusaha untuk meningkatkan efisiensi ekonomi nasional, mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat, dan berusaha menciptakan efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.¹⁴

Pada hakikatnya keberadaan hukum persaingan usaha adalah mengupayakan secara optimal terciptanya persaingan usaha yang sehat (*fair competition*) dan efektif pada suatu pasar tertentu, yang mendorong agar pelaku usaha melakukan efisiensi agar mampu bersaing dengan para pesaingnya.¹⁵ Kondisi persaingan usaha dalam beberapa hal memiliki juga aspek-aspek negatif, salah satunya apabila persaingan dilakukan oleh pelaku ekonomi yang tidak jujur, bertentangan dengan kepentingan publik. Risiko ekstrim dari persaingan ini tentunya adalah kemungkinan ditempuhnya praktik-praktik curang (*unfair competition*)



Siswanto, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia, n. 72.

na D. Prayoga, et.al., *Persaingan Usaha dan Hukum yang Mengaturnya di* (Jakarta: Proyek ELIPS, 2000). Hlm.53.

ansyah, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, (Jakarta: Media Group, 2009). Hlm. 13.

karena persaingan dianggap sebagai kesempatan untuk menyingkirkan pesaing dengan cara apapun.¹⁶

Berkaitan dengan hal itu, maka keberadaan Undang-Undang Antimonopoli yang berasaskan demokrasi ekonomi dengan memerhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum tersebut mempunyai peranan yang sangat penting dan strategis dalam mewujudkan iklim persaingan usaha yang sehat di Indonesia.¹⁷

Selanjutnya iklim dan kesempatan berusaha yang ingin diwujudkan tersebut adalah tercantum dalam ketentuan Pasal 3 Undang-Undang Antimonopoli yang memuat:¹⁸

1. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat
2. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan usaha yang sama bagi pelaku usaha besar, menengah, dan kecil
3. Mencegah praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha
4. Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.



¹⁶ Puspaningrum, *Hukum Persaingan Usaha: Perjanjian dan Kegiatan yang Tidak Sehat dalam Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2010), h. 71.

Secara garis besar, Undang-Undang Antimonopoli berisikan tentang perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang dan yang berkaitan dengan posisi dominan. Berikut penjelasannya:

a. Perjanjian yang dilarang

Pengertian perjanjian menurut versi hukum persaingan terdapat dalam Pasal 1 Ayat Undang-Undang Antimonopoli “perjanjian adalah suatu perbuatan dari satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikatkan diri terhadap satu atau lebih pelaku usaha lain dengan nama apa pun baik tertulis ataupun tidak tertulis”. Adapun perjanjian-perjanjian yang dilarang oleh hukum persaingan usaha telah diatur dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 16 Undang-Undang Antimonopoli, dengan rincian sebagai berikut:

- 1) Oligopoli, yang diatur dalam Pasal 4 Ayat (1) dan (2);
- 2) Penetapan harga, yang diatur dalam Pasal 5 Ayat (1);
- 3) Pembagian wilayah, yang diatur dalam Pasal 9;
- 4) Pemboikotan, yang diatur dalam pasal 10 Ayat (1) dan Ayat (2)
- 5) Kartel, yang diatur dalam Pasal 11;
- 6) *Trust*, yang diatur dalam Pasal 12;
- 7) Oligopsoni, yang diatur dalam Pasal 13 Ayat (1) dan (2);
- 8) Integrasi Vertikal, yang diatur dalam Pasal 14;
- 9) Perjanjian Tertutup, yang diatur dalam Pasal 15 Ayat (1) sampai (3);



10) Perjanjian dengan pihak luar, yang diatur dalam Pasal 16.¹⁹

Adapun penjelasan dari bentuk perjanjian yang dilarang tersebut adalah sebagai berikut:

1. Perjanjian yang bersifat oligopoli

Secara sederhana, oligopoli adalah monopoli oleh beberapa pelaku usaha. "*monopoly by the few*". Oligopoli dapat juga diartikan kondisi ekonomi di mana hanya ada beberapa perusahaan menjual barang yang sama atau produk yang standar. "*Economic condition where only a few companies sell substantially similar or standardized products*".²⁰ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, oligopoli didefinisikan sebagai keadaan pasar yang produsen penjual barang hanya sedikit sehingga mereka atau seorang dari mereka dapat memengaruhi harga.²¹

Pengertian oligopoli dalam *kamus lengkap ekonomi edisi kedua* yang disusun oleh Christoper Pass dan Bryan Lowes adalah suatu tipe struktur pasar (*market structure*) yang mempunyai sifat-sifat sebagai berikut: (a) sedikit perusahaan dan banyak pembeli, yaitu sebagian besar penawaran pasar berada di tangan beberapa perusahaan yang relatif besar dan melakukan penjualan pada banyak pembeli-pembeli kecil, (b) produk homogen atau dibedakan, yaitu produk yang ditawarkan oleh pemasok, mungkin identik atau biasanya dibedakan antara yang satu dengan yang lain dalam satu atau beberapa hal. Dan (c) pasar yang sulit



Fahmi Lubis, *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks & Konteks*, (Jakarta: Media, 2009). Hlm. 87.
Ibrahim, *Hukum Persaingan Usaha*, (Malang: Bayu Media, 2006). Hlm 229.
Agus Saptono, *Hukum Persaingan Usaha*, (Depok: Kencana, 2017)). Hlm 19.

dimasuki, yaitu besarnya rintangan-rintangan masuk (*barries of entry*) yang mengakibatkan perusahaan-perusahaan baru sulit untuk memasuki pasar tersebut.²²

Sedangkan yang dikategorikan sebagai oligopoli berdasarkan Undang-Undang Antimonopoli adalah sebagaimana ditentukan dalam ketentuan Pasal 4 Ayat (1) dan (2) yang selengkapnya menentukan:

Pasal 4 Ayat (1):

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan tidak sehat.

Pasal 4 Ayat (2):

Pelaku usaha patut diduga atau dianggap secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa, sebagaimana dimaksud Ayat (1), apabila dua atau tiga pelaku usaha menguasai lebih dari 75% (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

2. Perjanjian penetapan harga

Perjanjian penetapan harga dilarang oleh Undang-Undang Antimonopoli yang terbagi atas perjanjian penetapan harga (*price fixing agreement*) diatur dalam Pasal 5, diskriminasi harga (*price discrimination*) diatur dalam Pasal 6, perjanjian jual rugi (*predatory pricing*) diatur dalam Pasal 7, dan pengaturan harga jual kembali (*resale price maintenance*) diatur dalam Pasal 8. Berikut penjelasan keempat jenis perjanjian harga



23

hansyah, *Loc. Cit.*
afa Kamal Rokan, *Op. Cit.*, Hlm. 84.

a. Perjanjian penetapan harga (*price fixing agreement*)

Undang-Undang Antimonopoli melarang perjanjian antarprodusen, di mana produsen menetapkan harga yang harus dibayar pembeli untuk barang dan/atau jasa yang diperdagangkan di pasar bersangkutan yang sama dari segi faktual dan geografis.

b. Perjanjian diskriminasi harga (*price discrimination agreement*)

Perjanjian diskriminasi harga diatur dalam Pasal 6 Undang-Undang Antimonopoli yang menentukan “Pelaku Usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan jasa yang sama”.

Hal yang dilarang pada pasal ini adalah membuat perjanjian yang memberlakukan diskriminasi terhadap kedudukan konsumen yang satu dengan konsumen lainnya, dengan cara memberikan harga yang berbeda-beda terhadap barang atau jasa yang sama.

Terdapat beberapa syarat untuk terjadinya diskriminasi harga:²⁴

1. Para pihak haruslah yang melakukan kegiatan bisnis, sehingga diskriminasi harga akan merugikan apa yang disebut dengan “*primary line injury*,” yakni diskriminasi harga yang dilakukan produsen atau grosir terhadap pesaingnya. Demikian pula diskriminasi harga dapat merugikan “*secondary line*” jika

diskriminasi harga dilakukan suatu produsen terhadap suatu grosir,

, Hlm 93.



atau retail yang satu dan yang lain mendapatkan perlakuan khusus. Hal ini akan menyebabkan grosir atau retail yang tidak disenangi tidak dapat berkompetisi secara sehat dengan grosir atau retail yang disenangi.

2. Terdapat perbedaan harga baik secara langsung maupun tidak langsung, misalnya melalui diskon atau pembayaran secara kredit, namun pada pihak lain harus *cash* dan tidak ada diskon.
3. Dilakukan terhadap pembeli yang berbeda. Jadi dalam hal ini paling sedikit harus ada dua pembeli.
4. Terhadap barang yang sama tingkat kualitasnya.
5. Perbuatan tersebut secara substansial akan merugikan, merusak, mencegah terjadinya persaingan yang sehat atau dapat menyebabkan monopoli pada suatu aktivitas perdagangan.

c. Jual rugi (*predatory pricing*)

Penetapan harga di bawah pasar dengan pelaku usaha lain disebut juga penetapan harga di bawah biaya marjinal. Larangan ini dicakup oleh Pasal 7 dari Undang-Undang Antimonopoli. Larangan berlaku apabila penetapan harga di bawah pasar dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.²⁵

Apabila perjanjian yang menetapkan harga di bawah pasar ini tidak dilarang, maka pihak yang kurang kuat modalnya tentu tidak

menyainginya. Biasanya pada gilirannya nanti, apabila pihak



Hlm 95.

pesaing satu demi satu berguguran karena barangnya tidak laku, pihak yang membuat perjanjian tadi kembali menaikkan harga dengan sangat tinggi karena tidak mempunyai pesaing lagi. Tentunya, pasar akan menjadi monopolis atau oligopolis sehingga akan mudah merugikan konsumen.²⁶

Dengan kata lain, menetapkan harga yang sangat rendah untuk sementara waktu agar pelaku usaha lain tidak dapat masuk karena harga pasar yang ada terlalu rendah untuk mendapatkan keuntungan. Untuk menghambat atau mengusir pelaku usaha dari pasar memang biasanya pelaku usaha saingannya akan menerapkan harga yang rendah (banting harga). *Predatory Pricing* dari segi ekonomi adalah menetapkan harga yang tidak wajar, yaitu lebih rendah daripada biaya variabel rata-rata.

Penentuan biaya variabel rata-rata sangat sulit dilakukan dalam dunia nyata. Oleh sebab itu, kebanyakan praktisi akan mengatakan bahwa *predatory pricing* adalah tindakan menentukan harga di bawah biaya rata-rata atau tindakan jual rugi. Tindakan lain yang juga biasa dilakukan adalah membuat kapasitas produksi yang tidak memungkinkan pelaku usaha lainnya untuk dapat masuk ke pasar karena skala ekonomisnya tidak lagi terjangkau. Penentuan kapasitas produksi dapat terjadi jauh sebelum pelaku usaha lain masuk atau sesaat sebelum pelaku usaha lain masuk.²⁷



d. Penetapan harga jual kembali (*resale price maintenance*)

Penetapan harga jual kembali dilarang oleh Pasal 8 Undang-Undang Antimonopoli. Pelaku usaha dilarang untuk membuat dengan pelaku usaha lainnya bahwa pihak pembeli barang atau jasa tersebut tidak akan menjual atau memasok barang atau jasa tersebut di bawah harga yang telah ditetapkan bersama. Prinsipnya, pihak pembeli bebas untuk menetapkan harga dari barang atau jasa yang sudah dibelinya sesuai dengan permintaan dan penawaran yang ada di pasar.²⁸

Terdapat dua macam penetapan harga jual kembali, yaitu:²⁹

a) Penetapan harga secara maksimum (*maximum price fixing*)

Strategi penetapan harga ini biasanya diterapkan oleh produsen kepada distributor produk bersangkutan, yang bertujuan untuk mengontrol distributor untuk tidak menjual di atas harga maksimum yang ditawarkan. Mungkin saja konsumen tidak dirugikan dengan perjanjian ini, malah bisa diuntungkan karena yang diperjanjikan larangan untuk menjual lebih mahal atau di atas harga maksimum. Yang diinginkan dari perjanjian ini adalah hasil yang diharapkan melalui strategi ini adalah terkendalinya harga yang bersaing, sampai pada tingkat penjualan eceran.

b) Penetapan harga secara minimum (*minimum price fixing*)

Penetapan harga minimum ini juga sering disebut dengan *floor price* artinya, kesepakatan antarpelaku usaha di mana pembeli akan

kembali barang yang dibelinya pada harga yang tidak boleh di



bawah harga yang ditentukan. Strategi penetapan harga ini umumnya memiliki dua tujuan utama, yakni mempertahankan nama baik (*goodwill*) produsen atau merk tertentu dan untuk mencegah terjadinya persaingan tidak sehat pada level distributor.

3. Perjanjian pembagian wilayah pemasaran atau alokasi pasar

Latar belakang larangan pembagian wilayah pemasaran adalah upaya untuk menghindari terjadinya kasus-kasus kartel secara khusus di daerah tertentu. Dengan adanya pembagian wilayah akan menghilangkan kemungkinan bagi pasar lain untuk memilih jasa yang ditawarkan di pasar tersebut. Dengan kata lain, pembagian wilayah bertujuan menghindari terjadinya persaingan usaha di antara pelaku usaha yang saling bersaing sehingga pelaku usaha menaikkan dan mendapatkan keuntungan besar.³⁰

Pembagian wilayah pemasaran adalah cara untuk menghindari atau mengurangi persaingan yang bisa diambil oleh pelaku usaha yang saling bersaing dalam satu bidang usaha sehingga suatu pasar dapat dikuasai secara eksklusif oleh masing-masing pelaku usaha. Dengan demikian yang dimaksud dengan pembagian wilayah pemasaran atau alokasi pasar, adalah :

1. Membagi wilayah untuk memperoleh atau memasok barang dan/atau jasa.
2. Menetapkan dari siapa saja dapat memperoleh atau memasok

barang dan/atau jasa.

Hlm. 99



Larangan pembagian wilayah pemasaran yang dilarang dalam Pasal 9 Undang-Undang Antimonopoli ini merupakan sebagian saja dari pelarangan pembagian pasar seperti yang umum dilarang oleh Hukum Antimonopoli. Dalam hukum Antimonopoli dikenal berbagai macam pembagian pasar (secara horizontal) yang secara yuridis dilarang, yakni:³¹

- a. Pembagian pasar teritorial, dalam hal ini yang dibagi adalah teritorial dari pasar.
- b. Pembagian pasar konsumen, pembagian di mana konsumen tertentu menjadi pelanggan seorang pelaku pasar sementara konsumen yang lain menjadi pelanggan dari pihak pelaku pasar pesaingnya.
- c. Pembagian pasar fungsional, di sini pasar dibagi menurut fungsinya, misalnya pasar distribusi barang tertentu diberikan kepada kelompok pasar yang satu, sementara pasar retail barang yang sama diberikan pada kelompok pelaku pasar lainnya.
- d. Pembagian pasar produk, di sini pasar dibagi menurut jenis produk dari suatu garis produksi yang sama, misalnya untuk penjualan *spare part* mobil merek tertentu, seorang pelaku usaha memasok suku cadang yang kecil-kecil sementara pelaku pasar pesaingnya memasok suku cadang yang besar-besar.³²

Dalam hal pembagian wilayah ini dapat dilihat dalam beberapa modus



Hlm.100
Antoni Adi Nugroho, *Pengaturan Persaingan Usaha di Indonesia*, (Jakarta, Mahkamah Agung, 2001), hlm 39, sebagaimana dikutip dari Mustafakan, *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia)*, (Depok: Pustaka Persada, 2010), hlm 101.

operandi, yakni:

1. Para pelaku usaha sepakat untuk mengharuskan pembelinya hanya menjual barang atau jasa tersebut hanya di wilayah tertentu saja.
2. Para pelaku usaha menyepakati untuk menawarkan harga yang lebih tinggi dari mitranya di wilayah yang telah mereka sepakati bersama.
3. Adanya kesepakatan untuk hanya memasok kuantitas atau kualitas barang tertentu di pasar yang disepakati.
4. Kesepakatan untuk tidak melakukan penjualan agresif atau mengiklankan produk di pasar mitranya sesuai dengan kesepakatan.
4. Perjanjian pemboikotan (*boycott*)

Pemboikotan berasal dari kata dasar boikot yang berasal dari kata “*boycott*”. Berkaitan dengan hal itu, dalam *Kamus Lengkap Ekonomi Edisi Kedua* yang disusun oleh Christopher Pass dan Bryan Lowes, *boycott* atau boikot itu mengandung arti penghentian pasokan barang oleh produsen untuk memaksa distributor menjual kembali barang tersebut dengan ketentuan khusus. Boikot dapat diartikan juga sebagai pelarangan impor atau ekspor tertentu, atau pelarangan sama sekali melakukan perdagangan internasional dengan negara tertentu oleh negara-negara lain.³³

Sehubungan dengan perjanjian pemboikotan tersebut, ada dua macam perjanjian yang dilarang oleh Pasal 10, yaitu:



Perjanjian yang dapat menghalangi pelaku usaha lain (pihak ketiga) untuk melakukan usaha yang sama, dan

mansyah, *Op. Cit.*, hlm 31.

- b. Perjanjian untuk menolak menjual setiap barang dan/atau jasa dari pelaku usaha lain (pihak ketiga), jika:
 1. Merugikan atau dapat diduga akan merugikan pelaku usaha lain tersebut
 2. Membatasi pelaku usaha lain dalam menjual atau membeli setiap barang dan/atau jasa dari pasar yang bersangkutan.³⁴

5. Perjanjian kartel (*cartel*)

Perjanjian kartel merupakan salah satu perjanjian yang kerap kali terjadi dalam tindak monopoli. Secara sederhana, kartel adalah perjanjian satu pelaku usaha dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menghilangkan persaingan di antara keduanya. Dengan perkataan lain, kartel (*cartel*) adalah kerjasama dari produsen-produsen produk tertentu yang bertujuan untuk mengawasi produksi, penjualan, dan harga serta untuk melakukan monopoli terhadap komoditas atau industri tertentu.³⁵

Berkaitan dengan itu, berdasarkan Undang-Undang Antimonopoli, kartel adalah perjanjian yang mengandung maksud untuk memengaruhi harga dengan mengatur produksi dan/atau pemasaran suatu barang dan/atau jasa. Hal ini diatur dalam ketentuan Pasal 11 Undang-Undang Antimonopoli yang memutuskan:

“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya yang bermaksud untuk memengaruhi harga dengan mengatur produksi dan/atau pemasaran suatu barang dan/atau jasa, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan tidak sehat”.

6. Perjanjian *trust*

Trust adalah perjanjian untuk melakukan kerja sama dengan untuk gabungan perusahaan atau perseroan yang lebih besar

_____ hlm 40.
afa Kamal Rokan. *Op. Cit.*, hlm 105.



dengan tetap menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidup masing-masing perusahaan atau perseroan anggotanya, yang bertujuan mengontrol produksi dan/atau pemasaran atas barang dan/atau jasa.³⁶

Mengenai *trust* ini diatur dalam Pasal 12 Undang-Undang Antimonopoli, yang selengkapnya menentukan:

“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk melakukan kerjasama dengan membentuk gabungan perusahaan atau perseroan yang lebih besar, dengan tetap menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidup masing-masing perusahaan atau perseroan anggotanya, yang bertujuan untuk mengontrol produksi dan/atau pemasaran atas barang dan/atau jasa, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan tidak sehat”.

Secara garis besar perjanjian yang dilarang pada bab ini adalah berkaitan dengan perjanjian kartel dan perjanjian bersifat perilaku pelaku usaha dengan segala macam bentuknya. Namun selanjutnya Undang-Undang Antimonopoli juga mengawasi perusahaan gabungan (*joint venture*). Pengawasan *joint venture* dalam Undang-Undang Antimonopoli dibagi dua tahap.³⁷

Pertama, perusahaan gabungan yang diawasi Pasal 12, yakni suatu kerja sama dengan membentuk gabungan perusahaan atau perseroan yang lebih besar, dengan tetap menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidup masing-masing perusahaan atau perseroan anggotanya, yang bertujuan untuk mengontrol produksi dan/atau pemasaran atas barang dan/atau jasa, sehingga dapat mengakibatkan

praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

³⁶ Mansyah. *Op. Cit.*, . Hlm 34.

³⁷ Afa Kamal Rokan. *Op.Cit.*. Hlm 112



Kedua, pengawasan penggabungan perusahaan juga dapat dilaksanakan menurut ketentuan Pasal 28 dan Pasal 29.³⁸

7. Perjanjian oligopsoni

Oligopsoni ini adalah perjanjian yang bertujuan untuk secara bersama-sama menguasai pembelian atau penerimaan pasokan agar dapat mengendalikan harga atas barang dan/atau jasa dalam pasar yang bersangkutan.³⁹

Pengaturan larangan perjanjian oligopsoni diatur pada Pasal 13 Undang-Undang Antimonopoli, yakni:

- a. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang bertujuan untuk secara bersama-sama menguasai pembelian atau penerimaan pasokan agar dapat mengendalikan harga atas barang dan/atau jasa dalam pasar bersangkutan, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.
- b. Pelaku usaha patut diduga atau dianggap secara sama-sama menguasai pembelian atau penerimaan pasokan sebagaimana dimaksud dalam Ayat (1) apabila 2 (dua) atau 3 (tiga) pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 75% (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

8. Perjanjian integrasi vertikal (*vertical integration*)

Integrasi vertikal ini adalah perjanjian antara para pelaku usaha yang bertujuan untuk menguasai produksi sejumlah produk yang termasuk dalam rangkaian produksi barang dan/atau jasa tertentu yang mana setiap rangkaian produksi merupakan hasil pengolahan atau proses lanjutan, baik dalam satu rangkaian langsung, maupun tidak langsung.⁴⁰



Hlm 113.
mansyah. *Op.Cit.*, hlm 34.
Hlm 36.

Integrasi vertikal diatur dalam Pasal 14 Undang-Undang

Antimonopoli sebagai berikut:

“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang bertujuan untuk menguasai produksi sejumlah produk yang termasuk dalam rangkaian produksi barang dan/atau jasa tertentu di mana setiap rangkaian produksi merupakan hasil pengolahan atau proses lanjutan baik dalam satu rangkaian langsung maupun tidak langsung yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat dan /atau merugikan masyarakat.”

Secara umum bahwa yang dimaksud dengan integrasi vertikal adalah suatu penguasaan serangkaian proses produksi atas barang tertentu mulai dari hulu sampai hilir atau proses yang berlanjut atas suatu layanan jasa tertentu oleh pelaku usaha tertentu. Hubungan antarperusahaan dalam suatu pasar merupakan hubungan yang kompleks. Di satu pihak, suatu perusahaan tergantung pada perusahaan lain untuk memasok bahan baku. Di pihak lain, perusahaan tersebut juga tergantung pada perusahaan distribusi yang menjual produk-produknya di pasar.⁴¹

9. Perjanjian tertutup

Perjanjian tertutup adalah perjanjian antara para pelaku usaha yang memuat persyaratan: (1) pihak yang menerima barang dan/atau jasa hanya akan memasok atau tidak memasok kembali barang dan/atau jasa tersebut kepada pihak tertentu dan/atau pada tempat tertentu; (2) pihak yang menerima barang dan/atau jasa tertentu harus bersedia membeli

dan/atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok; (3) pelaku usaha

Antoni Adi Nugroho, *Op. Cit.*, hlm 42.



yang menerima barang dan/atau jasa dari pelaku usaha pemasok: (a) harus bersedia membeli barang dan/atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok, atau (b) tidak akan membeli barang dan/atau jasa yang sama atau sejenis dari pelaku usaha lain yang menjadi pesaing dari pelaku usaha pemasok. Mengenai perjanjian tertutup ini diatur dalam Pasal 15 Ayat (1), (2), dan (3) Undang-Undang Antimonopoli.⁴²

10. Perjanjian dengan pihak luar negeri

Perjanjian dengan pihak luar negeri adalah perjanjian yang memuat ketentuan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha yang tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 16 Undang-Undang Antimonopoli. Pasal 16 ini selengkapnya menentukan bahwa “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pihak luar negeri yang memuat ketentuan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat”.

Pengertian Pasal 16 menjadi jelas dalam kaitannya dengan Pasal 1 angka (5) yang berkaitan dengan syarat subjektif dan objektif.⁴³ Pada pasal ini (Pasal 1 angka 5) tidak menjangkau pelaku usaha yang bermarkas di luar negeri dan tidak melakukan aktivitas usaha di Indonesia. Pasal 16 inilah yang menutupi celah tersebut. Dengan adanya pasal ini berarti terdapat ketentuan khusus untuk melakukan perjanjian dengan



mansyah. *Op. Cit.*, hlm 37.

al 1 angka 5 “Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, ng berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan ukan atau melampaui kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik baik sendiri-sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, ggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.”

selengkapnya pasal ini menentukan bahwa:

Pasal 17 Ayat (1):

“Pelaku usaha dilarang melakukan penguasaan atas produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan tidak sehat”.

Pasal 17 Ayat (2):

“Pelaku usaha patut diduga atau dianggap melakukan penguasaan atas produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud Ayat (1) apabila:

- a. Barang dan/atau jasa yang bersangkutan belum ada substitusinya, atau
- b. Mengakibatkan pelaku usaha lain tidak dapat masuk ke dalam persaingan usaha barang dan atau jasa yang sama
- c. Satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50% (lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

Adapun yang dimaksud dengan pelaku usaha lain yang terdapat dalam ketentuan Pasal 17 Ayat (2) di atas adalah pelaku usaha yang mempunyai kemampuan bersaing yang signifikan dalam pasar yang bersangkutan.

2. Monopsoni

Dalam Undang-Undang Antimonopoli tidak ditentukan pengertian mengenai monopsoni sebagaimana halnya pengertian monopoli. Menurut *Black's Law Dictionary*, monopsoni adalah “*a condition of market in which there is but one buyer for a particular commodity*”. Rumusan ini tidak berbeda dengan pengertian monopsoni dalam Kamus Besar Bahasa

a yang mengemukakan bahwa monopsoni adalah keadaan pasar



secara tidak seimbang yang dipengaruhi oleh seorang pembeli.⁴⁷

Pada prinsipnya monopsoni adalah menguasai penerimaan pasokan atau menjadi pembeli tunggal atas barang dan/atau jasa dalam pasar yang bersangkutan sebagaimana diatur dalam Pasal 18 Ayat (1) dan (2).

Selengkapnya pasal ini menentukan bahwa:⁴⁸

Pasal 18 Ayat (1):

“Pelaku usaha dilarang menguasai penerimaan pasokan atau menjadi pembeli tunggal atas barang dan/atau jasa dalam pasar bersangkutan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan tidak sehat.”

Pasal 18 Ayat (2):

“Pelaku usaha patut diduga atau dianggap menguasai penerimaan pasokan atau menjadi pembeli tunggal sebagaimana dimaksud Ayat (1) apabila satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50% (lima puluh persen) pangsa pasar atau jenis barang atau jasa tertentu.”

3. Penguasaan pasar

Tidak ditentukan mengenai pengertian penguasaan pasar dalam Undang-Undang Antimonopoli. Namun demikian, penguasaan pasar ini adalah kegiatan yang dilarang karena dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha yang tidak sehat sebagaimana ditentukan dalam Pasal 19, Pasal 20, dan Pasal 21 Undang-Undang Antimonopoli tersebut. Adapun ketentuan pasal-pasal itu mengatur tentang:

Pasal 19:

Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat

Hlm. 149.
mansyah. *Op. Cit.*, Hlm. 41.



mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat berupa:

- a. Menolak dan/atau menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar yang bersangkutan, atau
- b. Menghalangi konsumen atau pelanggan pelaku usaha pesaingnya untuk tidak melakukan hubungan usaha dengan pelaku usaha pesaingnya, atau
- c. Membatasi peredaran dan/atau penjualan barang dan/atau jasa pada pasar yang bersangkutan, atau
- d. Melakukan praktik diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu.

Berdasarkan ketentuan Pasal 19 Undang-Undang Antimonopoli itu jelas bahwa menolak atau menghalangi pelaku usaha tertentu tidak boleh dilakukan dengan cara yang tidak wajar atau dengan alasan non-ekonomi, misalnya karena perbedaan suku, ras, status sosial, dan lain-lain. Kegiatan penguasaan pasar yang dilarang adalah ketika penolakan atau menghalang-halangi pelaku usaha tertentu untuk menolak melakukan kegiatan usaha yang sama. Menolak atau menghalang-halangi pelaku usaha tertentu dapat diklasifikasikan sebagai berikut:⁴⁹

- a. Menolak pesaing (*refusal to deal*). Menolak atau menghalang-halangi pelaku usaha tertentu (pesaing) dalam hal melakukan usaha yang sama pada pasar yang bersangkutan. Salah satu cara yang sering kali digunakan untuk menyingkirkan pesaing adalah dengan menerapkan strategi *refusal to deal*.
- b. Menghalangi konsumen. Yang dilakukan oleh pelaku usaha ini ialah dengan mengadakan upaya perjanjian antara distributor dari pelaku

usaha tersebut yang memasarkan produknya dengan pihak grosir, pengecer, ritel, atau toko yang menjual produknya tersebut kepada

a. Kamal Rokan. *Op. Cit.*, hlm. 151-153.



masyarakat. Perjanjian ini diikat dalam upaya promo yang digelar oleh pelaku ataupun ritel dapat memasarkan produknya, namun tidak boleh menjual produk-produk lain.

- c. Pembatasan peredaran produk. Membatasi peredaran dan/atau penjualan barang dan/atau jasa pada pasar yang bersangkutan.
- d. Diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu pesaingnya.
- e. Melakukan jual rugi (*predatory pricing*). Pemasokan produk dengan cara jual rugi, yaitu dengan menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya karena tidak mampu lagi bersaing.
- f. Penetapan biaya secara curang. Melakukan kecurangan atau memanipulasi dalam menetapkan biaya produksi dan biaya lainnya yang merupakan komponen harga produk sehingga harga lebih rendah daripada harga sebenarnya.

4. Persekongkolan

Menurut ketentuan Pasal 1 angka (8) Undang-Undang Antimonopoli persekongkolan atau konspirasi usaha adalah bentuk kerja sama yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan pelaku usaha lain dengan maksud untuk menguasai pasar bersangkutan bagi kepentingan pelaku usaha yang bersekongkol. Persekongkolan ini adalah kegiatan yang dilarang sebagaimana diatur dalam Pasal 22, Pasal 23, dan Pasal 24 Undang-

Antimonopoli. Selengkapnya pasal-pasal tersebut menentukan berikut:



Pasal 22 menentukan bahwa “Pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk mengatur dan/atau menentukan pemegang tender sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.”

Pasal 22 berasumsi bahwa persekongkolan terjadi di antara para pelaku usaha. Dengan demikian, penerapan ketentuan tersebut tergantung pada dua kondisi yaitu pihak-pihak tersebut harus berpartisipasi, dan harus menyepakati suatu persekongkolan.⁵⁰

Larangan dalam hal ini adalah apabila pelaku usaha bersekongkol dengan pihak lain, baik pihak penyelenggara tender yang dilakukan oleh pemerintah/swasta atau pelaku usaha yang turut terlibat dalam tender itu yang bertindak seolah-olah pesaing, padahal ia hanya sebagai pelengkap atau pelaku usaha semu yang telah bersepakat untuk menentukan pelaku usaha yang mana akan memenangkan tender tersebut. Tindakan persekongkolan tersebut menurut Pasal 22 dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.⁵¹

Pasal 23:

“Pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk mendapatkan informasi kegiatan usaha pesaingnya yang dapat diklasifikasikan sebagai rahasia perusahaan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.”

⁵⁰Knud Hansen, et. al., *Undang-Undang No. 5 Tahun 1999: Undang-Undang Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat: Law Concerning The of Monopolistic Practices and Unfair Competition*, Cetakan Kedua (Jakarta: Katalis Publishing Media Services, 2002). Hlm 313.

Budi Maulana, *Catatan Singkat Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Cetakan Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000). Hlm. 33.



Pasal 24:

“Pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk menghambat produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa pelaku usaha pesaingnya dengan maksud agar barang dan/atau jasa yang ditawarkan atau dipasok di pasar bersangkutan menjadi kurang baik dari jumlah, kualitas, maupun ketetapan waktu yang dipersyaratkan.”

Dari ketiga pasal di atas, dapat dikatakan bahwa kegiatan persekongkolan yang dilarang itu dapat dibagi dalam 3 (tiga) kategori, yaitu: (1) persekongkolan yang berkaitan dengan tender, mencakup pengaturan atau penentuan pemegang tender yang tidak wajar, (2) persekongkolan yang berkaitan dengan informasi atau rahasia perusahaan, yaitu persekongkolan untuk mendapatkan informasi yang dikategorikan sebagai rahasia perusahaan dari pelaku usaha pesaing dengan cara ilegal, dan (3) persekongkolan yang berkaitan dengan upaya menghambat produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa pelaku usaha-pelaku usaha pesaingnya dengan secara curang atau ilegal.⁵²

c. Penyalahgunaan Posisi Dominan

Ketentuan dalam Undang-Undang Antimonopoli melarang posisi dominan di pasar, karena aktivitas memiliki posisi dominan dapat mengakibatkan pihak yang memiliki posisi dominan tersebut dapat dengan mudah mengetahui kekuatan pesaing di pasar dan dengan kekuatannya dapat menentukan kehendak dalam pasar. Oleh karena itu, akan mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha



hansyah, *Op. Cit.*, Hlm. 43-44.

tidak sehat.⁵³

Ketentuan dalam Undang-Undang Antimonopoli mengenai posisi dominan mengatur mengenai, antara lain:

1. Posisi dominan yang bersifat umum;
2. Larangan jabatan rangkap;
3. Bentuk larangan kepemilikan saham;
4. Merger, akuisisi, dan konsolidasi yang dilarang.

Berdasarkan ketentuan Undang-Undang Antimonopoli, posisi dominan yang dilarang dalam dunia usaha karena dapat menimbulkan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dibedakan dalam 4 (empat) bentuk, yaitu:⁵⁴

1. Posisi dominan yang bersifat umum

Mengenai posisi dominan yang bersifat umum ini dapat dilihat dari ketentuan Pasal 25 Ayat (1) dan Ayat (2). Selengkapnya pasal ini mengatur sebagai berikut:

Pasal 25 Ayat (1):

“Pelaku usaha dilarang menggunakan posisi dominan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk:

- a. Menetapkan syarat-syarat perdagangan dengan tujuan untuk mencegah dan/atau menghalangi konsumen memperoleh barang dan/atau jasa yang bersaing, baik dari segi harga maupun kualitas;
- b. Membatasi pasar dan/atau teknologi;
- c. Menghambat pelaku usaha lain yang berpotensi menjadi pesaing untuk memasuki pasar yang bersangkutan.



Id Margono, *Hukum Anti Monopoli*. (Sinar Grafika, Jakarta, 2009). Hlm 121. Cit., Hlm 44-49.

Pasal 25 Ayat (2):

“Pelaku usaha yang memiliki posisi dominan sebagaimana dimaksud Ayat (1) apabila:

- a. Satu pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai 50% (lima puluh persen) atau lebih pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu, atau
- 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.

2. Posisi dominan karena rangkap jabatan

Untuk mencegah terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan tidak sehat disebabkan karena adanya posisi dominan, maka Undang-Undang Antimonopoli secara jelas dan tegas melarang jabatan rangkap dari seorang direksi atau komisaris suatu perusahaan. Adanya larangan mengenai rangkap jabatan ini diatur dalam Pasal 26 Undang-Undang Antimonopoli, yang menentukan.⁵⁵

“Seseorang yang menduduki jabatan sebagai direksi atau komisaris dari suatu perusahaan, pada waktu bersamaan dilarang merangkap menjadi direksi atau komisaris pada perusahaan lain, apabila perusahaan-perusahaan tersebut:⁵⁶

- a. Berada dalam pasar bersangkutan yang sama,
- b. Memiliki keterkaitan erat dalam bidang dan/atau jenis usaha, perusahaan-perusahaan tersebut saling mendukung atau berhubungan langsung dalam proses produksi, pemasaran, atau produksi dan pemasaran,
- c. Secara bersama dapat menguasai pangsa pasar barang dan/atau jasa tertentu, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

3. Posisi dominan karena pemilikan saham mayoritas

Larangan posisi dominan karena pemilikan saham ini diatur dalam

7 Undang-Undang Antimonopoli, yang selengkapnya menentukan



bahwa:

Pasal 27 Ayat (1):

“Pelaku usaha dilarang memiliki saham mayoritas pada beberapa perusahaan sejenis yang melakukan kegiatan usaha dalam bidang yang sama pada pasar bersangkutan yang sama, atau mendirikan beberapa perusahaan yang memiliki kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan yang sama, apabila kepemilikan tersebut mengakibatkan:

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

4. Posisi dominan karena penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan

Dalam Undang-Undang Antimonopoli ditentukan bahwa penggabungan atau peleburan suatu badan usaha itu dilarang apabila perbuatan tersebut dapat mengakibatkan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

Ketentuan yang melarang perbuatan tersebut adalah Pasal 28 dan Pasal 29 Undang-Undang Antimonopoli yang selengkapnya menentukan:

Pasal 28 Ayat (1) menentukan “Pelaku usaha dilarang melakukan penggabungan atau peleburan badan usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat”

Pasal 28 Ayat (2) menentukan “Pelaku usaha dilarang melakukan

gabungan atau peleburan badan usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat”.



Pasal 28 Ayat (3):

“Ketentuan lebih lanjut mengenai penggabungan atau peleburan badan usaha yang dilarang sebagaimana dimaksud Ayat (1), dan ketentuan mengenai pengambilalihan saham perusahaan sebagaimana dimaksud Ayat (2) pasal ini, diatur dalam Peraturan Pemerintah.

Yang dimaksud dengan badan usaha dalam ketentuan Pasal 28 Ayat (1) di atas adalah perusahaan atau bentuk usaha, baik yang berbentuk badan hukum (misalnya, perseroan terbatas) maupun bukan badan hukum, yang menjalankan satu jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus dengan tujuan untuk memperoleh laba. Selain diatur dalam Pasal 28 sebagaimana diuraikan di atas, mengenai penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan ini diatur dalam Pasal 29 Undang-Undang Antimonopoli. Ketentuan Pasal 29 itu mengemukakan sebagai berikut:⁵⁷

Pasal 29 Ayat (1) menentukan bahwa:

“Penggabungan atau peleburan badan usaha, atau pengambilalihan saham sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 yang berakibat nilai aset dan/atau nilai penjualannya melebihi jumlah tertentu, wajib diberitahukan kepada komisi, selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari sejak tanggal penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan tersebut”.

Pasal 29 Ayat (2) menentukan bahwa “Ketentuan tentang penetapan nilai aset dan/atau nilai penjualan serta tata cara pemberitahuan sebagaimana dimaksud Ayat (1) diatur dalam Peraturan Pemerintah”.

Terkait dengan ketentuan tentang posisi dominan terutama terkait dengan penggabungan (*merger*), peleburan (*konsolidasi*), dan pengambilalihan (*akuisisi*) dalam ketentuan Pasal 28 Ayat (1), (2), dan (3)



Undang-Undang Antimonopoli sebagaimana diuraikan di atas adalah berkaitan dengan ketentuan Pasal 126 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Ketentuan Pasal 126 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas selengkapnya menentukan sebagai berikut:

Perbuatan hukum penggabungan, peleburan, pengambilalihan, atau pemisahan wajib memerhatikan kepentingan:

- a. Perseroan, pemegang saham minoritas, karyawan perseroan;
- b. Kreditor dan mitra usaha lainnya dari perseroan; dan
- c. Masyarakat dan persaingan sehat dalam melakukan usaha.

Beranjak dari itu, dapat dikemukakan bahwa ketentuan Pasal 28 Undang-Undang Antimonopoli pada prinsipnya menentukan bahwa perbuatan hukum yang berbentuk penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan badan usaha itu boleh dilakukan oleh pelaku usaha sepanjang perbuatan itu tidak mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, sedangkan ketentuan Pasal 126 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menentukan bahwa perbuatan hukum penggabungan, peleburan, pengambilalihan, atau pemisahan (tambahan dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas 2007 sebagai pengganti Undang-Undang Nomor 1

1995 tentang Perseroan Terbatas yang hanya mengenal penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan) wajib memerhatikan



antara lain kepentingan masyarakat dan persaingan sehat dalam melakukan usaha. Ini mengandung arti bahwa pembentuk undang-undang telah melakukan sinkronisasi dan harmonisasi ketentuan mengenai penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan badan usaha dalam kedua undang-undang tersebut.⁵⁸

Dampak penyalahgunaan posisi dominan adalah harga barang di pasar menjadi lebih tinggi dan barang yang dipasok menjadi sedikit. Selain itu, produksi juga menjadi lebih sedikit karena keluaran (*output*) yang dihasilkan lebih sedikit. Dengan demikian, sumber daya manusia (tenaga kerja), modal, mesin, dan alat produksi lain yang dialokasikan di industri tersebut akan lebih sedikit dari yang seharusnya.⁵⁹

Selanjutnya bentuk penyalahgunaan pelaku usaha yang memiliki posisi dominan berpotensi untuk melakukan:⁶⁰

1. Diskriminasi harga (*price discrimination*);
2. Perjanjian tertutup (*exclusive dealing*), termasuk penjualan paket (*tying in sale*);
3. Diskriminasi (*barrier to entry*) terhadap pelaku usaha tertentu;
4. Hambatan vertikal (*vertical restraint*);
5. Jual rugi (*predatory pricing*) untuk mematikan pesaingnya.



Margono. *Op. Cit.*, 122

B. Komisi Pengawas Persaingan Usaha

1. Definisi Komisi Pengawas Persaingan Usaha

Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) adalah suatu lembaga yang khusus dibentuk oleh dan berdasarkan Undang-Undang untuk mengawasi jalannya Undang-Undang. KPPU merupakan lembaga independen yang terlepas dari pengaruh dan kekuasaan pemerintah serta pihak lainnya. KPPU bertanggungjawab langsung kepada Presiden, selaku kepala negara.⁶¹ Status komisi diatur dalam Pasal 30 Ayat (2) dan Pasal 30 Ayat (3) . Dalam Pasal 30 Ayat (3) diatur bahwa: “Komisi bertanggungjawab kepada Presiden”.

Komisi bertanggung jawab kepada Presiden disebabkan komisi melaksanakan sebagian dari tugas-tugas pemerintah, di mana kekuasaan tertinggi pemerintahan berada di bawah Presiden.⁶²

KPPU terdiri dari seorang ketua merangkap anggota, seorang wakil ketua merangkap anggota, dan sekurang-kurangnya 7 (tujuh) orang anggota lainnya. Ketua dan wakil ketua komisi dipilih dari dan oleh anggota komisi. Para anggota KPPU ini diangkat dan diberhentikan oleh Presiden atas persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat. Masa jabatan anggota KPPU hanya 2 (dua) periode, dengan masing-masing periode selama 5 (lima) tahun.⁶³



ad Yani & Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis: Anti Monopoli*, (Jakarta: PT. Indo Persada, 2006) hlm 53.

l 4 Ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945 “Presiden Indonesia memegang kekuasaan memerintah menurut Undang-Undang Dasar” *Cit.*, Hlm. 53.

2. Tugas dan Wewenang Komisi Pengawas Persaingan Usaha

Tugas dan wewenang KPPU diatur dalam ketentuan Pasal 35 dan 36 Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

a. Tugas Komisi Pengawas Persaingan Usaha

Tugas Komisi Pengawas Persaingan Usaha diatur dalam Pasal 35. Dalam rumusan Pasal 35 diatur bahwa tugas komisi meliputi:⁶⁴

1. Melakukan penilaian terhadap perjanjian yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
2. Melakukan penilaian terhadap kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
3. Melakukan penilaian terhadap ada atau tidak adanya penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat, termasuk di dalamnya rumusan ketentuan Pasal 29 Ayat (1) yang secara tidak langsung memberikan “tugas” kepada Komisi untuk memantau terjadinya penggabungan atau peleburan badan usaha, atau pengambilalihan saham suatu perusahaan, yang patut diduga akan mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau

ersaingan usaha tidak sehat;

Hlm. 55.



4. Mengambil tindakan sesuai dengan wewenangnya
5. Memberikan saran dan pertimbangan terhadap Komisi kebijakan Pemerintah yang berkaitan dengan praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
6. Menyusun pedoman dan atau publikasi yang berkaitan dengan Undang-Undang ini;
7. Memberikan laporan secara berkala atas hasil kerja Komisi kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat

b. Wewenang Komisi Pengawas Persaingan Usaha

Dalam kedudukannya sebagai pengawas, Undang-Undang Antimonopoli Pasal 36 dan Pasal 47 telah memberikan kewenangan khusus kepada Komisi. Secara garis besar, kewenangan Komisi dapat dibagi jadi dua, yaitu wewenang aktif dan wewenang pasif. Yang dimaksud dengan wewenang aktif adalah wewenang yang diberikan kepada Komisi melalui penelitian. Komisi berwenang melakukan penelitian terhadap pasar, kegiatan, dan posisi dominan. Komisi juga berwenang melakukan penyelidikan, menyimpulkan hasil penyelidikan dan/atau pemeriksaan, memanggil pelaku usaha, memanggil dan menghadirkan saksi-saksi, meminta bantuan penyidik, meminta keterangan dari instansi pemerintah, mendapatkan dan meneliti dokumen dan alat bukti lain, memutuskan dan menetapkan, serta menjatuhkan sanksi

ratif.

Adapun wewenang pasif, menerima laporan dari masyarakat dari



atau pelaku usaha tentang dugaan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Komisi Pengawas melakukan pemeriksaan dalam dua tahap, yakni pemeriksaan pendahuluan dan pemeriksaan lanjutan. Pemeriksaan pendahuluan dilakukan jika:

- a. Adanya laporan dari para pihak yang merasa dirugikan
- b. Inisiatif Komisi Pengawas sendiri apabila terdapat dugaan telah terjadi pelanggaran Undang-Undang Antimonopoli.

Wewenang Komisi Pengawas dapat diuraikan sebagai berikut:⁶⁵

- a. Menerima laporan dari masyarakat dan/atau dari pelaku usaha tentang dugaan telah terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan curang.
- b. Melakukan penelitian mengenai dugaan adanya kegiatan usaha atau tindakan pelaku usaha yang dapat menimbulkan praktik monopoli dan/atau persaingan curang.
- c. Melakukan penyelidikan dan/atau pemeriksaan terhadap kasus-kasus dugaan praktik monopoli dan/atau persaingan curang yang didapatkan karena laporan masyarakat, laporan pelaku usaha, ditemukan sendiri oleh Komisi Pengawas dari hasil penelitiannya.
- d. Menyimpulkan hasil penyelidikan dan/atau pemeriksaan tentang adanya suatu praktik monopoli dan/atau persaingan curang.
- e. Melakukan pemanggilan terhadap pelaku usaha yang diduga telah

melakukan pelanggaran terhadap Undang-Undang Antimonopoli.

al 36 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.



- f. Melakukan pemanggilan dan menghadirkan saksi-saksi, saksi ahli, dan setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap ketentuan Undang-Undang Antimonopoli.
- g. Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi-saksi, saksi ahli atau pihak lainnya yang tidak bersedia memenuhi panggilan Komisi Pengawas.
- h. Meminta keterangan dari instansi pemerintah dalam kaitannya dengan penyelidikan dan/atau pemeriksaan terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Antimonopoli.
- i. Mendapatkan, meneliti, dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan.
- j. Memberikan keputusan atau ketetapan tentang ada atau tidaknya kerugian kerugian bagi pelaku usaha *fair* , atau masyarakat.
- k. Menginformasikan putusan komisi kepada pelaku usaha yang diduga melakukan praktik monopoli dan/atau persaingan curang.
- l. Menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Antimonopoli.

C. Diskriminasi Harga

1) Pengertian diskriminasi harga

Diskriminasi harga adalah kemampuan pelaku usaha untuk membedakan harga pada barang dan jasa yang sama pada kualitas yang



sama pada konsumen yang berbeda.⁶⁶

2) Teknik diskriminasi harga

Dalam implementasinya ada beberapa teknik diskriminasi harga, yakni sebagai berikut.⁶⁷

a. Diskriminasi harga dalam bentuk rabat (potongan)

Bentuk pertama dari diskriminasi harga terdiri dari rabat (potongan pembayaran) yang dikenakan kepada penjual oleh pembeli tertentu yang tidak diberikan kepada pembeli yang lain. Rabat dikatakan diskriminasi harga karena pembeli yang mendapatkan rabat membayar harga yang lebih murah dibanding dengan pembeli lain yang membeli barang yang sama. Ada tiga Kategori rabat;

- a) *Quantity rebate* (potongan harga berdasarkan volume kuantitas pembelian). Catatan yang perlu digaris bawahi adalah bahwa *quantity rebate* yang diberikan kepada pembeli skala besar bukan terkategori sebagai diskriminasi harga tetapi lebih efisiensi biaya.
- b) *Fidelity rebate*; diskon yang ditawarkan kepada pembeli yang telah mengikatkan diri kepada penjual sehingga rabat diberikan baik dalam volume yang besar ataupun kecil. *Fidelity rebate* umumnya dinilai sebagai strategi yang ditujukan untuk mencegah kompetitor berkembang.



isi Pengawas Persaingan Usaha, Pedoman Pasal 6 tentang Diskriminasi Harga pada laman www.kppu.go.id/ pada tanggal 04 September 2018 pada pukul 10:56

- c) *Target rebate*; rabat yang diberikan kepada *counterpart* bisnis yang target penjualannya lebih dari periode-periode sebelumnya.

2. *Selective price cuts*

Di mana penjual memotong harga secara selektif pada pembeli tertentu pada sekmen pasar tertentu yang tidak diberikan pada pembeli di sekmen pasar lainnya. Potongan harga selektif ini biasanya diberikan kepada pembeli di pasar berp peluang tinggi beralih ke kompetitor lain, tetapi bagi pembeli lainnya di pasar yang berbeda tetap dikenakan harga yang lebih tinggi.

3. *Tied and bundled pricing*

Suatu perusahaan menjual dengan harga murah jika membeli dua barang dalam satu paket dibanding jika pembeli hanya membeli dua barang secara individual.

3) Unsur-Unsur Diskriminasi Harga

Pasal 6 Undang-Undang Antimonopoli menentukan bahwa:

“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan atau jasa yang sama”.

Pasal 6 Undang-Undang Antimonopoli sebagaimana tersebut di atas dapat diuraikan ke dalam beberapa unsur sebagai berikut:⁶⁸

a. Pelaku usaha

Definisi Pelaku Usaha adalah berdasarkan pengertian mana dimaksud dalam Pasal 1 angka 5 yaitu setiap orang

man Komis Pengawas Persaingan Usaha tentang Diskriminasi Harga



perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau 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.

b. Perjanjian

Pengertian perjanjian adalah berdasarkan Pasal 1 Angka 7 yang mendefinisikan perjanjian sebagai suatu perbuatan satu atau lebih pelaku usaha yang mengikatkan diri terhadap satu atau lebih usaha lain dengan nama apapun, baik tertulis maupun tidak tertulis. Selanjutnya karena Pasal 6 merupakan Bagian Kedua dari Undang-Undang Antimonopoli yang mengatur Penetapan Harga maka Diskriminasi harga yang dimaksud dalam Pasal 6 adalah diskriminasi harga yang disepakati.⁶⁹

Mengingat perjanjian tertulis yang dapat merugikan persaingan sehat dan konsumen dapat menjadi bukti dalam pengadilan, maka pelaku usaha memiliki insentif kuat untuk tidak membuatnya. Sebaliknya pelaku usaha akan melakukan perjanjian tidak tertulis dalam bentuk koordinasi dan mekanisme lainnya yang merupakan *tacit collusion*. Dari sisi ekonomi, perjanjian yang bersifat tidak tertulis lebih sukar dibuktikan dan hanya akan efektif bila disertai sistem dan mekanisme hukuman yang kredibel sehingga membuat pelaku usaha tidak memiliki dorongan untuk

...ar apa yang telah berjalan selama ini.⁷⁰

Hlm. 6



c. Pembeli

Pihak yang akan menjual kembali atau mengkonsumsi barang atau jasa yang ditransaksikan.

d. Harga yang berbeda

Harga yang terjadi apabila untuk barang yang sama pembeli berbeda diharuskan membayar dengan nilai berbeda.

e. Barang/jasa yang sama

Barang dan/atau jasa yang sama atau identik berdasarkan kriteria fungsi dan sifat, jumlah, biaya produksi jangka waktu pengiriman yang dikaitkan dengan wilayah geografis, waktu penggunaan, cara pembayaran dan strategi pemasaran.

D. Tinjauan Mengenai OVO

Alat pembayaran merupakan hal yang penting dalam proses transaksi jual beli. Sebelum munculnya alat pembayaran, manusia melakukan sistem barter dalam proses transaksi. Dalam perkembangannya, manusia memiliki nilai tertentu untuk menentukan nilai dari barang yang kemudian dikenal dengan uang. Hingga saat ini uang menjadi alat pembayaran utama yang berlaku di masyarakat. Selanjutnya alat pembayaran terus berkembang dari alat pembayaran tunai (*cash based*) ke alat pembayaran nontunai (*non cash*) seperti alat pembayaran berbasis kertas (*paper based*), misalnya, cek dan bilyet giro. Selain itu

juga alat pembayaran berbasis elektronik yang memudahkan kita untuk melakukan pembayaran via elektronik.



Perkembangan sistem pembayaran yang berbasis elektronik telah memberikan dampak munculnya inovasi-inovasi baru dalam sistem pembayaran yang diharapkan dapat memberikan kemudahan, fleksibilitas, efisiensi dan kesederhanaan dalam melakukan transaksi. Oleh karena itu, Bank Indonesia mengadaptasi suatu alat pembayaran yang dapat mengakomodasi aspek-aspek tersebut, yang dikenal dengan uang elektronik.⁷¹

Di Indonesia perkembangan uang elektronik sebagai alternatif alat pembayaran non tunai tidak hanya dalam bentuk kartu namun juga dalam bentuk lainnya yang tersimpan dalam *smartphone*. Penerbitnya berkembang, tidak hanya bank tetapi juga lembaga selain bank (LSB), seperti perusahaan keuangan, perusahaan telekomunikasi, atau perusahaan transportasi publik. Beberapa produk uang elektronik yang diterbitkan bank, antara lain kartu *Flazz* dari Bank BCA, kartu *Brizzi* dari Bank BRI, kartu *TapCash* dari Bank BNI, *Mega Cash* dari Bank Mega, *Nobu E-Money* dari *Bank National Nobu*. Selain itu, penggunaan uang elektronik dapat dilakukan melalui ponsel, melihat ponsel pada dapat ditemukan pada seluruh lapisan masyarakat.

Uang elektronik atau disebut juga dengan *e-money* adalah produk nilai uang disimpan (*stored value*) atau produk prabayar (*prepaid*), di mana sejumlah dana atau nilai uang disimpan dalam suatu media



71. Madi Usman, *Karakteristik Uang Elektronik dalam sistem pembayaran yang* *ri Mintarsih, 'Perlindungan Konsumen Pemegang Uang Elektronik (E-Money)* *kan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan* *h (2013). Jurnal Wawasan Hukum. Hlm. 3.*

elektronik yang dimiliki konsumen. Nilai elektronik tersebut dibeli oleh konsumen dan tersimpan dalam media elektronik yang merupakan miliknya, di mana nilai uang elektroniknya akan berkurang setiap kali konsumen menggunakannya untuk melakukan pembayaran.⁷²

Di Indonesia aturan mengenai uang elektronik ini diatur dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik. Dalam Pasal 1 Angka 3 PBI 20/2018 Uang Elektronik (*Electronic Money*) didefinisikan sebagai instrumen pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut:

- a. diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit;
- b. nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip*; dan
- c. nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang yang mengatur mengenai perbankan.

Salah satu contoh aplikasi yang menyediakan uang elektronik (*e-money*) yang ada di Indonesia adalah OVO. Di bawah naungan PT. *Visionet Internasional*, aplikasi OVO merupakan aplikasi yang memberikan solusi keuangan *mobile* terpadu, aplikasi ini memfokuskan pada jaringan bisnis yang dimiliki grup perusahaan Lippo. Aplikasi OVO mengakomodasi berbagai kebutuhan terkait dengan *cashless* dan *mobile payment*. Aplikasi OVO saat ini tersedia untuk *platform* Android dan iOS.⁷³ Visi *e-money*



...ilm 5.
...id dan iOS adalah sistem operasi *mobile* yang diperlukan untuk menjalankan
...ne. Tujuan utama dari keduanya adalah sama-sama bekerja sebagai sistem
...ntuk smartphone, namun, keduanya bekerja dengan gaya yang berbeda.
...n utama antara Android dan iOS adalah Android dikembangkan oleh Google

dalam aplikasi OVO adalah menjadi aplikasi keuangan yang bekerja secara berkesinambungan dan juga misi sosial yang ingin dikembangkan OVO, OVO bertekad melalui aplikasi pembayaran yang praktis ingin mendukung program pemerintah terkait Gerakan Non-Tunai (GNT), di mana salah satu yang turut ditawarkan adalah sistem *e-money*.

Sebagaimana yang peneliti akses melalui laman Bank Indonesia, terdapat 39 perusahaan yang masuk dalam daftar penyelenggara uang elektronik yang telah memperoleh izin dari Bank Indonesia periode 24 Oktober 2019, beberapa di antaranya adalah PT. Dompot Anak Bangsa atau GoPay milik GoJek dan PT. Visionet Internasional atau OVO.⁷⁴ PT. Visionet Internasional resmi mendapatkan izin Bank Indonesia (BI) sebagai penyelenggara uang elektronik (*e-money*) sejak 22 Agustus 2017 dan nama perusahaan tersebut sudah keluar di daftar resmi Bank Indonesia dengan Nomor 19/661/DKSP/Srt/B dan dengan nama produk server based OVO *Cash*.⁷⁵

Penggunaan uang elektronik saat ini semakin banyak digunakan oleh berbagai kalangan pengguna perangkat *mobile* Indonesia. Berbagai bentuk sistem *e-money* ditawarkan. Pada aplikasi OVO, terdapat OVO *Cash* yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai transaksi keuangan. Agar dapat menggunakan aplikasi OVO dalam setiap transaksi pembayaran



pakan sistem operasi *open source* sementara iOS dikembangkan oleh Apple merupakan sistem operasi tertutup dengan beberapa komponen *open source*.
nasi Perizinan Penyelenggara dan Pendukung Jasa Sistem Pembayaran, yang ada laman <https://www.bi.go.id/id> pada tanggal 18 Januari 2019 pukul 19:03

elektronik, pengguna harus terlebih dahulu mengunduh aplikasi di *smart phone android* dan melakukan pendaftaran kemudian proses verifikasi nomor telepon dan email yang didaftarkan dengan mengikuti panduan dari aplikasi tersebut. Nomor telepon yang digunakan pada saat melakukan pendaftaran melalui aplikasi tersebut bisa digunakan sebagai nomor rekening dalam melakukan transaksi pembayaran dan melakukan pengisian saldo *OVO cash (top-up saldo)*.

Dalam menggunakan aplikasi OVO ketika bertansaksi, pengguna cukup membuka aplikasi dengan melakukan perekaman *code-QR* dan secara otomatis saldo dalam aplikasi berkurang sesuai total pembayaran. Bukan hanya melakukan pembayaran, dengan aplikasi OVO pengguna juga dapat melakukan transfer saldo antar akun OVO dan juga transfer dana yang ada dalam aplikasi dengan melakukan transfer ke berbagai nomor rekening bank atau nomor rekening milik pribadi.

OVO Cash dapat digunakan untuk melakukan pembayaran di *merchant* Lippo, melakukan isi ulang dan pengecekan saldo, dan melakukan transfer antar rekening OVO. Uang elektronik yang dimiliki pengguna akan disimpan dalam bentuk *OVO Cash*. *OVO Cash* ini dapat digunakan saat melakukan pembayaran di beberapa *merchant* rekanan, dan digunakan saat melakukan tranksaksi lain seperti pembayaran parkir, pembelian pulsa, dan pembayaran listrik.

OVO cash diakses pula saat pengisian ulang (*top up*), dan
kan saldo. Selain *OVO cash*, ada pula yang dinamakan dengan



OVO point. *OVO point* ini menggunakan sistem poin *reward*, di mana pengguna menerima kembali uang elektroniknya dalam bentuk poin setelah melakukan transaksi pembelian, yang disebut pula dengan *cashback*. *OVO point* bertujuan untuk menjaga dan meningkatkan transaksi pengguna. Layanan yang ada dalam aplikasi OVO terbagi ke dalam dua kategori pengguna, *OVO club* (pengguna biasa) dan *OVO Premier*. Sebagai *OVO club*, pengguna dapat menyimpan *OVO cash* dengan batas maksimal Rp.2.000.000, sedangkan *OVO premier* dapat menyimpan *OVO cash* hingga Rp.10.000.000.

Selain itu pada aplikasi OVO terdapat opsi *Siloam account*. *Siloam account* memungkinkan pengguna OVO menyimpan dana untuk berbagai keperluan pengobatan dan berbagai transaksi lain di cabang rumah sakit Siloam. Secara garis besar, OVO ingin menjangkau layanannya sebagai sebuah *simple payment system* dan *smart financial services*. Selain sebagai media dalam transaksi pembayaran elektronik, dengan aplikasi OVO kita dapat menggunakan sistem *OVO cash* di dalamnya sebagai dompet elektronik untuk menyimpan sejumlah uang dengan melakukan *top-up*, meskipun saat ini menurut informasi dari akun twitter resmi OVO melakukan penarikan tunai hanya bisa dilakukan di *Maxx Coffe* dan *Booth OVO*, atau menggunakan cara alternatif lain dengan cara mentransfer saldo *OVO cash* ke nomor rekening Bank terlebih dahulu.



E. Landasan Teori

Teori hukum dalam lingkungan berbahasa Inggris, disebut dengan *Jurisprudence* atau *legal theory*. Teori Hukum hakikatnya adalah suatu keseluruhan pernyataan yang saling berkaitan berkenaan dengan sistem konseptual aturan-aturan hukum dan putusan-putusan hukum, dan sistem tersebut untuk sebagian yang penting dipojokkan.⁷⁶ Sementara itu, Satjipto Rahardjo mengatakan bahwa teori hukum boleh dikatakan sebagai kelanjutan dari usaha mempelajari hukum positif setidaknya-tidaknya dalam urutan yang demikian itulah kita merekonstruksikan kehadiran teori hukum secara jelas.⁷⁷

1. Teori Kepastian Hukum

Kepastian hukum mengandung dua pengertian, yaitu *pertama*, adanya aturan hukum yang bersifat umum membuat individu mengetahui perbuatan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan, dan *kedua*, berupa keamanan hukum bagi individu dari kesewenangan pemerintah karena dengan adanya aturan yang bersifat umum itu individu dapat mengetahui apa saja yang boleh dibebankan atau dilakukan oleh negara terhadap individu.⁷⁸

Aspek kepastian hukum menjadi pokok permasalahan yang ingin dikaji dalam penulisan tesis ini. Menurut Jan Michael Otto, kepastian hukum (*legal certainty*) sering menjadi masalah dalam kehidupan hukum



⁷⁶Triwulan, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Prestasi Pustaka, Jakarta, 2006), hlm 145.
⁷⁷Jan Michael Otto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, (Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000), hlm. 253.
⁷⁸Jan Mahmud Marzuki, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Prenadamedia Group, Jakarta, 2001), hlm. 136.

di negara-negara yang sedang berkembang. Seringkali hukum tidak berfungsi sebagaimana mestinya, hukum tidak dapat berfungsi sebagai jaringan pengaman yang dapat diandalkan jika keadaan darurat muncul, oleh karena itu, aspek kepastian atau ketidakpastian hukum menjadi masalah yang serius bagi rakyat biasa maupun penguasa. Menurut Otto, kepastian hukum yang muncul kerap kali hanya berupa kepastian hukum yuridis/teoritikal saja karena dalam praktiknya baik instansi Pemerintah maupun para pihak belum tentu benar-benar tunduk dan taat terhadap hukum.⁷⁹

Hukum harus dilaksanakan dan ditegakkan, setiap orang menginginkan dapat ditetapkannya hukum terhadap peristiwa konkret yang terjadi, bagaimana hukumnya, itulah yang harus diberlakukan pada setiap peristiwa yang terjadi. Jadi pada dasarnya tidak ada penyimpangan. Bagaimanapun juga hukum harus ditegakkan, sampai-sampai timbul perumpamaan “meskipun besok hari kiamat, hukum harus tetap ditegakkan”. Inilah yang diinginkan kepastian hukum dengan adanya kepastian hukum, ketertiban dalam masyarakat tercapai.⁸⁰

Jan Michael Otto berpandangan bahwa yang perlu diperhatikan dalam kajian kepastian hukum bukan hanya sekadar adanya kepastian hukum (*legal certainty*) itu, melainkan perlu lebih spesifik kepada aspek yang disebutnya “kepastian hukum yang nyata” (*real legal certainty*).



⁷⁹ Michael Otto, *Kepastian Hukum yang Nyata di Negara Berkembang*” dalam *Aspek-aspek Sosio-Legal*, Sulistyowati Irianto dkk (editor), (Pustaka Larasan bekerjasama dengan Universitas Indonesia, Universitas Leiden dan Universitas Groningen, 2012) hlm 227.
⁸⁰ Per Mahmud Marzuki, *Op. Cit.* Hlm 227.

Menurut Otto, kepastian hukum yang nyata tersebut juga bukan hanya sebatas adanya kepastian hukum yuridis, melainkan lebih dari itu, yang mencakup hal-hal sebagai berikut:⁸¹

- a. Tersedianya aturan-aturan hukum yang jelas, konsisten dan mudah diperoleh (*accessible*), diterbitkan oleh atau diakui karena kekuasaan negara.
- b. Bahwa instansi-instansi pemerintah menerapkan aturan-aturan hukum itu secara konsisten dan juga tunduk dan taat terhadapnya.
- c. Bahwa pada prinsipnya bagian terbesar atau mayoritas dari warga-warga menyetujui muatan isi dan karena itu menyesuaikan perilaku mereka terhadap aturan-aturan tersebut,
- d. Bahwa hakim-hakim (peradilan) yang mandiri dan tidak berpihak (*independent and impartial judges*) menerapkan aturan-aturan hukum tersebut secara konsisten sewaktu mereka menyelesaikan sengketa hukum yang dibawa kehadapan mereka,
- e. Bahwa keputusan peradilan harus secara konkrit dilaksanakan.

Menurut Otto, suatu negara akan semakin baik jika semakin tinggi tingkat kepastian hukum nyata yang ada di negara itu. Tingkat kepastian hukum nyata, lebih lanjut dijelaskan oleh Otto, hampir selalu dapat digambarkan beranjak dari tiga jenis faktor, yaitu: (1) dari aturan-aturan hukum itu sendiri, (2) dari instansi-instansi (kelembagaan) yang

bertindak dan memberlakukan serta menerapkan hukum dan yang



bersama dengan hukum membentuk sistem hukum, (3) dari lingkungan sosial yang lebih luas, faktor politik, ekonomi, dan sosial budaya.⁸²

2. Teori Perlindungan Hukum

Teori perlindungan hukum merupakan “teori yang mengkaji dan menganalisis tentang wujud atau bentuk atau tujuan perlindungan, subyek hukum yang dilindungi serta obyek perlindungan yang diberikan oleh hukum kepada subyeknya”.⁸³ Munculnya teori perlindungan hukum ini bersumber dari teori hukum alam atau aliran hukum alam. Aliran ini dipelopori oleh Plato, Aristoteles (murid Plato), dan Zeno (pendiri aliran Stoic). Menurut aliran hukum alam menyebutkan bahwa hukum itu bersumber dari Tuhan yang bersifat universal dan abadi, serta antara hukum dan moral tidak boleh dipisahkan. Para penganut aliran ini memandang bahwa hukum dan moral adalah cerminan dan aturan secara internal dan eksternal dari kehidupan manusia yang diwujudkan melalui hukum dan moral.⁸⁴

Hukum sebagai perlindungan kepentingan manusia berbeda dengan norma-norma yang lain. Karena hukum itu berisi perintah dan/atau larangan, serta membagi hak dan kewajiban.⁸⁵ Sudikno Mertokusumo mengemukakan tidak hanya tentang tujuan hukum, tetapi juga fungsi hukum dan perlindungan hukum. Ia berpendapat bahwa “Dalam fungsinya



n HS dan Erlies Septiana Nurbani, *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Disertasi*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2016) hlm. 263.

oto Raharjo, 2000, *Ilmu Hukum*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000),

n HS dan Erlies Septiana Nurbani, *Op. Cit.*, hlm. 269.

sebagai perlindungan kepentingan manusia hukum mempunyai tujuan. Hukum mempunyai sasaran yang hendak dicapai. Adapun tujuan pokok hukum adalah menciptakan tatanan masyarakat yang tertib, menciptakan ketertiban dan keseimbangan. Dengan tercapainya ketertiban dalam masyarakat diharapkan kepentingan manusia akan terlindungi. Dalam mencapai tujuannya itu hukum bertugas membagi hak dan kewajiban antar perorangan di dalam masyarakat, membagi wewenang dan mengatur cara memecahkan masalah hukum serta memelihara kepastian hukum.”⁸⁶



kno Mertokusumo, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: Liberty,
h. 71

F. Kerangka Pikir

Bagan Kerangka Pikir

