

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semangat demokrasi ekonomi Indonesia yang menghendaki adanya kesempatan yang sama bagi setiap Warga Negara Indonesia untuk turut berpartisipasi dalam proses produksi dan pemasaran barang dan/ atau jasa dalam iklim usaha yang sehat, efektif serta efisien sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan bekerjanya ekonomi pasar yang wajar. Setiap orang yang berusaha di Indonesia harus berada dalam situasi persaingan yang sehat dan wajar, sehingga tidak menimbulkan potensi terhadap pemusatan kekuatan ekonomi oleh pelaku usaha tertentu, dengan tidak terlepas dari kesepakatan yang telah dilaksanakan oleh Negara Republik Indonesia terhadap perjanjian - perjanjian Internasional¹.

Hal ini berdasarkan prinsip keseimbangan dan keadilan dalam memajukan perekonomian Indonesia. Selanjutnya, peran negara dibutuhkan dalam hal pengawasan dari kegiatan ekonomi, sehingga kegiatan ekonomi dapat berjalan sesuai dengan apa yang dicita - citakan². Persaingan usaha di indonesia akan terus berkembang, para pengusaha indonesia terus menciptakan inovasi - inovasi terbaru untuk melancarkan usahanya hingga mendapatkan keuntungan yang besar. Pada tahun 2021, iklim persaingan usaha di indonesia

¹ Lihat Konsideran Menimbang Undang - Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

² Rahmi Jened, 2013, *Interface Hukum Kekayaan Intelektual dan Hukum Persaingan (Penyalahgunaan HKI)*, Depok, Rajawali Pers, hlm. 2

sangat melambung tinggi, sesuai dengan yang tercatat pada laporan tahunan komisi pengawasan persaingan usaha (KPPU) dalam periode 2021 yang telah dipublikasikan pada situs resminya April 2022. KPPU mengukur dengan indeks persaingan usaha (IPU) pada periode 2021 indeks persaingan usaha mendapatkan skor 4,81 hal ini menunjukkan level tertinggi dalam empat tahun belakangan yang telah tercatat dalam grafik indeks persaingan usaha. Data tersebut menunjukkan bahwa persaingan usaha secara nasional akan kedalam kategori tinggi. Dengan skor 4,81 akan mendekati target nasional dalam rancangan pembangunan jangka menengah di tahun 2024, dengan target persaingan usaha dalam skor 5,0³.

Dalam praktik persaingan usaha di Indonesia terdapat persaingan yang sehat dan adil (*fair competition*), ada persaingan yang tidak sehat (*unfair competition*), bahkan terdapat juga persaingan yang destruktif (*destructive competition*) seperti *predatory price*⁴. pada praktik persaingan usaha di Indonesia sangat tidak menghendaki menggunakan praktik persaingan usaha yang tidak sehat dan destruktif hal ini akan mengakibatkan *inefisiensi* perekonomian yang berupa hilangnya kesejahteraan (*economic welfare*), bahkan hal tersebut juga dapat mengganggu keadilan dalam masyarakat yang akan menimbulkan akibat-akibat ekonomi dan sosial dan bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, ketertiban, dan kepentingan umum.

³ Komisi persaingan usaha, *Ringkasan Eksekutif Indeks Persaingan usaha*, 2022, hlm. 1

⁴ Hermansyah, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Edisi ke 2, 2009, Jakarta, Kencana Prenada Media Group, hlm. 23

Di Indonesia telah membentuk undang-undang untuk mencegah persaingan usaha yang tidak sehat dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dalam undang-undang ini sangat jelas dan terstruktur untuk mengatur perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang, dan posisi dominan. Dapat disadari dalam pembentukan undang-undang ini bahwa ketiga hal ini secara substansial berpotensi untuk membuka peluang terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat.

Persaingan usaha dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan usaha masih belum bisa dikatakan konkrit dalam membahas perjanjian yang dilarang. Masih belum konkritnya dalam perjanjian di undang-undang ini sangat memungkinkan menjadi cela bagi pelaku usaha untuk melakukan curang dalam menjalankan bisnisnya. Perjanjian yang dilarang dalam persaingan usaha terdapat oligopoli, penetapan harga, pembagian wilayah, pemboikotan, *Trust*, oligopsoni, integrasi vertikal, perjanjian tertutup, perjanjian pihak luar negeri.

Berdasarkan Pasal 1 angka (4) UU Persaingan Usaha posisi dominan adalah keadaan dimana pelaku usaha tidak mempunyai pesaing yang berarti di pasar bersangkutan dalam kaitan dengan pangsa pasar yang dikuasai, atau pelaku usaha mempunyai posisi tertinggi di antara pesaingnya di pasar bersangkutan dalam kaitan dengan kemampuan keuangan, kemampuan akses pada pasokan atau penjualan, serta kemampuan untuk menyesuaikan pasokan atau permintaan barang atau jasa tertentu. Perusahaan dengan posisi dominan

memiliki kemampuan untuk menyalahgunakan posisinya dengan terlibat dalam berbagai praktik anti persaingan⁵.

Dalam penelitian ini penulis mengambil perjanjian mengenai penetapan harga dan mengerucut pada penetapan harga di bawah harga pasaran (*predatory pricing*). mengenai *predatory pricing* dapat ditemui kamus hukum *black's law dictionary* dengan mengutip *black's law dictionary* Hermansyah menyebutkan “*As antitrust violation, consist of pricing below appropriate measure of cost for prepose of eliminating competitors in short run and reducing competition in long run*”

Predatory pricing secara sederhana dapat diartikan sebuah tindakan pengusaha yang menyingkirkan pesaing lain dengan menaruh harga di bawah produksi sehingga harga pasar menjadi rusak dan para pesaing tidak bisa ikut bersaing dan mengalami kebangkrutan.⁶ Penggunaan strategi *predatory pricing* jika berhasil dan para pesaing tidak bisa mengikuti persaingan/pesaing telah keluar dari persaingan pasar, pengusaha yang telah menang akan menaikkan kembali harga barang yang dijualnya dengan begitu pengusaha tersebut telah merugikan dua pihak yaitu para pesaing pasar dan juga konsumen yang membutuhkan barang tersebut. Dalam praktik ini pengusaha telah kehilangan untung dan mengalami kerugian. Konsumen ketika praktik *predatory pricing* berlaku pihak konsumen mendapatkan keuntungan yang berlebih dikarenakan mendapatkan harga lebih murah dari pengusaha lain dan

⁵ Suharsil, 2010, *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*, Bogor, Ghalia Indonesia, hal. 142

⁶ Andi fahmi lubis dkk, 2017, *Hukum persaingan usaha edisi kedua*, Jakarta, KPPU, hlm. 58.

ketika pengusaha lain telah kalah bersaing dari pengusaha yang menggunakan praktik *predatory pricing* harga dinaikan kembali oleh pengusaha untuk membalikan modal yang telah berkurang sejak praktik *predatory pricing* berlangsung, konsumen ketika tidak memiliki pendistributor lain maka konsumen akan terus membeli kepada pengusaha yang telah berhasil menyingkirkan pesaing lain agar menstabilkan harga pasar.

Dalam praktik perang harga atau *predatory pricing* sudah banyak dilakukan oleh para pengusaha di Indonesia salah satunya di kalangan pengusaha *financial technology* atau bisa disebut juga dengan *Fintech*. Dengan era yang serba modern ini perusahaan ini sangat sering digunakan oleh para konsumen dikarenakan menggunakan cara ini lebih praktis dan mempermudah para konsumennya untuk melakukan transaksi pembayaran tanpa perlu membawa uang *cash* yang banyak di dompetnya. Di Indonesia sudah banyak jenis perusahaan *Fintech* dengan bermacam - macam golongan seperti bidang pembayaran, perencanaan keuangan (*personal finance*), peminjaman (*lending*), pembiayaan (*crowdfunding* atau *financing*), remintansi, riset keuangan. Penggunaan *Fintech* yang paling banyak dipergunakan oleh konsumen di Indonesia adalah penggunaan *e-wallet* dan *lending*. Adanya *e-wallet* dan *lending*, yang sangat berpotensi tinggi dipergunakan oleh konsumen di Indonesia ialah *e-wallet*. Penggunaan *e-wallet* dengan data yang sudah di survey oleh *databoks* menunjukkan 65,4 persen atau 10 ribu orang di Indonesia

telah menggunakan *e-wallet/Dompet digital*⁷. *E-wallet/dompet digital* di indonesia sudah banyak tercipta seperti GoPay, OVO, Dana, *ShopeePay*, LinkAja, Sakuku, dan lain-lain⁸. Dari banyaknya *e-wallet* di indonesia yang paling mendominasi layanan *e-wallet* yaitu GoPay milik perusahaan *Fintech* dari GoJek dan OVO milik perusahaan dari Grab. dua perusahaan besar *Fintech* ini telah melakukan persaingan dengan memberikan *instant cashback* dan memberikan *Voucher* potongan harga kepada konsumen. Praktik perang harga yang dilakukan perusahaan GoJek dengan Grab memberikan promosi yang tidak wajar atau promosi yang tidak sehat dalam bersaing perusahaan GoJek dengan Grab dengan begitu 2 (dua) perusahaan tersebut terindikasi melakukan praktik *predatory pricing*. Penggunaan praktik *predatory pricing* oleh kedua perusahaan tersebut akan memunculkan persaingan yang tidak sehat dalam berbisnis dan akan menyisakan satu pemain yang dominan/menguasai pasar *Fintech* di indonesia

Di dalam Pasal 7 dan Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, dalam pasal ini mengatur tentang dilarangnya penggunaan praktik *predatory pricing*. Praktik *predatory pricing* dapat dikategorikan menjadi tiga syarat dalam hal ini sesuai yang dikatakan oleh ketua KPPU Kurnia Toha, pertama harga dibawah

⁷ Hanna Farah Vania, 2022 *Frekuensi Penggunaan Dompet Digital di Indonesia*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/29/frekuensi-penggunaan-dompet-digital-di-indonesia> (Diakses pada Tanggal 7 Oktober 2022, 02:00)

⁸ Yohanna Ameilya Panjaitan, "Indikasi Predatory Pricing pada Praktik Perang Harga antara Pelaku Usaha Financial Technology (*Fintech*) Ditinjau Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha Ditinjau Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia", *Dharmasyisya*, Volume 1, No. 3 (September, 2021), hlm. 1616

ongkos atau di bawah harga pasaran, kedua ditujukan untuk mematikan pesaing usaha, ketiga setelah pesaing mati, maka pelaku usaha yang menang dalam praktik *predatory pricing* akan menaikkan harga untuk memulihkan modal yang merugi selama masa praktik ini dan akan mendapatkan keuntungan yang cukup besar.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, sangat menarik untuk dikaji lebih dalam dan menuangkan ke dalam suatu skripsi hukum dengan judul **“UPAYA HUKUM BAGI PIHAK YANG DIRUGIKAN AKIBAT PREDATORY PRICING DALAM PERSAINGAN USAHA DI YOGYAKARTA (KASUS PERANG PROMO ANTARA PERUSAHAAN FINANCIAL TECHNOLOGY GOPAY DENGAN OVO)”** dengan sudah menyebar luas perusahaan GoJek dan Grab di indonesia penelitian ini akan dipersempit berada di kota Daerah Istimewa Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam skripsi hukum ini adalah sebagai berikut ini :

1. Bagaimana praktik *predatory pricing* antara perusahaan *financial technology* atau *Fintech* GoPay dengan OVO?
2. Apa upaya hukum bagi pihak-pihak yang dirugikan akibat *predatory pricing*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana praktik *predatory pricing* yang terjadi antara perusahaan GoJek dengan perusahaan Grab dalam penggunaan *e-wallet* GoPay dan OVO
2. Apa upaya hukum bagi pengusaha yang telah terdampak akibat dari *predatory pricing*

D. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan ada manfaat yang bisa diambil oleh penulis maupun pada masyarakat, manfaat didalam penelitian terdapat dua yaitu manfaat teoritis dan juga manfaat praktis :

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu hukum pada umumnya dan dikhususkan kepada ilmu hukum persaingan usaha dalam kategori praktik *predatory pricing*.

2. Manfaat Praktis

1. Dalam hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman bagi para masyarakat atau para pengusaha dalam pengurangan terjadinya praktik *predatory pricing*.
2. Dalam hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman bagi para masyarakat atau para pengusaha untuk bagaimana cara mendapatkan kepastian hukum ketika telah terkena praktik *predatory pricing*.

E. Sistematika Penulisan

Di dalam penulisan ini dibagi dalam 5 (lima) Bab, dan dalam setiap Babnya terbagi dalam beberapa subbab, dengan rincian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terbagi dalam beberapa subbab, yaitu Latar Belakang Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terbagi dalam beberapa subbab, yaitu Tinjauan Umum *Fintech*, Tinjauan Umum *E-Wallet*, Tinjauan Umum Persaingan Usaha, Tinjauan Umum Perbuatan yang dilarang dalam Persaingan Usaha.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terbagi dalam beberapa subbab, yaitu Jenis Penelitian, Sumber Data dan Bahan Penelitian yang terbagi lagi dalam Point Sub bab, Sumber Data Sekunder, Sumber data Primer, Teknik Pengumpulan data, Teknik Analisis Data.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALIS

Bab ini berisi uraian analisis terhadap data penelitian yang diperoleh dari hasil mempelajari berbagai literatur, dokumen – dokumen, atau catatan yang berhubungan *Predatory Pricing*, Lembaga Pengawasan dan Praktiknya, dan bab ini akan dibahas antara lain : Penerapan Praktik *Predatory Pricing* oleh Perusahaan *Financial Technology*

Gopay dan Ovo dari Perusahaan Gojek dan Grab, Fungsi Lembaga KPPU dan Upaya Hukum bagi Pelaku Usaha yang Melakukan *Predatory Pricing* Menurut Undang–Undang Nomor 05 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini memuat kesimpulan dari apa yang telah dituliskan dan memberikan saran – saran yang dapat dijadikan masukan – masukan dalam . Upaya Hukum bagi Pihak yang Dirugikan Akibat *Predatory Pricing* dalam Persaingan Usaha di Yogyakarta.