



Penggunaan Aplikasi Transportasi Online dengan Kode Promo oleh Grab Ditinjau dari Hukum Persaingan Bisnis

Sri Wahyuni*, Kiki Joesyiana, Hj. Agustin Basriani, Desi Susanti

STIE Persada Bunda Pekanbaru Riau

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

Keywords: Online Transportation, Predatory pricing, Promotion, Business Competition

Submitted: 02-04-2022; Revised: 11-04-2022 ; Accepted: 22-04-2022

* Corresponding Author: peksosriau.sriwahyuni@gmail.com

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis antar pelaku bisnis merupakan hal yang biasa terjadi dalam dunia bisnis. Dalam menguasai pangsa pasar pelaku bisnis dipaksa menjadi perusahaan yang efisien dengan menerapkan strategi yang tepat, yaitu penetapan harga yang rendah, penggunaan inovasi dan teknologi yang dapat mengurangi ongkos produksi. Jika tidak, pelaku bisnis akan tersingkir secara alami dari arena pasar (Andi Fahmi Lubis, 2009). Secara sederhana persaingan bisnis (*bussines competition*) dapat di definisikan sebagai persaingan bisnis antara penjual di dalam merebut pembeli dan pasar (Arie Siswanto, 2002). Setiap pelaku ekonomi yang masuk dalam pasar akan melalui proses persaingan dimana produsen mencoba memperhitungkan cara untuk meningkatkan kualitas dan pelayanan dalam upaya merebut pasar dan konsumen. Ketika keadaan ini dapat dicapai, maka produsen atau pelaku bisnis tersebut berupaya untuk mempertahankan kondisi tersebut atau paling tidak tetap bertahan dengan pasar tertentu (Andi Fahmi Lubis, 2009). Pada keadaan ini konsumen adalah pihak yang diuntungkan karena para pelaku bisnis akan cenderung meningkatkan kualitas, pelayanan, dan menetapkan tarif yang bersaing dengan pelaku bisnis sejenis dengan pasar yang sejenis (Rachmadi Usman, 2004).

Kegiatan jual rugi atau *predatory pricing* ini merupakan suatu bentuk penjualan atau pemasokan barang dan atau Jasa dengan cara jual rugi (*predatory pricing*) yang bertujuan untuk mematikan pesaingnya (Dayu Padmara Regganis, 2013). Setelah memenangkan persaingan, perusahaan tersebut akan menaikkan harga kembali di atas harga pasar dan berupaya mengembalikan kerugiannya dengan mendapatkan keuntungan dari harga monopoli (karena pesaingnya telah keluar dari pasar) (Mustafa Kamal, 2017).

Contoh *predatory pricing* tersebut adalah kasus promo Grab yang terindikasi menerapkan harga yang sangat rendah yaitu dengan pemberian voucher promo atau potongan harga bagi konsumen, jika konsumen sering menggunakan aplikasi Grab maka konsumen tersebut akan mendapatkan voucher berupa potongan harga untuk setiap pemesanan di aplikasi Grab tersebut. Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan bisnis menjelaskan bahwa pelaku bisnis dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan bisnis pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan bisnis tidak sehat (Munir Fuadi, 2003). Komisi Pengawas Persaingan bisnis (KPPU) telah mengindikasikan adanya praktik *predatory pricing* setelah pemberlakuan tarif ojek online ini. Jika dibiarkan, praktik tersebut diprediksi akan membahayakan industri transportasi online secara berkelanjutan. Harga yang tidak wajar ini dapat dilihat dari perbedaan yang tertera di aplikasi, yaitu tarif menurut jarak tempuh dengan yang dibayarkan konsumen

melalui diskon. Selain itu juga diduga harganya berada dibawah biaya produksi.

Penulis juga mewawancarai mitra Grab Car yang tergabung dalam komunitas Grab Car Ciputra Seraya (CS 1) di Kota Pekanbaru, Akhir-akhir ini grab sangat rutin memberikan promo untuk konsumen malah tarif di turunkan. Sekitar bulan yang lalu tarif ambang bawah 15.000 rupiah, sekarang jadi 13.000 rupiah. Dengan adanya promo ada kenaikan konsumen, tapi tidak terlalu signifikan. Karena konsumen masih banyak yang fanatik dengan Go-Car walaupun tarifnya masih stabil. Bahkan yang tadinya konsumen Grab Car sudah beralih ke maxim. Makanya Grab menurunkan tarif supaya mengambil kembali konsumen maxim.

Promo yang diberikan bisa di bilang sangat jauh di bandingkan dengan tarif normal Grab Car yang bahkan jauh di bawah tarif normal maxim. Kasus ini pernah terjadi di Singapura, di mana *Competition and Consumer Commission of Singapore* (CCCS), lembaga setara KPPU, menjatuhkan denda kepada perusahaan Grab sebesar S\$13 juta atas kesepakatan mengakuisisi Uber pada akhir Maret 2018. Denda tersebut dijatuhkan karena pemerintah singapura menilai akuisisi bisnis tersebut telah melanggar aturan persaingan bisnis. Penggabungan usaha keduanya dinilai akan merusak iklim bisnis. Pemerintah Singapura menilai kesepakatan bisnis akan berdampak pada penerapan tarif dan dianggap sebagai penghambat persaingan bisnis (Rizaldy Anggriawan, 2019).

Setelah mengakuisisi Uber, Grab menaikkan tarif 10-15 persen sepanjang Maret-Juli 2018. Tarif ini diprediksi akan kembali dinaikkan pada 2021 diprediksi hingga 20-30 persen. Di saat yang bersamaan, besaran insentif bagi mitra pengemudi dikurangi signifikan. Praktik *predatory pricing* juga dapat membuat pesaing meninggalkan pasar dan menghalangi pemain yang baru masuk (Rizaldy Anggriawan, 2019).

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

KAJIAN TEORI

1. Teori Rule of Reason

Dalam pengaturan persaingan bisnis di tetapkan norma larangan yang memiliki dua sifat atau pendekatan yang digunakan dalam melihat perjanjian atau kegiatan pelaku bisnis, yakni larangan yang bersifat *Per Se* (*Per Se Illegal*) dan pendekatan larangan yang bersifat *rule of reason* (Mustafa Kamal, 2017). Sebagaimana yang akan di jelaskan selanjutnya bahwa dalam teori ilmu hukum, larangan terhadap tindakan Monopoli atau persaingan curang pada garis besarnya dilakukan dengan memakai salah satu dari dua teori sebagai berikut (Munir Fuadi, 2003):

- a. Teori *Per se*, dan

b. Teori *Rule of Reason*.

Pendekatan *Per se* disebut juga *per se illegal*, *per se rules*, *per se doctrine* dan juga *per se violation* (Mustafa Kamal, 2017). Sedangkan pendekatan *rule of reason* adalah kebalikan *per se illegal*. Dengan teori *per se* dimaksudkan bahwa pelaksanaan setiap tindakan yang dilarang akan bertentangan dengan hukum yang berlaku, sementara dengan teori *Rule of Reason*, jika dilakukan tindakan tersebut, masih dilihat seberapa jauh hal tersebut akan merupakan monopoli atau akan berakibat kepada pengekangan persaingan pasar. Jadi tidak seperti pada teori *per se*, dengan memakai teori *Rule of Reason* Tindakan tersebut tidak otomatis dilarang, sungguhpun perbuatan yang di tuduhkan tersebut dalam kenyataannya terbukti telah dilakukan (Munir Fuadi, 2003).

Teori *rule of reason* merupakan kebalikan dari teori *per se*. Dalam pendekatan ini hukuman terhadap perbuatan yang dituduhkan melanggar hukum persaingan harus mempertimbangkan situasi dan kondisi kasus. Karenanya, perbuatan yang dituduhkan tersebut harus di teliti terlebih dahulu, apakah perbuatan itu telah membatasi persaingan secara tidak patut. Untuk itu, disyaratkan bahwa penggugat dapat menunjukkan akibat yang di timbulkan dari perjanjian, kegiatan, dan posisi dominan yang telah menghambat persaingan atau menyebabkan kerugian (Mustafa Kamal, 2017). Jika dibandingkan dengan teori *per se*, teori *rule of reason* ini lebih luas cakupannya.

Dengan kata lain, teori *rule of reason* mengharuskan pembuktian, mengevaluasi mengenai akibat perjanjian, kegiatan, atau posisi dominan tertentu guna menentukan apakah perjanjian atau kegiatan tersebut menghambat atau mendukung persaingan. Mustafa Kamal menyatakan, dalam melakukan pembuktian harus melihat seberapa jauh tindakan yang merupakan antipersaingan tersebut berakibat kepada pengekangan persaingan di pasar. Dalam teori *rule of reason* sebuah tindakan tidak secara otomatis dilarang, meskipun perbuatan yang dituduhkan tersebut kenyataannya terbukti telah dilakukan. Dengan demikian, pendekatan ini memungkinkan pengadilan untuk melakukan interpretasi terhadap undang-undang dan juga interpretasi pasar (Mustafa Kamal, 2017). Dalam pendekatan *rule of reason* ini dapat diketahui akibat yang tercipta karena tindakan atau perjanjian yang mengakibatkan persaingan tidak sehat dan praktik monopoli sehingga merugikan pihak lain.

Menurut Munir Fuady, teori *rule of reason* ini diterapkan dengan menimbang-nimbang antara akibat negatif dari tindakan tertentu terhadap persaingan dengan keuntungan ekonomisnya. Adapun dalam hal ini yang di pertimbangkan bukan hanya penetapan harga semata-mata seperti dalam teori *per se*, melainkan juga di pertimbangkan hal-hal sebagai berikut (Munir Fuadi, 2003):

- a. Apakah tindakan tersebut mengakibatkan pembatasan persaingan atau mengatur atau malahan meningkatkan persaingan;
- b. Untuk itu harus di pertimbangkan fakta-fakta khusus yang berlaku untuk bisnis;
- c. Kondisi sebelum dan setelah terjadi pengekangan persaingan;
- d. Sifat dari pengekangan persaingan;

- e. Akibatnya terhadap penge-kangan persaingan apakah langsung (pasti) atau hanya penyebab kira kira sajas (*proximate cause*).

Jika kita menelusuri Undang-Undang Anti Monopoli kita (Undang- Undang No. 5 Tahun 1999) maka ada perjanjian atau tindakan yang dilarang tersebut dapat di kategorikan sebagai berikut (Munir Fuadi, 2003):

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

2. Teori Akibat Hukum

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

Menurut Ishaq dalam bukunya akibat hukum adalah akibat yang ditimbulkan oleh peristiwa hukum, karena suatu peristiwa hukum disebabkan oleh perbuatan hukum, sedangkan suatu perbuatan hukum juga dapat melahirkan suatu hubungan hukum, maka akibat hukum juga dapat dimaknai sebagai suatu akibat yang ditimbulkan oleh adanya suatu perbuatan hukum atau hubungan hukum (Ishaq, 2009).

3. Kerangka Konseptual

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

1. Transportasi Online adalah pengangkutan barang oleh berbagai jenis kendaraan sesuai dengan kemajuan teknologi;
2. Promosi adalah upaya untuk memajukan atau meningkatkan; misalnya untuk meningkatkan perdagangan atau memajukan bidang bisnis (Rivai Wirasmita, 2002).
3. Hukum persaingan bisnis adalah seperangkat aturan hukum yang mengatur mengenai segala aspek yang berkaitan dengan persaingan bisnis, yang mencakup hal-hal yang boleh dilakukan dan hal-hal yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha (Hermansyah, 2002).

Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan hukum ini adalah penelitian hukum soziologis yaitu pendekatan masalah yang diteliti dengan sifat hukum yang nyata atau sesuai dengan kenyataan hidup di dalam masyarakat. Penelitian ini hendak melihat korelasi antara hukum dengan masyarakat sehingga mengungkap efek-tifitas berlakunya hukum dalam

masyarakat (Amiruddin, 2012). Pengumpulan data dimulai dari data sekunder, bahan hukum primer kemudian bahan tertier dan dilanjutkan dengan pengumpulan data primer di lapangan dengan cara menelaah bagaimana penggunaan aplikasi transportasi online dalam melakukan transaksi ditinjau dari hukum persaingan bisnis.

2. Teknik Pengumpulan Data

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

- a. Wawancara, merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh keterangan secara lisan guna mencapai tujuan tertentu (Burhan Ashofa, 2013).
- b. Kuisisioner, yaitu metode pengumpulan data dengan cara membuat daftar-daftar pertanyaan yang memiliki korelasi dengan permasalahan yang diteliti, yang pada umumnya dalam daftar pertanyaan itu telah disediakan jawaban-jawabannya.
- c. Kajian pustaka yaitu penulis mengambil, mengkaji, menelaah, dan menganalisis berbagai kutipan dari buku, bacaan, literatur, atau buku pendukung yang memiliki kaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.

3. Analisis Data

Penulis mengumpulkan data observasi lokasi yang terbatas dengan beberapa responden yang diwawancarai. Pengolahan data secara kualitatif merupakan tata cara penelitian yang menghasilkan penelitian data deskriptif, yaitu apa yang dinyatakan responden secara tertulis atau secara lisan dan fakta-fakta di lapangan dipelajari serta dituangkan pada hasil penelitian ini serta dengan menggunakan metode deduktif dengan cara menganalisis dari permasalahan yang bersifat umum terhadap hal-hal yang bersifat khusus.

SIMPULAN DAN SARAN

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

A. Kesimpulan

Penggunaan Aplikasi Transportasi Online dengan Kode Promo Oleh Grab Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan bisnis Tidak Sehat di Kota Pekanbaru sejauh ini sudah terlaksana dengan baik dikarenakan Promo yang terapkan oleh Grab tidak sepenuhnya terkandung ke dalam kriteria-kriteria dari Jual Rugi yang dilarang dalam Pasal 20 undang-undang persaingan bisnis, Promo tersebut merupakan program dari Grab berupa penawaran khusus dalam jangka pendek yang di rancang untuk memikat para konsumen. Dugaan suatu pelaku bisnis melakukan praktik *predatory pricing* sebaiknya terlebih dahulu dikaji dan dilakukan analisis yang berkaitan dengan praktik *predatory pricing* tersebut.

Akibat hukum bila tindakan pelaku bisnis memenuhi unsur *predatory pricing* yaitu dapat dikenakan tindakan administratif maupun sanksi pidana. Dalam hal sanksi administratif sesuai Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 pasal 47 ayat (2) huruf c dan d yang berupa perintah kepada pelaku bisnis untuk menghentikan kegiatan yang terbukti menimbulkan praktek monopoli dan atau menyebabkan persaingan bisnis tidak sehat dan atau merugikan masyarakat, dan atau perintah kepada pelaku bisnis untuk menghentikan penyalahgunaan posisi dominan. Dalam perdata, praktik *predatory pricing* masuk kedalam kategori perbuatan melawan hukum yang diatur dalam pasal 1365 KUHPperdata. Akibat hukum dari perbuatan melawan hukum karena melakukan kegiatan *predatory pricing* adalah ganti kerugian baik kerugian materiil maupun imateriil kepada pihak-pihak yang dirugikan.

B. Saran

Pihak pelaku bisnis sebaiknya mengurangi tindakan pemberian promo secara berlebihan, dikarenakan dengan pemberian promo berlebih tersebut menciptakan entry barrier terhadap pemain baru yang ingin masuk kedalam pasar. Pemberian promo tidak masalah apabila dibatasi dan tidak terlalu jauh dari standar yang telah diatur dalam peraturan angkutan sewa khusus di Indonesia. Dengan mengikuti regulasi yang ada maka pasar transportasi online di pekanbaru akan menjadi lebih sehat.

Pihak komisi pengawas persaingan bisnis (KPPU) sebaiknya lebih aktif untuk menjalankan wewenangnya sebagai lembaga yang independen untuk melakukan penelitian dengan terjun langsung ke lapangan dengan begitu akan meminimalkan pelanggaran tentang dugaan adanya kegiatan praktek monopoli dan persaingan bisnis tidak sehat, baik terhadap adanya laporan maupun inisiatif dari KPPU sendiri, agar dapat terlaksananya kegiatan ekonomi yang sehat, dan diharapkan kepada pemerintah untuk membuat regulasi yang jelas terkait penerapan Promo di pasar transportasi online karena sampai saat sekarang ini belum ada Undang-Undang yang mengatur secara spesifik tentang Promo oleh transportasi online tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Ali, Achmad, 2008, *Menguak Tabir Hukum*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Amiruddin, 2012, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, PT Raja Grafindo, Jakarta.
- Anderson, J. Thomas, 1958, *Our Competitive system and Public Policy*, South Western Publishing Company, Cincinnati.
- Ashofa, Burhan, 2010, *Metode Penelitian Hukum*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Dirdjosisworo, Soedjono, 2010, *Pengantar Ilmu Hukum*, Rajawali Pers, Jakarta, 2010.
- Fuadi, Munir, 2003, *Hukum Anti Monopoli Menyongsong Era Persaingan Sehat*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

- Fuadi, Munir, 2013, *Konsep Hukum Perdata*, Rajawali Press, Jakarta.
- Hansen, Knud, et. Al, 2002, *Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Katalis Publishing-Media Services, Jakarta.
- Hermansyah, 2008, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Kencana Prenada, Jakarta.
- Ishaq, 2009, *Dasar-dasar Ilmu Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Kamal, Mustafa, 2017, *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia)*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Kagramanto, Budi, 2010, *Mengenal Hukum Persaingan Usaha*, Laras, Sidoarjo.
- Kelsen, Hans, 2006, *Teori Hukum Murni*, (Terjemahan Raisul Muttaqien), Nuansa & Nusa Media, Bandung.
- Kelsen, Hans, 2007, *Teori Umum Hukum dan Negara: Dasar-Dasar Ilmu Hukum Normatif Sebagai Ilmu Hukum Deskriptif Empirik*, (Terjemahan H. Somardi), BEE Media Indonesia, Jakarta.
- Khemani, R. Shyam, 1998, *A Framework for the Design and Implementation of Competition Law and Policy*, World Bank and OECD, D.C.
- Lubis, Andi Fahmi, et. al., 2009, *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks & Konteks*, GTZ, Jakarta.
- Marzuki, Pieter Mahmud, 2010, *Penelitian Hukum*, Jakarta Kencana, Jakarta.
- Marzuki, Pieter Mahmud, 2009, *Pengantar Ilmu Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Meyliana, Devi, 2013, *Hukum Persaingan Usaha (Studi Konsep Pembuktian Terhadap Perjanjian Penetapan Harga dalam Persaingan Usaha)*, Setara Press, Malang.
- Muhammad, Abdulkadir, 2004, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Muhammad, Abdulkadir, 2000, *Hukum Perdata Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Muhammad, Abdulkadir, 2010, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Muhammad, Abdul, 2013, *Hukum Pengangkutan Niaga*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Nusantara, Abdul Hakim Garuda dan Benny K. Harman, 1999, *Analisa dan Perbandingan Undang-Undang Anti Monopoli*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Puspaningrum, Galuh, 2013, *Hukum Persaingan Usaha; Perjanjian dan Kegiatan yang Dilarang dalam Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Aswaja Pressindo, Yogyakarta.
- Siswanto, Arie, 2002, *Hukum Persaingan Usaha*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Sirait, Ningrum Natasya, 2004, *Hukum Persaingan di Indonesia*, Pustaka Bangsa Press, Medan.
- Soekanto, Soejono, 1986, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta, UI Press.
- Soemitro, Ronny Hanityo, 1988, *Metode Penelitian Hukum dan Jerimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Soeroso, R., 2006, *Pengantar Ilmu Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta.

- Sunggono, Bambang, 2005, *Metode Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Syarifin, Pipin, 1997, *Pengantar Ilmu Hukum*, Pustaka Setia, Bandung.
- Usman, Rachmadi, 2004, *Hukum Persaingan Usaha*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Usman, Rachmadi, 2013, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Utami, Wahyu dan Yogabakti Adipradana S., 2017, *Pengantar Hukum Bisnis Dalam Perspektif Teori dan Praktiknya di Indonesia*, Jalan Permata Aksara, Jakarta.
- Widijowati, Dijan, 2012, *Hukum Dagang*, Andi, Yogyakarta.
- Wijaya, Andika, 2016, *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online*, Sinar Grafika, Jakarta.

B. Peraturan Perundang-Undangan

- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 75 Tahun 1999 Tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha Indonesia.
- Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PM 118 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Angkutan Sewa Khusus.
- Keputusan Menteri Perhubungan Nomor KP 348 Tahun 2019 Tentang Pedoman Perhitungan Biaya Jasa Sepeda Motor Yang Digunakan Untuk Kepentingan Masyarakat Yang Dilakukan Dengan Aplikasi.
- Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 20 (jual rugi) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

C. Jurnal/Kamus/Makalah

- Anggriawan, Rizaldy, 2019, "*E-Hailling Transportation and the Issue of Competition in Indonesia*", *Indonesia Comparative Law Review*, Muhammadiyah University of Yogyakarta, Vol. 2, No. 1.
- Arsyadi, Dian, 2016, "*Pertanggung Jawaban Notaris Terhadap Akta yang Tidak di Bacakan di Kota Padang*", Program Pasca Sarjana Magister Kenotariatan Fakultas Hukum Universitas Andalas, Padang.
- Cuyana, Lisa Novalia, 2020, "*Perlindungan Hukum Atas Pembatalan Order Pemberian Makanan Secara Sepihak Oleh Konsumen Melalui Layanan Go-Food Pada Aplikasi Go-Jek*", *JOM Fakultas Hukum*, Universitas Riau, Volume 7, No. 1.
- Dini, Anggraini, 2013, "*Studi Tentang Perilaku Pengendara Kendaraan Bermotor Di Kota Samarinda*", *e-Journal Sosiatri-Sosiologi*, Universitas Mulawarman, Vol. 1, No. 1.

- Dyani, Vina Akfa, 2017, "Pertanggungjawaban Hukum dan Perlindungan Hukum bagi Notaris dalam Membuat Party Acte", *Jurnal Lex Reinassance*, Magister Kenotariatan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Vol. 2, No. 1.
- Fikrina, Aulia, 2020, "Perjanjian Antara Pengemudi Go-Jek Dengan Pemilik Provider Go-Jek (Studi Terhadap Hak Dan Kewajiban Para Pihak Dalam Perjanjian)", *JOM Fakultas Hukum*, Universitas Riau, Vol. 7, No. 1.
- Frank, Jill, 2019 "*Theoretical Inquiries Law*" *Critical Modernities: Politics beyond The Liberal Imagination*, Thomson Routers, *Jurnal Westlaw*, diunduh dari <http://fh.unri.ac.id/index.php/perpustakaan/>.
- Hotana, Melisa Setiawan, 2018, "Industri E-Commerce Dalam Menciptakan Pasar Yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha", *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, Universitas Airlangga, Vol. 1, No. 1.
- K. Fraenkel, Osmond, 1936, *Manufactures Finance Co, Equality*, *Jurnal West Law*, Supreme Court of the United States, Vol. 85, No. 1.
- Pratama, Geistiar Yoga dan Aminah Suradi, 2016, "Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Pengguna Jasa Transportasi Online Dari Tindakan Penyalahgunaan Pihak Penyedia Jasa Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", *Diponegoro Law Journal*, Universitas Diponegoro, Vol. 5, No. 3.
- Rivai Wirasmita, et. al., 2002, *Kamus Lengkap Ekonomi*, Pionir Jaya, Bandung.

D. Website

- <https://katadata.co.id/safrezifitra/berita/5e9a518358779/praktik-predatory-pricing-di-ojek-online>, diakses, tanggal, 3 Desember 2020.
- <https://www.oecd.org/competition/abuse/2375661.pdf>, diakses, Tanggal 3 Desember 2020.
- <https://kbbi.web.id/>, Tanggal 9 Juni 2021.
- <http://library.uir.ac.id/skripsi/pdf/123410090/bab4.pdf>, diakses, Tanggal, 11 Agustus 2021.
- <http://ppid.kemendagri.go.id/front/dokumen/download/300026357>, diakses, Tanggal, 11 Agustus 2021.
- <https://www.grab.com/id>, diakses, Tanggal 11 Agustus 2021
- <https://nasional.kontan.co.id/news/tarif-promo-ojek-online-berpotensi-mengarah-pada-praktik-predatory-pricing>, diakses, Tanggal 22 November 2021.
- <https://www.gojek.com/id-id/>, diakses, Tanggal 22 November 2021.
- <https://id.taximaxim.com/>, diakses, Tanggal 22 November 2021.