

# Jurist-Diction

Volume 4 No. 1, Januari 2021

## Indikasi Pelanggaran yang Dilakukan oleh Traveloka Terhadap AirAsia Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha

**Syahril Gunawan**

syahrilg234@gmail.com

Universitas Airlangga

### How to cite:

Syahril Gunawan, 'Indikasi Pelanggaran Yang Dilakukan Oleh Traveloka Terhadap AirAsia Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha' (2021) Vol. 4 No. 1 Jurist-Diction.

### Histori artikel:

Submit 1 Oktober 2020;  
Diterima 12 November 2020;  
Diterbitkan 5 Januari 2021.

### DOI:

10.20473/jd.v4i1.24307

p-ISSN: 2721-8392

e-ISSN: 2655-8297



### Abstract

*Business Competition Law is a legal instrument that determines everything related to business competition, which includes things that business actors can do or are prohibited. The tendency of executing prohibited agreements or prohibited activities to be carried out by business actors and several business actors is caused by the desire of the business actor or a group of business actors to become a dominant position in a relevant market. In Indonesia, there are various kinds of airlines whose tickets are easily found at various online travel agents. An indication of unfair business competition is found in the sale of flight tickets at online travel agents. The purpose of this thesis is to prove that there is an indication of unfair business competition by online travel agents in the sale of flight tickets as in Law Number 5 year 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition.*

**Keywords:** *Monopolistic Practices ; Business Competition; Online Travel Agent.*

### Abstrak

Hukum Persaingan Usaha merupakan instrumen hukum yang menentukan segala sesuatu yang berkaitan dengan persaingan usaha yaitu mencakup hal-hal yang dapat dilakukan maupun yang dilarang untuk dilakukan oleh pelaku usaha. Kecenderungan pelaksanaan perjanjian yang dilarang maupun kegiatan yang dilarang yang dilakukan oleh pelaku usaha maupun beberapa pelaku usaha disebabkan oleh adanya keinginan pelaku usaha maupun sekelompok pelaku usaha untuk menjadi posisi dominan dalam suatu pasar bersangkutan. Di Indonesia terdapat berbagai macam maskapai penerbangan yang tiketnya dengan mudah didapatkan di berbagai agen perjalanan online. Indikasi persaingan usaha tidak sehat ditemukan dalam penjualan tiket penerbangan di agen perjalanan online. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk membuktikan bahwa adanya indikasi persaingan usaha tidak sehat oleh agen perjalanan online dalam penjualan tiket penerbangan sebagaimana sesuai dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. **Kata Kunci:** Praktek Monopoli; Persaingan Usaha; Agen Perjalanan Online.

Copyright © 2021 Universitas Airlangga

## Pendahuluan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, persaingan diartikan usaha untuk saling menyaingi, mendahului, mengungguli pada bidang militer, produksi, berdagang dan sebagainya. Usaha diartikan sebagai kegiatan perekonomian untuk mendapatkan laba atau menambah kekayaan dengan maksud meningkatkan kesejahteraan.<sup>1</sup> Usaha dalam konteks berbisnis ditekankan melalui pengertian bahwa seluruh lapisan masyarakat memiliki hak untuk berdagang baik dalam wujud jasa maupun barang sehingga mendapatkan nilai tambah dari usaha yang dilakukan didasarkan pada informasi yang didapatkan dan menyesuaikan dengan kebutuhan permintaan.<sup>2</sup>

Pasar persaingan sehat mencerminkan perilaku pada apa yang terjadi pada konteks pasar persaingan sempurna, ditandai dengan ciri-ciri seperti:<sup>3</sup>

1. Persaingan yang terjadi, menggunakan sumber daya yang dimiliki oleh produsen dari seluruh sektor secara tepat sasaran sehingga terciptanya efisiensi ekonomi;
2. Konsumen dapat bertransaksi tanpa mengkhawatirkan kerugian atau penipuan sehingga terciptanya rasa aman dan terjaminnya hak-hak yang dimiliki oleh konsumen sebagai pengguna barang dan atau jasa;
3. Pasar dapat dimasuki oleh pelaku usaha secara fleksibel dan terbuka, dan sebaliknya pelaku usaha dapat keluar dari pasar secara bebas tidak ada paksaan.

Pada bentuk persaingan sehat, pelaku usaha tidak memiliki kekuatan sebagai *price maker*;<sup>4</sup> harga ditentukan oleh mekanisme pasar (*market economy*). Sehingga pada persaingan sehat, produsen dipaksa untuk memproduksi dengan sumber daya seminimal mungkin (untuk mencapai efisiensi) dan memaksimalkan laba melalui rasio keuntungan. Keuntungan yang akan dicapai apabila persaingan usaha dilakukan secara sehat diantaranya:<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> M. Marwan dan Jimmy P, *Kamus Hukum* (Reality Publisher 2009).[628].

<sup>2</sup> David Ford dan Hakan Hakansson, 'Competition in Business Network' (2013) 42 *Industrial Market Management*. [1018].

<sup>3</sup> Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao, *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia* (Ghalia Indonesia 2010).[42].

<sup>4</sup> Paul J. McNulty, 'A Note On The History Of Perfect Competition' (1969) 75 *Journal of Political Economy*. [399].

<sup>5</sup> Buchari Alma, *Pengantar Bisnis* (Bandung 1992).[4].

1. Harga dapat serendah mungkin, dikarenakan pelaku usaha memproduksi, atau menggunakan sumber daya yang dimiliki seminimal mungkin sehingga antar pelaku usaha akan bersaing untuk mencapai harga terendah dan akan menguntungkan bagi konsumen;
2. Faktor lain yang dapat dijadikan instrumen dalam bersaing pada persaingan sehat adalah kualitas pelayanan. Apabila harga telah menyentuh tingkat terendah untuk menghasilkan keuntungan, kualitas pelayanan akan menjadi faktor pendorong penjualan dan meningkatkan kualitas penjualan pada pasar yang ada;
3. Kualitas barang menjadi variabel lain yang akan diperhitungkan oleh konsumen. Dengan banyaknya alternatif yang tersedia konsumen akan menentukan pilihan berdasarkan kualitas atau mutu barang yang diberikan oleh penjual;
4. Pelaku usaha akan mengeliminasi kegiatan produksi yang tidak memiliki nilai tambah (*no-added-value*).

Persaingan sempurna, akan mendorong bagi para pelaku usaha untuk meningkatkan kemampuan inovasi, kreativitas, dan kemampuan memproduksi secara efisien.<sup>6</sup> Dalam kenyataannya, akan sulit ditemukan. Terdapat praktik-praktik yang terdapat pada Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yang dilarang dikarenakan praktik tersebut akan menimbulkan persaingan tidak sehat.

### **Pelanggaran terhadap maskapai AirAsia oleh Traveloka**

Traveloka merupakan *platform* usaha berbentuk *online travel agent* (OTA), dalam kegiatannya perusahaan ini menyediakan jasa penjualan tiket dan bukan melakukan penjualan tiket secara langsung. AirAsia adalah salah satu penyedia jasa aviasi yang dalam kegiatannya menyediakan jasa transportasi udara dan pendapatannya didasarkan pada penjualan tiket bagi para calon konsumen. Traveloka merupakan *platform* daring yang dimaksudkan untuk mempermudah bagi para konsumen untuk menentukan pilihan dalam upaya memuaskan utilitas yang diharapkan. Jasa layanan penjualan tiket bekerja dengan mengumpulkan beberapa penyedia layanan jasa dalam kasus ini jasa angkutan udara seperti tiket Garuda Indonesia, Lion Air, AirAsia, Citilink dan memberikan pilihan-pilihan tersebut kepada konsumen untuk memilih dengan alternatif yang dimiliki.

---

<sup>6</sup> Johnny Ibrahim, *Hukum Persaingan Usaha, Filosofi, Teori, dan Implikasi Penerapannya di Indonesia* (Bayumedia Publishing 2006).[102].

Bentuk pasar persaingan sempurna atau pasar persaingan sehat akan lebih efektif dengan adanya platform seperti Traveloka, hal ini dikarenakan banyaknya *supply* yang ditawarkan dan *demand* yang tercipta akan mengakibatkan penentuan harga dibentuk melalui mekanisme pasar. Upaya untuk meningkatkan laba dari pelaku usaha seperti yang telah disebutkan sebelumnya tidak akan merugikan pelaku usaha lain secara langsung, seperti efisiensi pengeluaran yang dikeluarkan oleh konsumen, meningkatkan inovasi dan keunikan serta peningkatan pelayanan. Persaingan harga terbentuk karena adanya upaya untuk memperbaiki sistem internal dalam memproduksi dan bukan melalui pembentukan harga secara individual maupun berkelompok atau sesuai dengan persetujuan (*price maker*).

Sebagai penyedia jasa transportasi udara dalam menentukan harga jual tiket tentu manajemen perusahaan telah memperhitungkan beban yang dikeluarkan perusahaan untuk kemudian menentukan *surplus* yang diharapkan dan dialokasikan kepada harga jual tiket. Beban gaji, beban operasional seperti bahan bakar pesawat (kemudian disebut avtur), beban sewa parkir pesawat akan menimbulkan dasar pengambilan keputusan harga tiket bagi manajemen. AirAsia merupakan salah satu pesawat (*low cost carrier*) yang artinya menyediakan tiket dengan harga yang relatif murah bila dibandingkan dengan maskapai lain, perbedaan harga yang terjadi dikarenakan kegiatan didasarkan pada efisiensi operasional perusahaan.

Manajemen rantai pasokan merupakan langkah yang dapat dilakukan manajemen untuk meningkatkan efisiensi produksi atau operasional perusahaan<sup>7</sup>. Manajemen rantai pasokan diartikan sebagai bagaimana perusahaan bekerja dari mulai perencanaan, mendapatkan bahan baku, produksi, dan timbal balik yang diterima oleh perusahaan dari konsumen tingkat akhir. Sederhananya, harga tiket tentu mencerminkan efisiensi perusahaan dalam melakukan kegiatan operasionalnya walaupun kegiatan operasional bukan satu-satunya indikator pembentuk harga. Menurut laporan keuangan Garuda Indonesia dihimpun dari laporan keuangan pada tahun 2018 Beban yang dikeluarkan oleh maskapai

---

<sup>7</sup> A. Gunasekaran, C. Patel dan E. Tirtiroglu, 'Performance measures and metrics in a supply chain environment' (2001) 21 International Journal of Operations & Production Management.[77].

ini mencapai USD 4,20 Miliar dan bila dijabarkan beban operasional seperti, biaya bahan bakar, beban gaji, bandara mencakup 58% dari beban operasional perusahaan artinya mengambil porsi terbesar dari beban lainnya seperti beban administrasi dan umum atau beban pemeliharaan.<sup>8</sup>

Beban bahan bakar mengambil porsi sebanyak 46,6% dari beban operasional artinya mencakup 27% dari total yang dibebankan oleh perusahaan. Hal ini tentu cukup signifikan menilai bahwa beban bahan bakar akan mempengaruhi harga tiket pesawat yang ditawarkan. Pada tahun 2019 Avtur dinyatakan mengalami penurunan harga pada bulan Februari 2019 sebanyak 26% menjadi Rp 7.960,00 per liter (semula 8.210,00 per liter)<sup>9</sup>. Walaupun mengalami penurunan tetapi secara keseluruhan dari tahun 2018 hingga Januari 2019 mengalami fluktuasi harga kerah kenaikan harga avtur. Penyesuaian harga Pertamina terhadap Avtur diawali dengan instruksi Menteri ESDM No 17 tahun 2019 tentang Formula Harga Dasar dalam Perhitungan Harga Jual Ecer jenis BBM Umum Jenis Avtur yang Disalurkan melalui Depot Pengisian Pesawat Udara.

Pada bulan Februari, Garuda Indonesia memutuskan untuk menaikkan harga jual tiket dengan maksud untuk meningkatkan keuntungan atau memperbaiki kinerja pada kuartal 1 Tahun 2019<sup>10</sup>. Hal yang sama Dilakukan oleh maskapai Lion Group dengan tidak lagi menggratiskan bagasi pesawat dan hanya menggratiskan bagasi pada kabin (maksimal 7 Kg) hal ini diperbolehkan sesuai dengan Pasal 22 Peraturan Menteri No 108 Tahun 2015 dengan keterangan bahwa maskapai *low cost carrier* (dalam hal ini Lion Air dan Wings Air) diperbolehkan untuk tidak menggratiskan bagasi pesawat artinya konsumen akan dibebankan biaya tambahan apabila ingin memakai bagasi pesawat.

---

<sup>8</sup> Bursa Efek Indonesia, 'Laporan Keuangan Garuda Indonesia yang telah diaudit (GIAA) untuk Tahun 2018' (*Bursa Efek Indonesia*, 2020)<[www.idx.com](http://www.idx.com)> accessed 26 Mei 2020

<sup>9</sup> Pertamina, 'Pertamina Sesuaikan Harga Avtur' (*Release Pertamina*, 2020)<[www.pertamina.com](http://www.pertamina.com)> accessed 26 Mei 2020.

<sup>10</sup> F. Christy Rosana, 'Naikkan Harga Tiket Pesawat, Garuda Claim Untung USD 19,7 Juta' (*Tempo (Online)*, 2019)<<https://bisnis.tempo.co/read/1228980/naikkan-harga-tiket-pesawat-garuda-klaim-untung-usd-197-juta/full&view=ok>> accessed 26 Mei 2020.

AirAsia sampai dengan karya ilmiah ini dituliskan masih menggratiskan bagasi pesawat dalam jasa pelayannya. Indikasi adanya persaingan tidak sehat dimulai dari pada tanggal 14 sampai dengan 17 Februari 2019, Traveloka tidak menampilkan layanan untuk pembelian tiket AirAsia. Menurut pihak Traveloka hal ini diakibatkan sedang adanya perbaikan sistem sehingga *system error* sangat mungkin terjadi. Tetapi, pada bulan tanggal 02 Maret Tahun 2019, tiket AirAsia kembali tidak tersedia pada laman Traveloka.

Pihak Traveloka Menggratiskan biaya pendaftaran bagi pihak yang ingin mendaftarkan merek dagang atau propertinya di dalam Traveloka (dengan ketentuan adanya pembagian hasil melalui penjualan tiket). Walau demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa dengan mendaftarkan perusahaan pada Traveloka (dalam hal ini pihak AirAsia) 20% dari penjualan tiket pada kuartal pertama tahun 2019 didasarkan pada penjualan melalui Traveloka. Sehingga hilangnya, ketersediaan tiket di dalam laman Traveloka akan menurunkan penjualan tiket yang didapatkan oleh maskapai AirAsia.

Indikasi persaingan tidak sehat berlanjut dengan tidak adanya itikad baik yang dilakukan oleh pihak Traveloka dengan memberikan penjelasan kepada pihak AirAsia.<sup>11</sup> Walaupun secara tidak langsung pihak Traveloka telah mencoba menghubungi pihak Airasia melalui sambungan telepon tetapi pihak Air Asia menganggap pihak Traveloka tidak dapat menjelaskan secara resmi perihal hilangnya tiket di laman traveloka karena tidak melakukan klarifikasi dengan membalas e-mail yang diajukan oleh pihak Air Asia kepada pihak Traveloka. Setelah itu, menurut pihak Air Asia pertanyaan yang diajukan oleh konsumen dengan hilangnya tiket Air Asia di laman Traveloka tidak menyarankan untuk mencari tiket Air Asia di laman resmi Air Asia melainkan dianjurkan untuk membeli tiket lain yang tersedia di laman Traveloka.

---

<sup>11</sup> Anita Kusuma W, 'Kronologi Geramnya AirAsia ke Traveloka, Putuskan Kerja Sama dan Tarik Penjualan Tiket' (*Tribunnews (Online)*, 2019)<<https://makassar.tribunnews.com/2019/03/05/kronologi-geramnya-airasia-ke-traveloka-putusan-kerja-sama-dan-tarik-penjualan-tiket>> accessed 26 Februari 2020.

### **Indikasi Perjanjian yang Dilarang**

Terkait dengan kasus Traveloka dengan AirAsia, indikasi adanya penguasaan pasar, Traveloka sebagai agen daring penjual tiket maskapai pesawat, tentu memiliki strategi untuk dapat bersaing dengan agen daring lainnya, agar tetap eksis di industri keagenan tiket. Kisruh yang terjadi antara Traveloka dan AirAsia disinyalir dikarenakan adanya indikasi *meetings of mind* yang berarti kesepakatan antara maskapai pesawat yang juga terdaftar dalam penjualan tiket melalui agen Traveloka. Melalui kesepakatan penguasaan pasar yang dilakukan oleh Garuda Indonesia Group dan Lion Air Group akan memiliki kekuatan untuk memberikan tekanan ataupun ancaman pada pihak Traveloka, berupa penarikan kerjasama diantara Traveloka dengan Garuda Indonesia Group dan Lion Air Group dan akhirnya tercipta pasar tanpa persaingan di laman Traveloka dengan menghilangkan AirAsia sebagai satu-satunya maskapai yang memiliki potensi untuk menciptakan persaingan dari laman Traveloka. produk akan lebih mudah diatur oleh para pelaku usaha dalam pasar oligopoli.

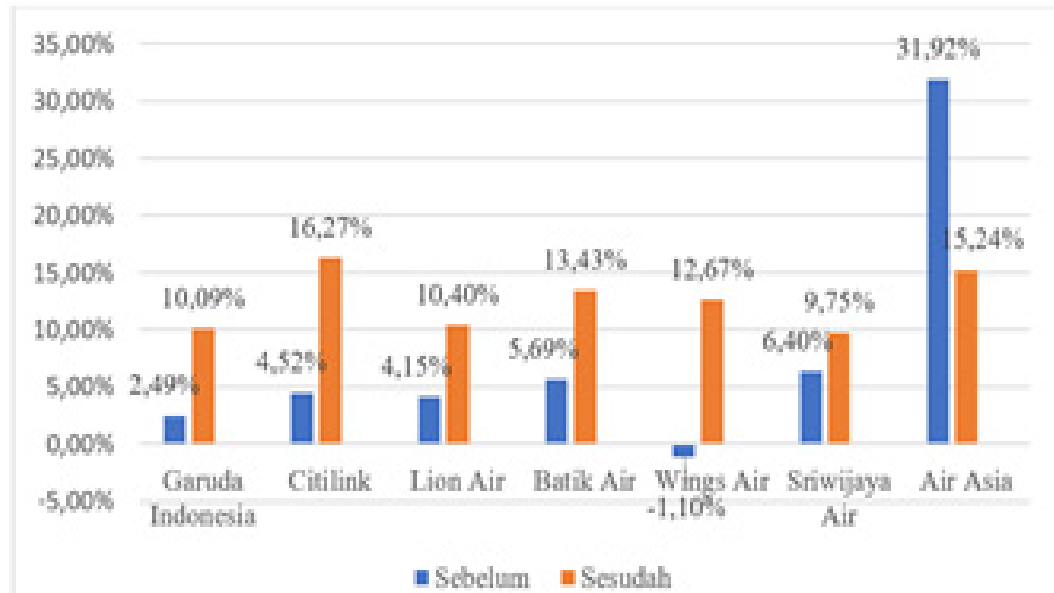
Penetapan Harga diartikan melalui UU No. 5 Tahun 1999, hukum mengatur penetapan harga yang dilarang oleh perusahaan sebagai suatu perjanjian salah satu perusahaan dengan perusahaan lainnya sehingga tercipta harga baru melalui kesepakatan bersama, diatur dalam Pasal 5 sampai dengan Pasal 8 UU No. 5 Tahun 1999.

Produsen dalam teori persaingan pasar sehat mendapatkan keuntungan penjualan melalui rasio yang didapatkan antara beban yang dikeluarkan dengan pendapatan yang diraih melalui pendapatan barang maupun jasa. Harga yang lebih rendah dari harga pasar dan dihimpun oleh konsumen dinamakan sebagai *surplus* konsumen, karena konsumen merasa diuntungkan dengan dapat mendapatkan utilitas yang diinginkan di bawah harga pasar. Hal ini dapat dicapai apabila perusahaan dapat memproduksi seefisien mungkin sehingga memungkinkan untuk terciptanya menawarkan harga di bawah harga pasar.

Perjanjian penetapan harga akan mengubah surplus konsumen menjadi surplus produsen yaitu dengan memungkinkannya menjual harga di atas harga

pasar mencapai titik harga tidak wajar.<sup>12</sup> Kesepakatan untuk meningkatkan harga setinggi-tingginya demi mencapai keuntungan yang sebesar-besarnya akan merugikan konsumen dikarenakan diantara pelaku usaha menyetujui perjanjian untuk meningkatkan harga sehingga konsumen tidak dapat memilih alternatif barang atau jasa dan hanya menerima pilihan yang ada yang merupakan pilihan yang merugikan karena harga terlampaui tinggi.<sup>13</sup> Garuda Indonesia sebagai maskapai yang menggunakan jasa agen daring yang ditawarkan oleh Traveloka terindikasi melakukan penetapan harga, bersamaan dengan itu maskapai-maskapai lain yang terkait Citilink Indonesia, Sriwijaya Air, NAM Air, Batik Air, Lion Air, Wings Air. Hal ini selaras dengan adanya kenaikan harga secara serentak yang dilakukan oleh maskapai-maskapai tersebut, baik pada laman Traveloka maupun pada laman masing-masing maskapai terkecuali pada maskapai AirAsia. Indikasi adanya perjanjian penetapan harga dapat dilihat melalui gambar 1.

**Gambar 1. Kenaikan Harga Tiket Pesawat antar Maskapai Tahun 2018  
(Sebelum dan Setelah November 2018)**



Sumber: KPPU (2020)

<sup>12</sup> Phillip E. Areeda, 'Concerted Behaviour under The Antitrust Laws' (1986), 99 Harvard Law Review.[8].

<sup>13</sup> Damien Geradin dan Nicolas Petit, 'Price Discrimination Under EC Competition Law: Another Antitrust Doctrine In Search of Limiting Principles?' (2006), 2 Journal of Competition Law & Economics.[2].



Melalui gambar 1 dapat diperhatikan bahwa semakin tinggi pangsa pasar yang dimiliki oleh suatu maskapai akan semakin tinggi meningkatkan harga tiket yang beredar di masyarakat, seperti Lion Air yang rata-rata mengalami kenaikan harga tiket bulanan sebanyak 10.40% setelah bulan November 2018 dan Garuda Indonesia yang mengalami kenaikan harga tiket sebanyak 10.09%, kejadian secara anomaly terlihat apabila melihat kenaikan bulanan AirAsia yang mengalami penurunan kenaikan bulanan sebanyak 16% dibandingkan sebelum November 2018.

Kartel, dalam pasar persaingan sehat pelaku usaha akan mencapai tingkat penjualan pada level efisien dengan meningkatkan produktivitas. Pada perjanjian kartel, perusahaan akan menyetujui untuk membentuk suatu perjanjian dengan pesaingnya dan menentukan harga dan jumlah produksi. Kartel akan berjalan efektif pada pasar yang memiliki bentuk oligopoli sehingga koordinasi diantar pada pelaku usaha akan menjadi lebih mudah.<sup>14</sup> Kartel dilarang menurut Undang-Undang dikarenakan dengan perjanjian ini pelaku usaha akan memiliki kendali untuk menentukan jumlah produksi, dan dikhawatirkan pelaku usaha akan mengurangi jumlah produksi sehingga terciptanya kelangkaan terhadap barang atau pasar dan akan mengakibatkan kenaikan harga. Terdapatnya indikasi kartel yang dibentuk oleh maskapai penerbangan di Indonesia dikarenakan adanya pangsa pasar yang dimiliki oleh Garuda Indonesia Group dengan Lion Group ditambah dengan adanya kesesuaian kenaikan harga secara bersama-sama.

**Gambar 2. Pangsa Pasar Maskapai di Indonesia Tahun 2019**



Sumber: Penulis (2020)

<sup>14</sup> Herbert Hovenkamp, *Federal Antitrust Policy: The Law of Competition and It's Practice* (Harvard University Press 1995).[144].

Melalui gambar 2 dapat dilihat besarnya pangsa pasar yang dimiliki oleh dua maskapai di Indonesia, terlebih Sriwijaya Group yang telah menjalin kerjasama operasional dibawah Garuda Indonesia Group semakin memperkuat kekuatan pasar yang dimiliki oleh Garuda Indonesia Group dengan Lion Group. Jenis pasar Oligopoli akan sangat memungkinkan bagi pelaku pasar dalam melakukan perjanjian kartel, sama halnya dengan perusahaan yang bidang angkutan udara yang hanya terdiri dari dua perusahaan (dengan pertimbangan Sriwijaya berada di bawah Garuda Indonesia Group) akan memperkuat indikasi adanya kartel, ditambah data bahwa adanya kenaikan harga secara bersama-sama diantara para pelaku usaha maskapai penerbangan udara di Indonesia.

Integrasi Vertikal, merupakan suatu bentuk perjanjian penggabungan atau kerjasama lini produksi (dari hulu kehilir). Hal ini diperuntukan untuk menghindari pelaku usaha yang melakukan perjanjian oligopoli kepada *customer* di level bawahnya, seperti pada kasus Traveloka sebagai penyalur tiket pesawat yang ditawarkan oleh beberapa maskapai penerbangan yang berada di Indonesia, dengan adanya integrasi vertikal, akan mengakibatkan kerjasama yang dilakukan oleh maskapai penerbangan dan Traveloka sebagai agen hanya sebatas kesepakatan tersebut, sedangkan anggota lain yang tidak mengikuti kesepakatan atau dalam hal ini pesaing dalam dunia maskapai penerbangan yang tidak ikut andil dalam kesepakatan tersebut tidak akan dapat menikmati jasa yang ditawarkan oleh agen penjual tiket (Traveloka). Hal ini akan menguntungkan satu pihak saja dikarenakan penjualan tiket yang dilakukan oleh Traveloka akan terfokus pada satu atau beberapa pelaku usaha yang sama-sama menjalin kerjasama dalam integrasi vertikal.

Perjanjian Tertutup, merupakan perjanjian yang dilakukan oleh level produksi yang berbeda dan dilakukan secara eksklusif, seperti pada proses produksi maupun jaringan distribusi suatu barang dan/atau jasa<sup>15</sup> perjanjian tertutup yang dilarang menurut UU No. 5 tahun 1999 diantaranya:

- 1) *Exclusive Distribution Agreement*

---

<sup>15</sup> Philip Clarke dan Stephen Coronos, *Competition Law and Policy: Cases and Materials* (Oxford University Press 2000).[376].

Merupakan suatu perjanjian pelaku usaha dengan level yang berbeda seperti pada level distributor. Sehingga, perjanjian ini merupakan perjanjian yang dimaksudkan untuk mengurangi persaingan diantara distributor yang menyalurkan produk satu perusahaan sehingga tidak terjadi persaingan pada merek dagang yang sama. *Exclusive distribution agreement* dilakukan dengan cara menentukan wilayah konsumen bagi para distributor perusahaan tersebut seperti pada perjanjian pembagian wilayah hanya pada level distributor. Perjanjian ini dikhawatirkan akan menimbulkan hal yang serupa seperti pembagian wilayah, yaitu eksploitasi kepada konsumen tingkat akhir, dikarenakan berkurangnya pilihan terhadap distributor dan akan meningkatkan harga barang tersebut.

2) *Tying Agreement*

Merupakan perjanjian diantara kedua (atau lebih) pelaku usaha di level yang berbeda dengan syarat penjualan atau penyewaan terhadap suatu barang apabila pembeli atau penyewa akan membeli barang yang lainnya. Sehingga konsumen dipaksa untuk membeli satu untuk dua barang (secara borongan). *Tying agreement* akan mempersulit pelaku usaha lain untuk masuk ke dalam pasar dikarenakan para pesaingnya telah melakukan perjanjian dengan level yang berbeda sehingga persaingan usaha menjadi tidak *fair*.

3) *Vertical Agreement on Discount*

Merupakan perjanjian yang muncul akibat terjadinya perjanjian *tying agreement* yang memaksa pembeli harus membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan tetapi harus dilakukan akan kegiatan jual dan beli dapat berlangsung.. Pada Perjanjian *Vertical Agreement on Discount* mensyaratkan pemotongan harga untuk suatu barang yang ditawarkan dengan membentuk perjanjian pembeli tidak akan membeli dari pelaku usaha lain dan/atau pembeli dipaksa untuk membeli barang yang lain (yang mungkin tidak dibutuhkan) dengan maksud untuk mendapatkan potongan harga.

Kasus Traveloka dan AirAsia sangat rentan terdapat indikasi persaingan yang tidak sehat. Pertama, pada pola penetapan harga, apabila ditelisik dengan

adanya kenaikan avtur pada waktu kuartal pertama tahun 2019, akan diwajarkan apabila keseluruhan maskapai menaikkan harga tiketnya, tetapi AirAsia mengaku tidak menaikkan harga tiket dikarenakan tidak dibutuhkan.<sup>16</sup> Terlebih apabila dibandingkan dengan Lion Air, yang sama-sama menggunakan konsep *low cost carrier* atau transportasi berbiaya murah, Lion Air menghilangkan fasilitas bagasi gratis, walaupun hal ini tidak dengan peraturan Undang-Undang yang berlaku.

Kemudian akan menjadi pertanyaan dengan tingkat dan konsep yang sama tetapi AirAsia dapat bertahan di tingkat harga yang sama. Penetapan harga memicu akan adanya praktik kolusi yang itu menyetujui untuk menetapkan suatu harga terhadap barang atau jasa secara tidak sehingga menaikkan keuntungan.

Bentuk-bentuk yang dapat terjadi ketika adanya suatu kesepakatan untuk penetapan harga menurut Peraturan KPPU No. 4 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 5 (Penetapan Harga) UU No. 5 Tahun 1999 yaitu <sup>17</sup>;

1. Kesepakatan menaikkan atau menurunkan harga;
2. Kesepakatan memakai suatu formula standar sebagai dasar perhitungan harga;
3. Kesepakatan memelihara suatu perbandingan tetap antara harga yang dipersaingkan dengan suatu produk tertentu;
4. Kesepakatan meniadakan diskon atau membuat keseragaman diskon;
5. Kesepakatan persyaratan pemberian kredit kepada konsumen;
6. Kesepakatan meniadakan produk yang ditawarkan dengan harga murah di pasar, sehingga membatasi pasokan dan memelihara harga tinggi;
7. Persetujuan kepatuhan pada harga yang diumumkan;
8. Kesepakatan tidak menjual bila harga yang disetujui tidak dipenuhi; dan/atau
9. Kesepakatan menggunakan harga yang seragam sebagai langkah awal untuk negosiasi.

Bentuk yang memungkinkan bila adanya perjanjian harga antara Traveloka dengan pihak-pihak lain selain AirAsia adalah kesepakatan harga untuk meningkatkan harga dapat juga didasarkan pada perhitungan formula yang distandarkan untuk penentuan harga baru. Rumusan Pasal 5 UU No. 5 Tahun

---

<sup>16</sup> Hendra Kusuma, 'AirAsia Traveloka 'cerai' Gara-gara Tekanan Maskapai Lain?' (*Finance Detik (Online)*, 2019) <<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4468881/airasia-traveloka-cerai-gara-gara-tekanan-maskapai-lain>> accessed 25 Maret 2020.

<sup>17</sup> Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 4 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pasal 5 (Penetapan Harga) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

1999 ditafsirkan sebagai *per se illegal* artinya apabila pihak-pihak terlapor atau pihak-pihak diperiksa terbukti ditemukan adanya perjanjian untuk penetapan suatu harga pihak-pihak tersebut telah melakukan tindakan yang bertentangan dengan UU tersebut tanpa perlu memperhatikan alasan persetujuan perjanjian penetapan harga.

Pembuktian adanya penetapan harga yang diberlakukan diantara para pelaku usaha maskapai penerbangan diperlukan adanya kesepakatan secara bersama-sama dan kemudian para pelaku tersebut menyetujui sehingga melakukan atau mempraktikkan perjanjian yang telah dilakukan, untuk menetapkan harga sesuai dengan yang telah disetujui. Bukti yang dibutuhkan untuk benar-benar meyakini bahwa terdapat adanya perjanjian yang dimaksud terbagi menjadi 2 yaitu bukti langsung (*hard evidence*) dan bukti tidak langsung (*cicumstantial evidence*). Bukti langsung merupakan bukti yang benar-benar dapat diobservasi dapat berupa percakapan *telephone, fax*, surat elektornik. Sedangkan bukti tidak langsung tidak serta merta memperlihatkan adanya penetapan harga dan salah satu yang termasuk kedalam bukti tidak langsung adalah bukti ekonomi yang dapat diamati melalui harga pasar.

Penetapan harga dapat diartikan bahwa seluruh atau sebagian besar memiliki harga yang seragam terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Hal ini sangat wajar terjadi pada pasar persaingan sehat bahwa harga memiliki tingkat kemiripan yang tinggi, sehingga dibutuhkan analisis tambahan (*plus factors*) untuk benar-benar meyakini bahwa kesamaan harga yang terdapat pada suatu pasar diakibatkan oleh perjanjian penentuan harga bukan pembentukan harga (*illegal agreement*) yang didasarkan pada mekanisme pasar. Rasionalitas penetapan harga merupakan salah satu bentuk analisis untuk melihat indikasi adanya perjanjian penetapan harga secara tidak langsung, dengan menganalisis motif dari pasar yang bersangkutan. Apabila terdapat penurunan permintaan terhadap suatu barang atau jasa sedangkan tingginya biaya tetap tentu akan menurunkan efisiensi, biaya tetap merupakan biaya yang sama yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi barang sejumlah tak terbatas, artinya semakin tinggi *output* yang dihasilkan oleh

perusahaan akan meningkatkan efisien dan sebaliknya. Dengan meningkatkan harga pendapatan yang diterima akan meningkat dan tingkat efisiensi akan kembali tercapai.

Analisis struktur pasar merupakan cara analisis lain untuk benar-benar memahami perjanjian penetapan harga secara tidak langsung. Walaupun banyak cara yang terdapat untuk menganalisis penetapan harga secara tidak langsung tidak semua cara perlu dilakukan. Tingkat analisis struktur pasar akan memperlihatkan efektivitas penetapan harga pada pelaku pasar, penetapan harga bagi pasar yang memiliki keragaman produk tidak akan efektif dikarenakan akan sulit untuk menentukan harga dasar bagi barang yang akan disetujui harganya, sedangkan maskapai angkatan udara memiliki tingkat kemiripan yang tinggi yang itu jasa transportasi udara. Perbedaan yang dapat ditemukan dalam produk tidak begitu jauh berbeda dikarenakan pendapatan utama maskapai penerbangan bukanlah melalui penjualan barang (walaupun terdapat beberapa penjualan seperti *merchandise*).

Hambatan masuk pasar yang tinggi menjadi bentuk analisa lain yang dapat diketahui bahwa untuk dapat masuk kedalam pasar penerbangan di Indonesia terdapat *barriers to entry* yang tinggi. Biaya yang tinggi, untuk perawatan, pembelian aset, parkir bandara dibutuhkan dana yang sangat tinggi untuk dapat memulai usaha penerbangan di Indonesia. Lebih jauh lagi, hal ini akan mempermudah adanya kolusi dikarenakan pesaing baru yang akan masuk kedalam pasar tidak akan mudah untuk memasuki pasar dan kesepakatan akan lebih mudah terjadi. Sedangkan kondisi penerbangan lokal di Indonesia saat ini dipegang oleh 2 raksasa maskapai penerbangan lokal Garuda Indonesia Group yang terdiri dari Garuda Indonesia, Citilink, Sriwijaya Air dan Nam Air sedangkan Lion Group terdiri dari Lion Air, Wings Air, dan Batik Air.

Halangan untuk masuknya maskapai baru ke dalam bisnis penerbangan domestik juga diakibatkan sulitnya perizinan yang dibutuhkan sesuai dengan Konvensi Chicago Tahun 1994<sup>18</sup>. Tidak keseluruhan analisis perlu dilakukan untuk

---

<sup>18</sup> Taufan Adharsyah, 'Maskapai Asing Mau Masuk? Tidak Semudah Itu Ferguso' (*CNBC Indonesia* (Online), 2019) <<https://www.cnbcindonesia.com/news/20190612170535-4-77943/maskapai-asing-mau-masuk-tidak-semudah-itu-ferguso/1>> accessed 27 Mei 2020.

menemukan adanya penetapan harga paling tidak dibutuhkan analisis rasionalitas, analisis struktur, analisis kinerja dan analisis fasilitas kolusi. Sesuai dengan Peraturan KPPU No. 4 Tahun 2011 analisis tambahan (*plus factors*) apabila mendukung bukti tidak langsung dapat dijadikan sebagai barang bukti saat pembuktian berupa petunjuk sesuai dengan Pasal 42 UU No. 5 Tahun 1999.

Kedua, perjanjian yang dapat diindikasikan terjadi pada pesaing dari AirAsia (dalam kasus ini Garuda Indonesia Group dan Lion Air Grop) adalah adanya perjanjian tertutup. Menurut Peraturan KPPU No. 5 Tahun 2011 yang merupakan suatu pedoman Pasal 15 UU No. 5 Tahun 1999. Perjanjian tertutup merupakan perjanjian yang dilakukan secara vertikal diantara pelaku usaha, guna menghalang-halangi pelaku usaha lain dalam melakukan kegiatan penjualan. Pasal 15 ayat (1) UU No. 5 Tahun 1999 menyatakan:

“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa 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”.

Indikasi adanya tekanan dari maskapai raksasa Indonesia untuk menghentikan Traveloka melakukan jasa penjualan tiket AirAsia dirasa cukup kuat mengingat apa yang telah dipublikasikan oleh media travel global Skift yang dipublikasikan pada 13 Maret 2019 “*Garuda Indonesia and Lion Air have allegedly prevented the countries two largest travel agencies, the other being Ticket.com (and Traveloka) from selling AirAsia low-cost flights*”

Hal tersebut harus didasari pada fakta-fakta di lapangan yang terjadi sehingga munculnya indikasi persaingan tidak sehat yang dilakukan oleh Garuda Indonesia dan Lion Air. Latar belakang yang pertama adalah, tingginya harga avtur kemudian maskapai lain memutuskan meningkatkan harga tiket yang diperjualkan tetapi hal ini tidak dilakukan oleh AirAsia<sup>19</sup> alasan kedua adalah ketika dilakukan penelusuran hanya tiket AirAsia yang hilang dari laman Traveloka, sedangkan maskapai lain seperti Lion Air, Batik Air, Citilink, Scoot (maskapai *low cost carrier* dari Singapura)

---

<sup>19</sup> Raini Hamdi, ‘The Dirty Business Targeting AirAsia Indonesia Just Got Dirtier’ (*skift*, 2019)<[www.skift.com](http://www.skift.com)> accessed 25 Maret 2020.

masih ada di laman Traveloka dan bahkan Ticket.com. Ditambah dengan data yang dihimpun dari *Wonderful Indonesia* bahwa AirAsia merupakan maskapai dengan penumpang terbanyak untuk penerbangan domestik 2017.<sup>20</sup> Kemudian apabila melihat Pasal 50 huruf (d) UU No. 5 Tahun 1999, yang menyatakan “perjanjian dalam rangka keagenan yang isinya tidak memuat ketentuan untuk memasok kembali barang dan atau jasa dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan”

Definisi Agen yang dikecualikan pada Pasal tersebut mengarah kepada Agen pada arti sempit (*narrow terms*) bukan kepada arti luas (*broad terms*) agen yang kecualikan menurut Pasal tersebut adalah agen dengan definisi, agen merupakan perusahaan perdagangan yang melakukan kegiatan operasional atas nama prinsipal dan tidak memiliki hak untuk mengubah segala bentuk barang yang tetap menjadi hak bagi prinsipal.<sup>21</sup> Dengan pasal ini akan menjadi multitafsir apabila tidak melihat pedoman yang dikeluarkan oleh KPPU untuk melihat apakah Traveloka selaku agen tidak dapat dijerat dengan Pasal 15 maupun Pasal UU No. 5 Tahun 2019 perlu dilihat lebih dalam apakah Traveloka termasuk agen yang dikecualikan atau agen yang tidak dikecualikan.

Menggunakan metode deduktif dan menggunakan metode minor, akan lebih memahami Traveloka sebagai agen penjualan tiket atas prinsipal seperti Garuda Indonesia, Batik Air, dan AirAsia dengan menguraikan unsur-unsur yang terdapat pada Pasal 50 huruf d UU No. 5 Tahun 1999, adanya perjanjian antara prinsipal dengan agen kemudian agen yang dimaksud adalah agen sebagaimana definisi yang diuraikan oleh Peraturan Menteri Perdagangan No.11/M-DAG/PER/3/2006 Pasal 1 angka 4, di dalam perjanjian tidak terdapat klausula bahwa agen dapat mengubah harga yang lebih rendah dari telah diperjanjikan dengan prinsipal. Traveloka dapat dijerat dengan Pasal yang terdapat pada UU No 5 Tahun 1999 apabila terbukti

---

<sup>20</sup> Raini Hamdi, ‘Did AirAsia’s Rivals Arm-Twist Online Travel Agencies to Stop Selling Its Low Airfares’ (*skift*, 2019)<[www.skift.com](http://www.skift.com)> accessed 26 Mei 2020.

<sup>21</sup> Peraturan Menteri Perdagangan No. 11/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Agen atau Distributor Barang dan atau Jasa Pasal 1 angka 4



secara sengaja melakukan intervensi atau perubahan pada barang dan atau jasa yang hak sepenuhnya atau dikuasai oleh prinsipal. Tetapi bentuk perjanjian antara Traveloka dengan pihak prinsipal harus lebih didalami sehingga dapat mengetahui secara pasti bahwa pihak Traveloka tidak melakukan perjanjian yang dilarang oleh Undang-Undang. Kriteria yang dapat dilihat untuk menentukan pihak-pihak telah melakukan perjanjian yang dilarang Undang-Undang diantaranya:

1. Perjanjian tersebut secara substansial telah menutup celah bagi para pelaku usaha lain untuk melakukan usaha di pasar serupa;
2. Perjanjian tersebut dilakukan oleh pelaku usaha yang memiliki pangsa pasar lebih atau sama dengan 10%;
3. Pada perjanjian *tying*, barang yang diberikan seiring dengan penjualan suatu barang memiliki perbedaan produk.

Perjanjian tertutup dimaksudkan agar terciptanya suatu hambatan secara vertikal (hulu ke hilir) sehingga apabila secara terbukti bahwa pihak-pihak maskapai lain menyetujui untuk melakukan suatu perjanjian menutup pemasaran bagi pihak AirAsia di level agen akan dapat dikenakan sanksi terhadap Pasal 15 UU No. 5 Tahun 1999. Perlu analisis lebih dalam untuk mengetahui apakah benar-benar terdapat perjanjian yang dilarang Undang-Undang yang dilakukan antara pihak maskapai pesawat dan bersamaan dengan itu bersama dengan OTA Traveloka. Secara kasat mata bahwa memang adanya indikasi persaingan tidak sehat bila didasarkan pada berita. Bahwa maskapai menaikkan harga secara serentak tetapi tidak dibarengi dengan maskapai AirAsia, hilangnya AirAsia dari rantai pasokan atau pada posisi pemasaran di agen, penguasaan pangsa pasar (tanpa AirAsia) yaitu Lion Group dan Garuda Indonesia melebihi 10% pangsa pasar konsumen transportasi udara di Indonesia bahkan lebih dari 50% (apabila Garuda Indonesia Group dan Lion Group disatukan).<sup>22</sup>

Bersamaan itu adanya perbedaan harga untuk penerbangan domestik sebagai contoh dari Jakarta – Surabaya dengan harga tertinggi maskapai Garuda Indonesia mematok Harga Rp 1.418.700,00 diikuti Batik Air 1.100.000, kemudian Citilink

---

<sup>22</sup> Nazmi Hadyat Tamara, 'Dampak dari Aroma Duopoli Bisnis Penerbangan di Indonesia' (Katadata, 2019)<[www.katadata.com](http://www.katadata.com)> accessed 26 Mei 2020.

Rp 1.071.000,00. Sedangkan pada maskapai *low cost carrier* yaitu Lion Air dan Air Asia berturut-turut mencatikan harga waktu waktu keberangkatan yang sama yaitu Rp759.500,00 dan Rp 611.180,00.

### **Indikasi Kegiatan yang Dilarang**

Kegiatan-kegiatan yang dilarang menurut Undang-Undang dikarenakan dikhawatirkan akan terbentuknya suatu kegiatan yang dapat merugikan pelaku usaha yang lain maupun masyarakat selaku konsumen. Monopoli, monopsoni, penguasaan pasar, persekongkolan merupakan kegiatan kegiatan yang dilarang menurut Undang-Undang. Indikasi adanya penguasaan pasar merupakan kegiatan yang paling relevan bila disandingkan dengan kasus antara Traveloka dengan AirAsia.

#### **1. Monopoli**

Monopoli merupakan bentuk pasar, di dalam pasar tersebut hanya ada satu produsen atau penjual dan, memiliki kekuatan untuk menentukan harga, menentukan jumlah produksi, dan menentukan wilayah penjualan.<sup>23</sup> Bentuk persaingan usaha di Indonesia belum dapat dikatakan pasar monopoli menurut Pasal 17 ayat (2) UU No. 5 Tahun 1999 karena kriteria suatu pasar dapat dikatakan monopoli adalah:

1. Barang atau jasa yang bersangkutan belum ada substitusinya; atau
2. Mengakibatkan pelaku usaha lain tidak dapat masuk ke dalam persaingan usaha barang dan atau jasa yang sama; atau
3. Satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50% (lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu

Menganalisis bentuk pasar transportasi penerbangan di Indonesia belum dapat dikatakan sebagai suatu pasar monopoli dikarenakan saat ini pangsa pasar terbesar dipegang oleh Garuda Indonesia Group dengan memegang 46% pangsa pasar, dikecualikan apabila terjadi perjanjian antara

---

<sup>23</sup> Simbolon Alun, *Hukum Persaingan Usaha* (Liberty 2018).[31].

Garuda Indonesia Group dengan Lion Group untuk membentuk suatu gabungan usaha maka kelompok tersebut bisa dikatakan telah membentuk suatu pasar monopoli.

## 2. Kegiatan penguasaan pasar

Penguasaan pasar merupakan bentuk persatuan diantara para penguasa sehingga selolah-olah terbentuk suatu pasar monopoli dikarenakan pada pelaku pasar setuju untuk melakukan kegiatan secara bersama-sama dan dapat merugikan masyarakat. Sudah barang tentu bahwa agar efektivitas kegiatan penguasaan pasar dapat berjalan baik diperlukan ketersediaan dari pelaku pasar yang memiliki *market power* dalam pasar tersebut. Tanpa adanya *market power* pasar tidak akan bereaksi dengan adanya perubahan harga dari salah satu penjual atau produsen.

Penguasaan dibentuk dengan motif anti persaingan, sehingga produsen memiliki kemampuan untuk mengubah harga suatu barang dan/atau jasa konsumen dipaksa untuk menerima harga yang tersedia didalam pasar dikarenakan tidak terdapatnya penjual lain yang tersedia, walaupun ada penjual lain yang tersedia dalam pasar tetapi hal yang sama dilakukan oleh produsen tersebut dikarenakan telah ditetapkannya suatu perjanjian diantara kelompok pelaku usaha.

Kasus Traveloka dan AirAsia, dapat dikatakan suatu penguasaan pasar yang dilakukan oleh maskapai Garuda Indonesia Group dengan Lion Air Group. Apabila terbukti adanya perjanjian untuk saling menyetujui melakukan penggabungan usaha melalui kesamaan strategi untuk membentuk suatu formula sehingga ditemukan harga tiket yang baru di atas harga wajar dapat dijerat pasal 19 UU No. 5 Tahun 1999 sebagai upaya tindakan penguasaan pasar.

Kurangnya maskapai untuk menyeimbangkan persaingan transportasi udara di Indonesia menyebabkan rentanya terjadi praktik monopoli. Akan sangat mudah bagi pihak Garuda Indonesia dengan Lion Air Grup apabila ingin melakukan suatu perjanjian tender maupun berusaha untuk melakukan tindakan monopoli. Ketika satu kelompok menyetujui untuk melakukan tindakan penguasaan pasar, pelaku usaha yang lain akan sulit untuk bertahan dalam pasar. Suatu kelompok ataupun

individu dalam pelaku usaha tidak memerlukan 100% pangsa pasar untuk dapat menentukan kebijakan harga maupun penawaran dalam pasar. Melebihi 50% dari pangsa pasar sudah bisa dikatakan sebagai tindakan penguasaan pasar.

Sebagai contoh, jika indikasi penguasaan usaha yang dilakukan oleh Garuda Indonesia Group dengan Lion Group terbukti benar, pengaruhnya secara signifikan dapat terlihat yaitu, pemotongan lini rantai pasokan pada maskapai lain dalam kasus ini AirAsia di level pemasaran. Traveloka sebagai agen perjalanan daring, selayaknya tidak bisa memutuskan kerja sama dengan prinsipal apabila tidak adanya keinginan dari prinsipal untuk memutus kerja sama, dan pihak prinsipal tidak melakukan suatu wanprestasi yaitu tidak memberikan sejumlah keuntungan kepada agen berdasarkan dari hasil penjualan tiket. Kegiatan penguasaan pasar yang dilakukan oleh pihak maskapai Garuda Indonesia Group dengan Lion Group, dapat digambarkan melalui Gambar 2.2, Lion Air yang memegang 49% pangsa pasar yang persaingan usaha maskapai penerbangan, dan Garuda Indonesia Group yang menjalin kerjasama operasional dengan Sriwijaya Group (Sriwijaya Air dengan NAM Air) secara tidak langsung dapat dikatakan telah memegang 90% pangsa pasar apabila Lion Group dengan Garuda Indonesia disatukan. Dan, dengan adanya hal ini akan memberikan keleluasan bagi kedua group tersebut dalam menentukan 'kebijakan-kebijakan' yang terdapat pada maskapai udara, seperti harga tiket, kebijakan promo, pemberian fasilitas bagasi gratis.

Saat ini, belum ada berita yang menyatakan bahwa AirAsia melanggar suatu perjanjian dengan Traveloka, sehingga indikasi adanya pemutusan kerja sama secara sepihak menjadi semakin kuat. Dilatar belakangi bahwa, pihak Traveloka sebagai agen untuk mendapatkan laba setinggi-tingginya adalah dengan memperluas jaringan prinsipal, sehingga memperluas jaring penjualan dan alternatif pendapatan melalui pembagian hasil. Pemutusan kerja sama secara sepihak tanpa adanya kegiatan yang dilakukan prinsipal sehingga merugikan agen hanya akan merugikan pihak agen.

Indikasi penguasaan pasar semakin kuat bahwa adanya tekanan yang diberikan pihak-pihak maskapai lain kepada Traveloka dikarenakan seperti yang telah disebutkan bahwa apabila digabungkan pangsa pasar yang dimiliki Garuda

Indonesia Group dengan Lion Air Group melebihi 50 % secara sangat signifikan kedua grup tersebut memegang kendali pasar maskapai penerbangan. Tekanan yang diberikan dapat berupa pemutusan kerja sama antara maskapai terkait dengan Traveloka yang tentu akan lebih merugikan pihak Traveloka.

Tanpa adanya AirAsia dalam laman Traveloka, apabila melakukan suatu pencarian penerbangan domestik akan didominasi oleh Lion Group maupun Garuda Indonesia group, baik itu untuk pesawat untuk jarak jauh seperti jenis Boeing (Lion Air, Garuda Indonesia) maupun Airbus (Batik Air) maupun untuk jarak pendek seperti pesawat dengan *Propeler* yang didominasi oleh (Wings Air dan Garuda Indonesia). Hal ini semakin memperkuat bahwa adanya indikasi persaingan tidak sehat yang dilakukan pelaku usaha untuk jenis transportasi udara.

### **Kesimpulan**

Indikasi pelanggaran yang dilakukan oleh Traveloka terhadap AirAsia dimulai sejak hilangnya maskapai penerbangan AirAsia pada Traveloka tertanggal 14 sampai 17 Februari 2019 dilanjutkan pada tanggal 2 Maret 2019 dan pemutusan kerjasama AirAsia dengan Traveloka pada tanggal 4 Maret 2019. Tidak adanya itikad baik yang dilakukan oleh Traveloka dengan memberikan penjelasan kepada pihak AirAsia secara resmi. Maskapai penerbangan Garuda Indonesia Group dengan Lion Air Group dapat diindikasikan sebagai petunjuk lain karena harga yang ditawarkan oleh kedua Group maskapai penerbangan tersebut sangat berbanding terbalik dengan harga yang ditawarkan oleh AirAsia saat peningkatan tarif tertanggal 16 Februari 2019. Dalam UU No. 5 Tahun 1999 indikasi pelanggaran yang dilakukan oleh Traveloka terhadap AirAsia dapat dikenakan Pasal 5 (Penetapan Harga), Pasal 15 (Perjanjian Tertutup) dan/atau Pasal 19 (Penguasaan Pasar) UU No. 5 Tahun 1999. KPPU perlu mempunyai bukti-bukti yang kuat dalam melakukan pemeriksaan, baik bukti langsung maupun tidak langsung.

**Daftar Bacaan****Buku**

Buchari Alma, *Pengantar Bisnis* (Bandung 1992).

Herbert Hovekamp, *Federal Antitrust Policy: The Law of Competition and It's Practice* (Harvard University Press 1995).

Johnny Ibrahim, *Hukum Persaingan Usaha, Filosofi, Teori, dan Implikasi Penerapannya di Indonesia*, (Bayumedia Publishing 2006).

M. Marwan dan Jimmy P, *Kamus Hukum* (Reality Publisher 2009).

Philip Clarke dan Stephen Corones, *Competition Law and Policy: Cases and Materials* (Oxford University Press 2000).

Simbolon Alun, *Hukum Persaingan Usaha* (Liberty 2018).

Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao, *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia* (Ghalia Indonesia 2010).

**Jurnal**

A. Gunasekaran, C. Patel dan E. Tirtiroglu, 'Performance measures and metrics in a supply chain environment' (2001) 21 *International Journal of Operations & Production Management*.

Damien Geradin dan Nicolas Petit, 'Price Discrimination Under EC Competition Law: Another Antitrust Doctrine In Search of Limiting Principles?' (2006), 2 *Journal of Competition Law & Economics*.

David Ford dan Hakan Hakansson, 'Competition in Business Network' (2013) 42 *Industrial Market Management*.

Paul J. McNulty, 'A Note On The History Of Perfect Competition' (1969) 75 *Journal of Political Economy*.

Phillip E. Areeda, 'Concerted Behaviour under The Antritrust Laws' (1986), 99 *Harvard Law Review*.

**Laman**

Anita Kusuma W, 'Kronologi Geramnya AirAsia ke Traveloka, Putuskan Kerja Sama dan Tarik Penjualan Tiket' (*Tribunnews (Online)*, 2019) <<https://makassar.tribunnews.com/2019/03/05/kronologi-geramnya-airasia-ke->

traveloka-putuskan-kerja-sama-dan-tarik-penjualan-tiket>.

Bursa Efek Indonesia, 'Laporan Keuangan Garuda Indonesia yang telah diaudit (GIAA) untuk Tahun 2018' (*Bursa Efek Indonesia*, 2020)<[www.idx.com](http://www.idx.com)>.

F. Christy Rosana, 'Naikkan Harga Tiket Pesawat, Garuda Claim Untung USD 19,7 Juta' (*Tempo (Online)*, 2019)<<https://bisnis.tempo.co/read/1228980/naikkan-harga-tiket-pesawat-garuda-klaim-untung-usd-197-juta/full&view=ok>>.

Hendra Kusuma, 'AirAsia Traveloka 'cerai' Gara-gara Tekanan Maskapai Lain?' (*Finance Detik (Online)*, 2019)<<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4468881/airasia-traveloka-cerai-gara-gara-tekanan-maskapai-lain>>.

Nazmi Hadyat Tamara, 'Dampak dari Aroma Duopoli Bisnis Penerbangan di Indonesia' (*Katadata*, 2019)<[www.katadata.com](http://www.katadata.com)>.

Pertamina, 'Pertamina Sesuaikan Harga Avtur' (*Release Pertamina*, 2020)<[www.pertamina.com](http://www.pertamina.com)>.

Raini Hamdi, 'Did AirAsia's Rivals Arm-Twist Online Travel Agencies to Stop Selling Its Low Airfares' (*skift*, 2019)<[www.skift.com](http://www.skift.com)>.

Raini Hamdi, 'The Dirty Business Targeting AirAsia Indonesia Just Got Dirtier' (*skift*, 2019)<[www.skift.com](http://www.skift.com)>.

Taufan Adharsyah, 'Maskapai Asing Mau Masuk? Tidak Semudah Itu Ferguso' (*CNBC Indonesia (Online)*, 2019)<<https://www.cnbcindonesia.com/news/20190612170535-4-77943/maskapai-asing-mau-masuk-tidak-semudah-itu-ferguso/1>>.

### **Perundang-undangan**

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (*Staatsblad* Tahun 1847 Nomor 23).

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (*Burgerlijk Wetboek Voor Indonesie*).

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106).

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 4 Tahun 2011 Tentang

Pedoman Pasal 5 (Penetapan Harga) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 5 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 15 (Perjanjian Tertutup) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 17 (Praktek Monopoli) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Peraturan Menteri Perdagangan No. 11/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Agen atau Distributor Barang dan atau Jasa Pasal 1 angka 4.