

Jurist-Diction

Volume 7 No. 3, Juli 2024

Karakteristik Pendekatan Yuridis Terhadap Tindakan Integrasi Vertikal Dalam Struktur Pasar Duopoli

Akbar Rizky Pratama

akbar.rizky.pratama@gmail.com

Universitas Airlangga

How to cite:

Akbar Rizky Pratama
'Karakteristik Pendekatan
Yuridis Terhadap Tindakan
Integrasi Vertikal Dalam
Struktur Pasar Duopoli' (2024)
Vol. 7 No. 3 Jurist-Diction

Histori artikel:

Submit 6 Juni 2024;
Diterima 28 Juli 2024;
Diterbitkan 30 Juli 2024.

DOI:

10.20473/jd.v7i3.58572

p-ISSN: 2721-8392**e-ISSN:** 2655-8297**Abstract**

In this era of development, the need for online transportation as one of the options to move to the destination certainly attracts the attention of several companies that provide online transportation services. In Indonesia itself, this online transportation competition was initiated by three companies. But in its development, GO-JEK and Grab remain as two big competitors in the world of online transportation, which gives rise to a duopoly market structure that makes it difficult for other companies that want to enter the world of online transportation services to get customers. This article uses conceptual and statutory research to examine the conditions of the duopoly market and the company's responsibilities if there are violations. It was found that in relation to the conditions of the duopoly market, per se illegal, and rule of reason approach is needed to determine whether the action is prohibited or not. Furthermore, when viewed from a vertical integration approach, of course the two companies are allowed with the aim of saving and efficiency. However, if it is done to control the operation of online transportation services, of course it is categorized as unfair business competition.

Keyword: Vertical Integration; Duopoly Market; Online Transportation; Per Se Illegal; Rule of Reason.

Abstrak

Dengan adanya perkembangan jaman, tentu saja kebutuhan transportasi online sebagai salah satu pilihan untuk berpindah ke lokasi tujuan tentunya menarik perhatian beberapa perusahaan untuk menyajikan layanan transportasi Online. Di Indonesia sendiri, persaingan transportasi online ini diawali oleh tiga perusahaan. Dalam perkembangannya tersisa GO-JEK dan Grab sebagai dua pesaing berat di dunia transportasi online yang menimbulkan adanya struktur pasar duopoli sehingga timbul kesulitan perusahaan lain yang ingin terjun ke dalam dunia jasa transportasi online untuk mendapatkan pelanggan. Artikel ini menggunakan penelitian konseptual dan perundang-undangan untuk mengkaji kondisi pasar duopoli dan pertanggungjawabannya apabila terdapat pelanggaran. Ditemukan bahwa berkaitan dengan kondisi pasar duopoli, diperlukan adanya suatu pendekatan pendekatan *per se illegal* dan *rule of reason* untuk menentukan apakah tindakan tersebut dilarang atau tidak. Terlebih lanjut apabila dilihat dari pendekatan integrasi vertikal, tentunya kedua perusahaan tersebut diperbolehkan dengan tujuan untuk penghematan dan efisiensi. Akan tetapi, apabila dilakukan untuk menguasai operasi jasa transportasi online, tentunya dikategorikan sebagai persaingan usaha tidak sehat.

Kata Kunci: Integrasi Vertikal; Pasar Duopoli; Transportasi Online; *Per Se Illegal*; *Rule of Reason*.

Copyright © 2024 Akbar Rizky Pratama

Pendahuluan

Ojek adalah alat transportasi penting bagi penduduk yang hidup di perkotaan untuk bepergian sehari-hari. Salah satu perkotaan tersebut adalah Jakarta, yang mana memiliki tingkat kemacetan lalu lintas yang bisa dikatakan luar biasa.¹ Di Indonesia sendiri untuk mengatasi kemacetan tersebut, banyak orang sudah sering digunakan ojek sejak lama. Tetapi dengan adanya perkembangan jaman, ojek sekarang dapat dengan mudah dipesan melalui *smartphone*. Dengan adanya pasar yang menjanjikan, banyak sekali perusahaan berlomba-lomba untuk menyediakan layanan ojek online. Di Indonesia sendiri, sebagian besar wilayah dipenuhi oleh dua perusahaan kuat yaitu GO-JEK dan Grab.

PT. Karya Anak Bangsa yang biasa dikenal dengan GO-JEK Indonesia merupakan perusahaan jasa transportasi berbasis online yang didirikan pada tahun 2011, oleh Nadiem Makarim. Perusahaan ini memiliki tujuan untuk mendorong perubahan transportasi sektor formal yang tadinya bekerja serabutan menjadi mendapatkan pendapatan yang lebih baik dengan bergerak melayani angkutan jasa atau bidang jasa layanan transportasi sebagai perantara yang menghubungkan antara pengendara ojek dengan pelanggan.² Pada Januari 2015, perusahaan meluncurkan aplikasi *smartphone* GO-JEK berbasis pencarian lokasi untuk *smartphone* yang berbasis Android dan iOS. Melalui aplikasi ini, pengendara bisa mengetahui order atau pesanan yang masuk dan mengetahui lokasi pemesanannya untuk di tanggap, serta pelanggan dapat memantau posisi di mana pengendara ojek yang telah di order. GO-JEK ini telah beroperasi di beberapa kota besar yang berada di wilayah Indonesia seperti Medan, Palembang, Jambi, Lampung, Jabodetabek, Surabaya, Malang, Bali, dan kota-kota besar lainnya.³ Jasa dan layanan GO-JEK ini berkembang tidak hanya sebagai mode transportasi mengangkut penumpang, akan

¹ APPKEY, 'Perkembangan Transportasi Ojek Online di Indonesia' (Markey, 2020), <<https://markey.id/blog/bisnis/ojek-online>> dikunjungi 5 November 2020.

² Fino Yurio Kristo, 'Awal Mula Transportasi Online Menjamur di Indonesia' (Detiknet, 2020) <<https://inet.detik.com/cyberlife/d-3609781/awal-mula-transportasi-online-menjamur-di-indonesia>> dikunjungi 12 November 2020.

³ *ibid.*

tetapi juga dapat digunakan sebagai pengantar barang, makanan, dokumen, ataupun sejenis paket.

Sedangkan PT Solusi Transportasi Indonesia (Grab Indonesia) sendiri merupakan perusahaan yang juga bergerak dalam bidang transportasi online yang sudah marak dan meningkat di Indonesia. Perusahaan yang didirikan oleh Anthony Tan dan Hooi Ling Tan yang merupakan warga negara Malaysia, perusahaan melihat adanya dampak negatif dari tidak efisiennya sistem transportasi yang ada pada saat itu. perusahaan memiliki ide untuk membuat aplikasi pemesanan transportasi, khususnya taksi, yang kemudian menobatkan mereka sebagai finalis dalam Kontes Harvard Business School's 2011 Business Plan.⁴ Grab merupakan aplikasi layanan transportasi terpopuler di Asia Tenggara yang kini telah berada di Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand dan Vietnam, menghubungkan lebih dari 10 juta penumpang dan 185.000 pengemudi di seluruh wilayah Asia Tenggara.⁵ Layanan Grab ditujukan untuk memberikan alternatif berkendara bagi para pengemudi dan penumpang yang menekankan pada kecepatan, keselamatan, dan kepastian. Grab sendiri telah hadir di Indonesia pada bulan Juni 2012 sebagai aplikasi pemesanan taksi dan sejak itu telah memberikan beragam pilihan transportasi seperti mobil dan ojek hingga sekarang juga memiliki opsi sebagai pengantar barang, pengantar makanan, dan sebagainya yang mana sama halnya dengan aplikasi yang disediakan oleh GO-JEK.

Tidak bisa dipungkiri bahwa terdapat beberapa Perusahaan lain yang berusaha bergerak di bidang transportasi online seperti Indrive dan maxim, namun dominasi GO-JEK dan Grab di bidang transportasi online mengakibatkan tidak jarang masyarakat mengabaikan aplikasi online lainnya apabila sedang ingin menggunakan jasa transportasi online. Masyarakat lebih memilih GO-JEK karena mayoritas dari mereka tahu bahwa aplikasi transportasi online yang mereka ketahui pertamakali adalah GO-JEK, sedangkan Grab merupakan Perusahaan transportasi online yang sudah menyediakan layanannya sebelum di Indonesia dan munculnya hampir

⁴ Fahrurrozi, 'Analisis Layanan Ojek Online PT. Grab Indonesia' (2020) 3 Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah.[149].

⁵ *ibid.*

bersamaan dengan GO-JEK, sehingga juga sudah dikenal. Dengan kurangnya daya tarik masyarakat untuk menjadi driver atau pelanggan aplikasi transportasi online lainnya, tentunya banyak perusahaan transportasi online yang terancam akan “gulung tikar” seperti halnya UBER yang resmi menutup layanannya di Indonesia beberapa waktu lalu. Lama-kelamaan tentunya hal ini akan mengakibatkan persaingan terhadap jasa transportasi online diantara kedua perusahaan tersebut saja dan tentunya akan menimbulkan struktur pasar yang terpusat ke kedua perusahaan tersebut.

Sederhananya struktur pasar dapat diberikan pengertian sebagai kondisi lingkungan dimana perusahaan melakukan aktivitasnya sebagai produsen, umumnya struktur pasar dalam teori ekonomi dasar terbagi empat yaitu; Pasar Persaingan Sempurna, Pasar Persaingan Monopolistis, Pasar Oligopoli, dan Pasar Monopoli.⁶ Sedangkan disini, apabila banyak perusahaan jasa transportasi online yang bangkrut, maka persaingan usaha jasa transportasi online hanya akan ada antara GO-JEK dan Grab, dikarenakan terdapat dua produsen untuk seluruh pasar Indonesia sehingga Struktur Pasarnya merupakan Struktur Pasar Duopoli yang mana secara normatif belum diatur di dalam UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pasar Duopoli sendiri merupakan suatu struktur pasar dimana terdapat dua pesaing kuat yang bersaing untuk menguasai pangsa pasar tertentu dalam hal ini adalah pangsa pasar di Negara Indonesia.⁷ Artikel ini akan membahas mengenai pasar duopoli itu sendiri serta pengaturan dan upaya penegakan jenis persaingan usaha ini dalam perundang-undangan di Indonesia.

Metode Penelitian

Penelitian hukum merupakan penemuan kebenaran berkaitan dengan kesesuaian aturan hukum dengan norma hukum dan adakan norma yang berupa perintah atau larangan itu sesuai dengan prinsip hukum, serta apakah tindakan

⁶ Andi Fahmi Lubis et al, *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks & Konteks* (Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH 2009). [29].

⁷ *ibid.*

seseorang sesuai dengan norma hukum atau prinsip hukum.⁸ Pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian hukum ini adalah pendekatan konseptual dan pendekatan perundang-undangan. Pendekatan konseptual dilakukan dengan cara melakukan penelitian terhadap doktrin-doktrin yang telah ada berkaitan dengan konsep pasar duopoli.⁹ Pendekatan perundang-undangan dilakukan mengkaji semua undang-undang dan regulasi yang berkaitan dengan isu yang sedang ditangani yaitu berkaitan dengan kondisi pasar duopoli dalam jasa transportasi online di Indonesia.¹⁰

Struktur Pasar Duopoli

Struktur pasar duopoli dapat diartikan di mana terdapat satu perusahaan besar dengan satu perusahaan lainnya yang dianggap memiliki kompetitif yang sama. Harga yang terbentuk dalam pasar duopoli ini memiliki harga yang relatif sama, di mana kedua perusahaan tersebut saling berlomba dalam hal kualitas produk barang atau jasa sebab faktor utama untuk dapat bertahan dan tetap dikenal oleh publik adalah kualitas produk yang dihasilkan untuk konsumen.¹¹ Namun sering kali yang sering dibahas secara umum adalah persaingan usaha di pasar oligopoli dikarenakan pasar duopoli sangat jarang dapat terjadi dan ditemukan di suatu pasar.

Karakteristik dari pasar duopoli adalah adanya dua perusahaan yang menguasai pasar, produk yang dihasilkan di pasar homogen atau sejenis, terdapatnya hambatan masuk dalam pasar sehingga perusahaan lainnya tidak mudah untuk masuk, persaingan yang terjadi di pasar cenderung dalam hal persaingan bukan karena harga produk melainkan faktor lain selain harga produk yang dikeluarkan kepada konsumen. Hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh perusahaan adalah perilaku dari pesaing usaha satunya agar dapat menentukan kebijakan dan reaksi apa yang paling tepat dan terbaik untuk dapat digunakan oleh perusahaan tersebut,

⁸ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Kencana Prenada Media 2016).[47].

⁹ *ibid.*[135].

¹⁰ *ibid.*[136].

¹¹ Avinash Dixit, 'A Model Duopoly Suggesting A Theory Of Entry Barriers' (1978) 10 *The Belt Journal of Economics*. [3].

sehingga kedua perusahaan tersebut dalam persaingannya sama-sama memiliki ketergantungan dalam pengambilan keputusan yang akan saling mempengaruhi antar kedua perusahaan tersebut.¹²

Dalam teori Antoine Augustin Cournot mengenai pasar oligopoli yang merupakan teori yang paling relevan, ia menemukan satu dari tiga model struktur pasar oligopoli yang diberi nama model Cournot yang mana dalam model ini dilakukannya observasi kompetisi terhadap pasar duopoli spring water, yang kemudian disimpulkan bahwa karakteristik dalam pasar duopoli adalah ditemukannya lebih dari satu perusahaan yang menghasilkan produk bersifat *homogenus*.¹³ Perusahaan-perusahaan dalam pasar tersebut tidak saling bekerja sama, sama-sama memiliki kekuasaan pasar, terdapat juga *strategic behavior*¹⁴ di mana perusahaan harus mengurangi tingkat persaingan yang berasal dari pesaing yang telah ada ataupun pesaing potensial yang akan baru masuk di pasar dengan tujuan untuk meningkatkan profit perusahaan. Strategic behavior terdiri dari dua tipe yaitu kooperatif dan non kooperatif. Pertama, kooperatif artinya dibuat untuk mengubah kondisi pasar sehingga memudahkan untuk berkoordinasi dan membatasi pesaing di antara mereka. Strategi seperti ini menguntungkan bagi perusahaan yang beraktifitas di pasar karena meminimalisir persaingan yang ada dan terdapat perilaku kolusif *Price Leadership*.¹⁵ Kedua, non kooperatif di sini artinya mengarah kepada tindakan perusahaan yang mencoba meningkatkan profit mereka dengan meningkatkan posisi relatifnya pada perusahaan pesaing. Dengan kata lain, mereka tidak melakukan kerja sama satu sama lain. Hal seperti ini biasanya meningkatkan

¹² Filia Dewi Arga, 'Penerapan Strategi Bundling Pada Industri Televisi Berlangganan Di Indonesia: Analisa Profitabilitas Dan Dampaknya Terhadap Welfare Masyarakat' (Skripsi, Sarjana Ekonomi Universitas Indonesia 2008).[21].

¹³ *ibid.*[22].

¹⁴ Strategic Behavior adalah sebuah konsep dimana sebuah perusahaan mampu mengurangi tingkat persaingan yang berasal dari pesaing yang telah ada ataupun pesaing potensial yang akan baru masuk di pasar dengan tujuan untuk meningkatkan profit perusahaan.

¹⁵ Price Leadership adalah suatu alat untuk mengkoordinasikan tingkah laku oligopolistik yang memungkinkan perusahaan yang saling ketergantungan satu sama lain untuk memperoleh laba yang tinggi. Bentuk dari perilaku kolusif informal ini atau secara diam-diam sering terjadi pada industri yang memiliki pemimpin harga untuk menetapkan harga dalam suatu pasar.

profit masing-masing dengan menurunkan profit perusahaan pesaing lainnya.¹⁶ Hal ini mengakibatkan harga produk yang dihasilkan dalam duopoli cournet relatif lebih rendah dibandingkan dengan pasar monopoli, tetapi tidak serendah pada pasar persaingan sempurna.

Apabila kita melihat kondisi persaingan usaha dalam jasa aplikasi online di Indonesia, pada awalnya terdapat tiga perusahaan yaitu GO-JEK, Grab, dan Uber yang membawa inovasi baru transportasi online kepada masyarakat Indonesia dan menciptakan pasar jenis baru yaitu pasar layanan transportasi online. Akan tetapi, dalam perkembangannya hanya tersisa Go-Jek dan Grab sebagai dua perusahaan raksasa yang bertahan di Indonesia, menghasilkan produk jasa angkutan umum berbasis online yang saat ini menguasai pasar angkutan umum online di Indonesia.

Persaingan yang terus terjadi oleh Go-Jek dan Grab memiliki tujuan utama yang sama yaitu melakukan penguasaan pasar dikarenakan adanya penguasaan pasar memberikan jaminan bagi perusahaan untuk memperoleh keuntungan dan profit dalam jangka panjang. Selain adanya jaminan terhadap penguasaan tingkat penjualan, para perusahaan juga dapat memprediksi potensi pasar dan arah persaingan di masa mendatang melalui aktivitas dari pesaingnya di pasar, sehingga produk perusahaannya tidak akan tersisihkan dari pasar.¹⁷ Hal ini juga yang menimbulkan adanya kesulitan perusahaan lain yang ingin terjun ke dalam dunia jasa transportasi online di Indonesia untuk mendapatkan daya tarik masyarakat terhadap produknya.

Munculnya bentuk struktur pasar duopoli karena pengaruh dari market power suatu perusahaan dimana dalam hal ini merupakan Go-Jek dan Grab. Market power sendiri merupakan suatu kemampuan dalam mempengaruhi keseimbangan harga pasar yang mana hal ini dipengaruhi oleh pembagian pasar yang dapat dilihat distribusi produk yang terjual di masyarakat dan didukung beberapa hal

¹⁶ Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2010 Pedoman Pelaksanaan Pasal 25 Tentang Penyalahgunaan Posisi Dominan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

¹⁷ Ilmu Ekonomi ID, 'Pengertian Diferensiasi Produk, Contoh, Dan Cara Melakukannya' (Ilmu Ekonomi ID, 2020) <<https://www.ilmu-ekonomi-id.com>>dikunjungi 8 Desember 2020.

seperti jumlah kompetitor dan jalur distribusi pemasaran seperti hasil riset yang telah penulis jelaskan diatas. Selanjutnya dalam hal product differentiation, yang mana sebagai pembeda produk untuk menjadi salah satu upaya dalam pemasaran produknya masing-masing dimana memang diperlukan adanya perbedaan berupa inovasi yang lebih unggul sehingga lebih menarik dimata konsumen.¹⁸

Oleh sebab inovasi-inovasi yang telah dilakukan, Go-Jek dan Grab telah melakukan disruptive innovation yaitu menimbulkan kebutuhan baru di dalam masyarakat dan membentuk pasar yang baru pula yaitu jasa angkutan umum berbasis online yang sangat memudahkan masyarakat baik dalam hal transportasi pada umumnya maupun kemudahan dalam hal pemesanan makanan, pengantaran barang, dan sebagainya. Kemudian inovasi yang dimiliki kedua perusahaan tersebut juga menimbulkan barriers to entry yaitu tingkat kesulitan perusahaan baru untuk masuk ke dalam pasar, yang mana hal tersebut terjadi dikarenakan kedua perusahaan memiliki market power yang cukup besar. Dalam hal ini yang bisa dijadikan contoh adalah Uber dimana merupakan perusahaan besar dan yang pertama kali dalam hal penyedia jasa transportasi online berbasis aplikasi smartphone yang berasal dari negara bagian Amerika Serikat yaitu San Francisco, namun dengan adanya batasan untuk mendominasi sektor jasa transportasi online dan kurangnya inovasi, menyebabkan Uber tidak sanggup bersaing di Asia Tenggara sehingga memilih untuk diakuisisi oleh Grab.¹⁹

Karakteristik utama dari kondisi pasar duopoli adalah adanya saling ketergantungan yang tinggi antar kedua perusahaan dan/atau meniru aktivitas yang dilakukan antar perusahaan. Seperti halnya Go-Jek dalam hal kerjasama dengan perusahaan Taxi Blue Bird sebagai mitra kerjanya dalam hal penyedia kendaraan mobil sekaligus pengemudi untuk para konsumennya yang menggunakan Go-Car yaitu opsi dalam aplikasinya untuk memesan kendaraan khusus mobil bukan sepeda motor ke tempat yang dituju

¹⁸ *ibid.*

¹⁹ CNN Indonesia, 'Grab Buka Suara Ungkap Alasan Akuisisi Uber' (CNN, 2018) <<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20181231090926-185-357439/grab-buka-suara-ungkap-alasan-akuisisi-uber>> dikunjungi 8 Desember 2020.

oleh penumpang namun kali ini memiliki opsi memakai Taxi, dimana tidak lama hal ini juga ditiru oleh Grab untuk memberi opsi Grab-Taxi kepada kosumennya agar memberi lebih banyak opsi kendaraan yang ingin ditumpangin sekaligus mengikuti inovasi yang ada di pasar jasa angkutan umum berbasis online.

Pendekatan Yuridis *Per Se Illegal* dan *Rule of Reason*

Dalam persaingan usaha untuk dapat mengkategorikan apakah suatu tindakan itu dilarang atau tidak, maka dalam pengaturan hukumnya yang digunakan untuk penilaian adalah *per se illegal* dan *rule of reason*. Terciptanya teori ini dikarenakan perkara di dalam persaingan usaha tidak dapat hanya dipastikan dan dikategorikan sebagai bentuk pelanggaran sesuai dengan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Kedua metode pendekatan ini sendiri memiliki perbedaan yang sangat mencolok dan diterapkan di UU aquo, dimana hal ini dapat dilihat di ketentuan pasal-pasal nya yakni pencantuman kata-kata “yang dapat mengakibatkan” dan/ atau “patut diduga” serta “dilarang” yang dimana semuanya memiliki arti masing-masing balik pendekatan *rule of reason* atau *per se illegal*.

Ketentuan-ketentuan yang dibuat berdasarkan sifat pendekatan *per se illegal* tidak diperlukan lagi pembuktian atas dampak larangan tersebut, sehingga jika ada pelaku usaha yang melakukan suatu tindakan yang dinyatakan secara eksplisit bahwa itu dilarang oleh undang-undang maka tanpa perlu membuktikan hasil atau akibat dari tindakan yang dilakukan, hal tersebut telah melanggar undang-undang persaingan usaha.²⁰ Dengan menggunakan pendekatan ini maka proses investigasi pada tingkat tertentu dalam penegakan hukum persaingan usaha akan dapat dipersingkat dikarenakan hanya perlu membuktikan terhadap identifikasi perilaku yang tidak sah dan pembuktian atas perbuatan ilegal yang dilarang secara sederhana.²¹

Dalam pendekatan *per se illegal* terdapat 2 (dua) syarat yang harus dipenuhi. Pertama, pelanggaran harus ditujukan kepada perilaku bisnis dari pada situasi pasar,

²⁰ L. Budi Kagramanto, ‘Prinsip *Per se Illegal* dan *Rule of Reason*’ (2014) 19 Yuridika.[109].

²¹ *ibid.*

sebab keputusan melawan hukum dijatuhkan tanpa disertai adanya pemeriksaan terlebih dahulu, dimana seperti contoh mengenai akibat dari tindakan perusahaan tersebut dan hal-hal yang melingkupinya. Hal ini dianggap adil dan benar dengan cukup membuktikan perbuatan illegal atau yang “dilarang” oleh undang-undang tersebut merupakan tindakan sengaja yang dilakukan oleh perusahaan, dimana yang seharusnya dapat dihindari. Kedua, perlunya identifikasi yang mudah mengenai jenis tindakan atau batasan perilaku yang dilarang. Artinya, adanya penilaian atas perilaku dari pelaku usaha baik di pasar maupun dalam proses pengadilan harus ditemukan dengan mudah. Walaupun begitu, masih terdapat perilaku yang terletak dalam batas-batas yang tidak jelas antara perilaku terlarang dan perilaku yang sah untuk dilakukan.²²

PerseIllegal memberikan kepastian yang jelas dan tegas terhadap para pelaku usaha dalam mengetahui keabsahan suatu perbuatan. Dengan demikian hal ini memungkinkan para pelaku usaha untuk mengatur dan menjalankan usaha tanpa perlu untuk khawatir terhadap gugatan hukum di kemudian hari yang dapat menimbulkan kerugian sangat besar. Dengan kata lain, bahwa pendekatan *per se illegal* dapat memberikan peringatan kepada para pelaku usaha sejak awal mengenai perbuatan apa saja yang dilarang dan menjauhkan pelaku usaha untuk melakukan tindakan-tindakan yang dilarang. Sehingga penyimpulan dari pendekatan ini adalah adanya tindakan yang dilarang oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, dimana dapat dibuktikan bahwa tindakan tersebut memang dilakukan secara sengaja dan melanggar, dan dengan jelas dapat dikatakan bahwa tindakan tersebut merupakan tindakan yang illegal untuk dilakukan suatu pelaku usaha.

Sedangkan apabila berbicara mengenai pendekatan *Rule of Reason*, merupakan suatu penerapan hukum yang mempertimbangkan mengenai adanya alasan dilakukannya suatu tindakan atau suatu perbuatan oleh para pelaku usaha. Di dalam penerapan pendekatan tersebut juga tidak cukup hanya melalui ilmu hukum saja melainkan penguasaan terhadap ilmu ekonomi memiliki peranan sangat

²² A.M. Tri Anggraini, ‘Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat *Per se Illegal* atau *Rule of Reason*’ (Fakultas Hukum Universitas Indonesia 2003).[80].

penting dalam hal ini. Di dalam pendekatan *rule of reason* memiliki hal penentu yang didasarkan tidak hanya melalui suatu perbuatan atau tindakan saja, meskipun suatu tindakan tersebut telah memenuhi rumusan ketentuan-ketentuan yang ada di undang-undang, tetapi jika ternyata ada alasan ekonomi yang dapat membenarkan perbuatan tersebut maka perbuatan atau tindakan tersebut tidak termasuk dalam suatu pelanggaran hukum. Sehingga penerapan hukumnya sangat tergantung pada akibat yang ditimbulkan dari suatu tindakan yang dilakukan pelaku usaha, dimana berkaitan dengan apakah suatu tindakan atau perbuatan dari pelaku usaha telah menimbulkan tindakan antipersaingan atau praktek monopoli.²³

Di sisi lain penggunaan pendekatan *rule of reason* memberi kemungkinan atau pilihan terhadap pengadilan untuk melakukan interpretasi terhadap undang-undang persaingan usaha, selain dari memang pada dasarnya rezim pengaturan persaingan usaha terdapat dua pendekatan yaitu *per se illegal* dan *rule of reason*.²⁴ Hal ini memiliki guna bagi pengadilan untuk mengetahui serta menilai, apakah terdapat hambatan dalam perdagangan atau tidak, dan apakah hambatan yang ada tersebut bersifat mencampuri atau bahkan mengganggu proses persaingan usaha dalam pasar. Pendekatan ini juga memiliki guna untuk mengakomodir perbuatan-perbuatan atau tindakan-tindakan yang masuk dalam wilayah abu-abu (*grey area*) antara merupakan suatu hal yg legal atau illegal untuk dilakukan. Artinya, jika suatu perbuatan memang masuk dalam wilayah abu-abu dalam pelaksanaannya oleh pelaku usaha namun memiliki dampak positif terhadap persaingan usaha dan mendukung kegiatan perekonomian negara baik dalam sisi sebagai pelaku usaha maupun konsumen suatu negara, maka tindakan tersebut berpeluang untuk diperbolehkan atau tidak dilarang.²⁵

Menurut KPPU, terdapat beberapa alasan dari pelaku usaha yang melakukan suatu perbuatan atau tindakan yang menghambat perdagangan dapat dinyatakan

²³ Arie Siswanto, *Hukum Persaingan Usaha* (Ghalia Indonesia 2004).[67].

²⁴ Muhammad Sadi, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia (Sebagai Upaya Penguatan Lembaga Komisi Persaingan Usaha KPPU)* (Setara Pres 2016).[83].

²⁵ L. Budi Kagramanto, *Op.cit.*[109].

sebagai sesuatu yang diterima (*reasonable*) atau tidak dapat diterima (*unreasonable*) sebagaimana berikut:²⁶

1. Kegiatan dari para pelaku usaha menunjukkan tanda-tanda adanya pengurangan terhadap produksi atau naiknya harga. Jika ditemukan tanda-tanda tersebut, maka perlu diperiksa lebih lanjut;
2. Apakah kegiatan dari para pelaku usaha bersifat langsung atau tambahan. Jika kegiatan tersebut bersifat langsung, maka merupakan perbuatan yang melawan hukum sedangkan jika tambahan maka diperkenankan;
3. Para pelaku usaha memiliki market power. Jika para pelaku usaha memiliki market power, maka bisa terdapat kemungkinan menyalahgunakan kekuatan tersebut;
4. Adakah terdapat hambatan masuk ke pasar yang tinggi karena meskipun para pelaku usaha memiliki market power, akan tetapi kalau tidak ditemukan hambatan pasar bagi pelaku usaha baru, maka tidak menjadi permasalahan;
5. Suatu perbuatan atau tindakan para pelaku usaha terhadap munculnya efisiensi yang substansial dan peningkatan kualitas produk atau servis atau adanya inovasi yang tidak dapat dibuktikan, maka perbuatan tersebut legal;
6. Perbuatan atau tindakan para pelaku usaha tersebut memang diperlukan untuk mencapai efisiensi dan inovasi. Sehingga perlu dibuktikan apakah perbuatan atau tindakan yang dilakukan pelaku usaha tersebut merupakan alternatif terbaik untuk mencapai tujuannya;
7. Diperlukannya “balancing test” yang artinya perlu diukur keuntungan-keuntungan yang diperoleh dari perbuatan atau tindakan para pelaku usaha dibandingkan dengan akibat-akibat negatifnya. Jika keuntungan yang diperoleh lebih besar daripada kerugiannya, maka perbuatan tersebut dibenarkan.

Sehingga sebelum menyatakan suatu perbuatan atau tindakan sebagai sesuatu yang dapat diterima atau tidak dapat diterima, dalam memeriksa suatu perkara secara pendekatan *rule of reason* sesuai dengan langkah-langkah diatas.

Sebagai contohnya adalah pada tindakan Integrasi Vertikal yang sejatinya dapat menghasilkan efisiensi, namun dikarenakan disertai dengan tindakan restriktif sehingga menghasilkan barriers to entry yang lebih besar ketidakuntungannya untuk persaingan, pelaku usaha, konsumen dan perekonomian negara, sehingga tindakan Integrasi Vertikal tersebut dinyatakan salah secara *rule of reason* jika memang terbukti menyebabkan hal-hal yang dimaksud sesuai dengan ketujuh poin diatas.²⁷ Sehingga dalam pendekatan *rule of reason* alur yang perlu diperhatikan adalah adanya suatu tindakan persaingan usaha yang perlu untuk dibuktikan, jika

²⁶ KPPU, *Peraturan Komisi Persaingan Usaha Nomor 4 Tahun 2010 tentang Kartel* (2011).[13].

²⁷ Muhammad Sadi, *Op. Cit.*[84].

terbukti tetap perlu dilihat faktor-faktor lainnya atau variable factor baik berupa suatu tindakan yang dapat diterima atau tidak dapat diterima untuk menentukan suatu perbuatan atau tindakan merupakan illegal atau legal.

Dilihat dalam hubungan GO-JEK serta Grab dengan kondisi pasar duopoli tentunya apabila dilakukan pendekatan dengan *per se illegal*, maka selama GO-JEK dan Grab telah melakukan secara terang-terangan pelanggaran atas Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat maka keduanya dapat dimintai pertanggungjawaban sesuai dengan perundang-undangan. Sedangkan apabila dilihat dari pendekatan *rule of reason*, maka apabila GO-JEK dan Grab telah melakukan pelanggaran, perlu adanya penilaian terlebih dahulu untuk menentukan apakah perbuatan tersebut termasuk menyalahi perundang-undangan atau tidak, sehingga pendekatan *rule of reason* ini sangatlah cocok terhadap kondisi pasar persaingan yang belum diatur ketentuannya dalam perundang-undangan.

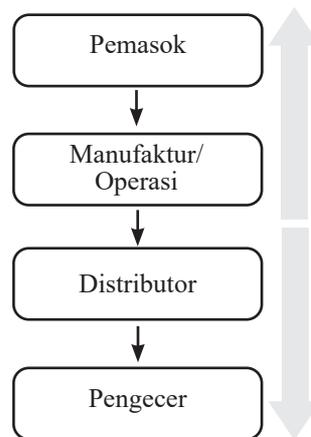
Perilaku Tindakan Integrasi Vertikal

Perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya sebagai produsen tentunya hal yang wajar untuk melakukan hubungan-hubungan dengan pihak lain, baik dengan kompetitornya maupun dengan para pemasok. Hal seperti ini merupakan hal yang lumrah karena termasuk salah satu strategi bisnis untuk menjalankan kegiatan usahanya. Namun hal yang perlu diperhatikan adalah ketika suatu pelaku usaha menginginkan pangsa pasar yang dimilikinya menjadi lebih besar, pertumbuhan perusahaan dan perolehan laba yang semakin meningkat, tingkat efisiensi yang semakin tinggi dan juga mengurangi ketidakpastian akan pasokan bahan baku yang dibutuhkan dalam produksi dan pemasaran hasil produksi, dimana biasanya perusahaan akan melakukan penggabungan ataupun kerja sama dengan pelaku-pelaku usaha lain yang secara vertikal berada pada level proses produksi yang berbeda, maka kerja sama ini disebut sebagai integrasi vertikal.²⁸

²⁸ Dr. Andi Fahmi Lubis et al, *Op. Cit.*[120].

Integrasi vertikal sendiri memiliki arti sebagai perjanjian yang terjadi antara beberapa pelaku usaha yang berada pada tahapan produksi dan/atau distribusi yang berbeda namun saling terkait. Bentuk dari perjanjian ini sendiri berupa penggabungan beberapa atau seluruh kegiatan operasi yang berurutan dalam sebuah rangkaian produksi. Mekanisme hubungan integrasi vertikal ini sendiri khususnya dalam perspektif Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat adalah berupa suatu rangkaian produksi atau operasi yang merupakan proses lanjutan baik dalam suatu rangkaian langsung maupun tidak langsung.

Integrasi vertikal dapat dilihat pada skema produksi yang diatur dalam Peraturan KPPU Nomor 5 Tahun 2010 tentang Pedoman Pelaksanaan Terhadap Tindakan Integrasi Vertikal yang menggambarkan hubungan dari atas ke bawah, dimana sering disebut dengan istilah dari hulu (*upstream*) ke hilir (*downstream*).²⁹



Gambar 1. Skema Hubungan Vertikal

Integrasi Vertikal sendiri dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

1. Integrasi ke hulu atau *up stream backward integration* yaitu penggabungan suatu perusahaan dengan pasar input.

²⁹ Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2010 tentang Pedoman Pelaksanaan Pasal 14 tentang Integrasi Vertikal Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, (Lampiran Peraturan KPPU Tahun 2010 Nomor 5).[8].

2. Integrasi ke hilir atau *down stream forward integration* yaitu penggabungan suatu perusahaan dengan pasar output.

Dengan adanya perkembangan zaman sekarang integrasi vertikal dapat dilakukan penggabungan dari kedua-duanya baik ke hulu dan ke hilir atau yang biasa disebut dengan integrasi vertikal campuran, dimana pasar input dan output suatu perusahaan dilakukan suatu upaya penggabungan. Dalam hal ini perusahaan tersebut melakukan proses produksi mulai tahap awal atau hulu sampai dengan tahap akhir atau hilir. Sehingga kemungkinan terbesar bahwa integrasi vertikal terjadi pada industri-industri yang memiliki suatu bentuk proses berkelanjutan baik ke hulu maupun ke hilir. Oleh sebab itu, dalam hal menelaah tindakan integrasi vertikal masuk ke dalam variable factor, dimana beberapa perusahaan dapat melakukannya namun tidak semua perusahaan melakukan tindakann ini. Melihat tindakan integrasi vertikal memang sangat dimungkinkan dilakukan oleh perusahaan untuk menjamin berlangsungnya proses kegiatan usahanya dengan aman, tetapi tetap ada perusahaan yang hanya memasukkan sedikit integrasi vertikal dalam menjalankan usahanya atau sama sekali tidak melakukannya.³⁰

Seperti yang dijelaskan diatas, integrasi vertikal ini sendiri terdiri dari beberapa tingkat produksi dimana disetiap tingkatannya akan ada hubungan-hubungan yang bertujuan untuk penghematan secara teknis oleh para pelaku usaha selama tetap berada dalam sistem pasar yang berjalan dengan baik. Akan tetapi yang perlu diperhatikan di sini bahwa integrasi vertikal tidak berfungsi untuk meluaskan kekuatan monopoli dari suatu tingkatan ke tingkatan lainnya melainkan hanya untuk menjamin kegiatan usaha suatu perusahaan untuk dapat berjalan dengan lancar. Sebagai contoh integrasi vertikal yang dilakukan oleh perusahaan A tidak akan mempengaruhi persaingan perusahaan-perusahaan lainnya seperti B, C, dan D dalam jenis pasar yang sama. Sehingga jika hal ini dikaitkan dalam segi aspek hukumnya dimana suatu pelaku usaha dapat diidentifikasi bersalah dalam pasal 14 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan

³⁰ Siswanto (n 23).[42].

Persaingan Usaha Tidak Sehat jika perbuatan atau tindakan integrasi vertikalnya mengakibatkan adanya praktek monopoli atau persaingan usaha tidak sehat di dalam suatu pangsa pasar dan/atau mengakibatkan sistem pasar menjadi tidak kondusif.³¹

Jika dilihat dari segi ekonomi integrasi vertikal itu sendiri berfungsi untuk lebih mengedepankan efisiensi atau penghematan biaya-biaya produksi dimana merupakan salah satu usaha akan adanya strategi bersaing dari masing-masing perusahaan di pasar. Pada hakikatnya Integrasi vertikal diperbolehkan selama tidak merugikan pelaku usaha lain dan perekonomian nasional secara umum, sehingga artinya integrasi vertikal yang menghasilkan tingkat efisiensi yang menguntungkan konsumen dan perekonomian nasional tidak menjadi suatu perbuatan yang illegal selama tidak mengakibatkan matinya persaingan usaha di suatu sistem pasar.³²

Di dalam isi Pasal 14 UU No. 5 Tahun 1999 menjelaskan bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang bertujuan untuk menguasai produksi barang dan operasi jasa tertentu yang mana setiap rangkaian produksi atau operasi merupakan hasil pengolahan atau proses lanjutan, baik dalam satu rangkaian langsung maupun rangkaian tidak langsung, yang mengakibatkan terjadi persaingan usaha tidak sehat dan atau merugikan konsumen yang dalam hal ini adalah masyarakat.

Di dalam Pasal 14 UU No. 5 Tahun 1999 hanya mengatur larangan bagi para pelaku usaha untuk menguasai suatu produksi atau operasi perusahaan melalui kepemilikan dan/atau perjanjian dalam satu rangkaian produksi. Penjelasan lebih lanjut terhadap rangkaian produksi yang merupakan hasil pengolahan atau proses lanjutan yang sudah pasti menjelaskan karakteristik rangkaian produksi yang bersifat vertikal, baik yang kearah hulu maupun kearah hilir. Namun pembatasan yang perlu diperhatikan adalah dalam Pasal 14 UU No. 5 Tahun 1999 tidak termasuk dalam proses distribusi dari ritel sampai ke tangan konsumen akhir.³³

³¹ *ibid.*

³² Muhamad Sadi (n 24).[82-83].

³³ Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2010 tentang Pedoman Pelaksanaan Pasal 14 tentang Integrasi Vertikal Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat 5.

Dalam Pratik integrasi vertikal atau penguasaan pasar dari hulu ke hilir walaupun bisa menghasilkan produk dengan harga murah akan tetapi hal tersebut dapat mengakibatkan munculnya persaingan usaha yang antikompetitif dan merusak perekonomian negara. Oleh karena itu perlu penjabaran unsur-unsur yang ada dalam Pasal 14 UU no. 5 tahun 1999 yang penulis akan jabarkan sebagai berikut:³⁴

1. Adanya suatu perjanjian, yang dimaksud dengan perjanjian ini sendiri mengacu pada Pasal 1 Angka 7 UU aquo dimana suatu perbuatan dari satu atau lebih pelaku usaha bersepakat untuk mengikatkan dirinya terhadap satu atau lebih pelaku usaha lain dengan nama apapun baik tertulis maupun tidak tertulis;
2. Perjanjian yang dibuat tersebut dibuat dengan pelaku usaha lain, yang dimaksud dengan pelaku usaha lain disini adalah pelaku usaha yang berada dalam satu rangkaian produksi atau operasi baik di hulu maupun hilir;
3. Memiliki tujuan untuk menguasai sejumlah produk, penguasaan yang dimaksud adalah penguasaan bahan baku produk atau operasi dan pangsa pasar yang dilakukan oleh suatu pelaku usaha dalam suatu rangkaian produksi;
4. Produk tersebut termasuk serangkaian produksi hasil pengolahan atau proses lanjutan, produk yang dimaksud disini termasuk barang sesuai dengan ketentuan Pasal 1 angka 17 UU aquo, yaitu baik berwujud maupun tidak berwujud, bergerak maupun tidak bergerak, yang dapat diperdagangkan, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha. Begitu juga dengan produk jasa yang mana sesuai dengan ketentuan Pasal 1 angka 17 UU aquo, yaitu setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang diperdagangkan dalam masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha;
5. Produk yang dimaksud termasuk dalam rangkaian produksi langsung maupun secara tidak langsung;
6. Pembuatan perjanjian tersebut disadari untuk dapat mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat, dimana persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya baik produknya berbentuk barang maupun jasa, dilakukan secara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha di suatu pasar;
7. Dan atau dapat menimbulkan kerugian bagi masyarakat sebagai konsumen produk. Merugikan masyarakat yang dimaksud disini berupa suatu kondisi dimana masyarakat harus menanggung biaya akibat terjadinya persaingan tidak sehat diantara para pelaku usaha, seperti harga yang tidak wajar, kualitas barang atau jasa yang rendah, dan turunnya kesejahteraan masyarakat.

Apabila integrasi vertikal ini dikaitkan dengan hubungan Perusahaan GO-JEK dan Grab, tentunya kedua perusahaan tersebut diperbolehkan melakukan

³⁴ Fuady Munir, *Hukum Anti Monopoli Menyongsong Era Persaingan Sehat* (Citra Aditya Bakti).[67].

perjanjian dengan tujuan untuk penghematan biaya produksi serta efisiensi waktu itu sendiri. Akan tetapi, apabila integrasi vertikal tersebut dilakukan oleh kedua perusahaan dengan tujuan untuk menguasai operasi jasa transportasi online sehingga mengakibatkan sulitnya perusahaan-perusahaan baru untuk masuk ke pasar tersebut dan mematikan perusahaan lainnya yang bergerak di bidang yang sama, tentunya hal ini dapat dikategorikan sebagai persaingan usaha tidak sehat dan tentunya hal ini melanggar Pasal 14 UU No. 5 Tahun 1999.

Kesimpulan

Persaingan Go-Jek dan Grab memiliki tujuan utama yang sama yaitu melakukan penguasaan pasar dikarenakan adanya penguasaan pasar memberikan jaminan bagi perusahaan untuk memperoleh keuntungan dalam jangka panjang. Selain itu perusahaan juga dapat memprediksi potensi pasar dan arah persaingan di masa mendatang melalui aktivitas dari pesaingnya di pasar, sehingga produk perusahaannya tidak akan tersisihkan dari pasar. Hal ini juga yang menimbulkan adanya kesulitan perusahaan lain yang ingin terjun ke dalam dunia jasa transportasi online di Indonesia untuk mendapatkan daya tarik masyarakat terhadap produknya. Kondisi ini mengakibatkan munculnya bentuk struktur pasar duopoli karena pengaruh dari *market power* suatu perusahaan dimana dalam hal ini merupakan Go-Jek dan Grab. *Market power* sendiri merupakan suatu kemampuan dalam mempengaruhi keseimbangan harga pasar yang mana hal ini dipengaruhi oleh pembagian pasar yang dapat dilihat distribusi produk yang terjual di masyarakat dan didukung beberapa hal seperti jumlah kompetitor dan jalur distribusi pemasaran

Berkaitan dengan kondisi pasar duopoli dalam dunia transportasi online di Indonesia, diperlukan adanya suatu pendekatan untuk menentukan apakah tindakan tersebut dilarang atau tidak, dan kedua pendekatan tersebut adalah pendekatan *per se illegal* dan *rule of reason*. Dilihat dalam hubungan GO-JEK serta Grab dengan kondisi pasar duopoli apabila dilakukan pendekatan dengan *per se illegal*, maka selama GO-JEK dan Grab telah secara terang-terangan melakukan pelanggaran atas UU No. 5 Tahun 1999 maka keduanya dapat dimintai pertanggungjawaban sesuai

dengan perundang-undangan. Sedangkan apabila dilihat dari pendekatan *rule of reason*, perlu adanya penilaian terlebih dahulu untuk menentukan apakah perbuatan tersebut secara sengaja menyalahi perundang-undangan atau tidak. Terlebih lanjut apabila dilihat dari pendekatan integrasi vertikal ini dikaitkan dengan hubungan Perusahaan GO-JEK dan Grab, tentunya kedua perusahaan tersebut diperbolehkan dengan tujuan untuk penghematan dan efisiensi. Akan tetapi, apabila dilakukan untuk menguasai operasi jasa transportasi online, tentunya hal ini dapat dikategorikan sebagai persaingan usaha tidak sehat dan tentunya hal ini melanggar Pasal 14 UU No. 5 Tahun 1999.

Daftar Bacaan

Buku

DN Arga, 'Filia Dewi. 2008' Penerapan Strategi Bundling pada Industri Televisi Berlangganan di Indonesia: Analisa Profitabilitas dan Dampaknya Terhadap Welfare Masyarakat (Skripsi, Sarjana Ekonomi Universitas Indonesia 2008).

Anggraini AMT, *Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Tidak Sehat: Perse Illegal Atau Rule of Reason* (Universitas Indonesia, Fakultas Hukum, Pascasarjana 2003).

Lubis AF and others, 'Hukum Persaingan Usaha Antara Teks & Konteks' [2009] Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha.

Marzuki PM, *Penelitian Hukum* (Kencana Prenadamedia Group 2016).

Muhamad Sadi, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia: Sebagai Upaya Penguatan Lembaga Komisi Pengawas Persaingan Usaha, KPPU* (Setara Press 2016).

Munir F, 'Hukum Anti Monopoli Menyongsong Era Persaingan Sehat' [2003] Citra Aditya Bakti, Bandung.

Siswanto A, *Hukum Persaingan Usaha* (Ghalia Indonesia 2004).

Jurnal

Avinash Dixit, 'A Model of Duopoly Suggesting a Theory of Entry Barriers' [1979] The Bell Journal of Economics.

Fahrurrozi F and Ali I, 'Analisis Layanan Ojek Online PT. Grab Indonesia Wilayah

Surabaya Dalam Perspektif Bisnis Islam' (2020) 3 Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah) 147.

Kagramanto LB, 'Prinsip *Per Se Illegal* Dan *Rule of Reason*' (2014) 19 Yuridika.

Laman

APPKEY, 'Perkembangan Transportasi Ojek Online Di Indonesia' (*Markey*, 2020) <<https://markey.id/blog/bisnis/ojek-online>> accessed 5 November 2020.

'Grab Buka Suara Ungkap Alasan Akuisisi Uber' (*CNN Indonesia*, 2018) <<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20181231090926-185-357439/grab-buka-suara-ungkap-alasan-akuisisi-uber>> accessed 8 December 2020.

Kristo FY, 'No Title' (*Detiknet*, 2020) <<https://inet.detik.com/cyberlife/d-3609781/awal-mula-transportasi-online-menjamur-di-indonesia>> accessed 12 November 2020.

'Pengertian Diferensiasi Produk, Contoh, Dan Cara Melakukannya' (*Ilmu Ekonomi ID*) <<https://www.ilmu-ekonomi-id.com>> accessed 8 December 2020.

Perundang-undangan

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2010 tentang Pedoman Pelaksanaan Pasal 14 tentang Integrasi Vertikal Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Keputusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 04/KPPU/KEP/I/2010 Tahun 2010 tentang Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat.