



Pengaturan *Predatory Pricing* Transportasi Online Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha

Ni Putu Yuley Restiti*, Ni Luh Made Mahendrawati dan Ni Made Sukaryati Karma

Universitas Warmadewa, Denpasar-Bali, Indonesia

*yuley.restiti@gmail.com

How To Cite:

Restiti, N. P. Y., Mahendrawati, N. L. M., & Karma, N. M. K. (2021). Pengaturan *Predatory Pricing* Transportasi Online Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Analogi Hukum*. 3(1). 129-134. Doi: <https://doi.org/10.22225/ah.3.1.3036.129-134>

Abstract—*In the business world, competition between business people is common. Business actors that conduct fair business competition will have a positive impact on the course of competition between other business actors. However, in reality there are also business actors who conduct business competition in unhealthy ways that will adversely affect the balance in business competition. The problems of this study are: 1) What is the predatory pricing arrangement in business competition in Indonesia and 2) What is the relevance of promotion as an online transportation marketing tool for legal arrangements for predatory pricing. The research method used is a normative legal research method so that the problem approach used is the legal, conceptual, and case approaches and uses primary and secondary legal materials. So that legal material collection techniques used are documentation techniques by processing and analyzing legal materials that have been collected using legal arguments. As for the results of this research are the regulation regarding the prohibition on practicing predatory pricing is contained in Article 20 of Constitution No. 5 of 1999 concerning Prohibition of Monopolistic Practices and the relevance of promotion as a means of online transportation marketing to the legal arrangements of predatory pricing in Constitution No. 5 of 1999 which has not regulated excessive promotion at a very low price which can lead to elements of predatory pricing practices.*

Keywords: Regulation of *Predatory Pricing*; Online Transportation; Business Competition Law

Abstrak—*Dalam dunia usaha, persaingan yang terjadi di antara para pelaku usaha sudah biasa terjadi. Pelaku usaha yang melakukan persaingan usaha dengan sehat akan mendatangkan dampak yang positif terhadap jalannya persaingan antara pelaku usaha lainnya. Namun, pada kenyataannya ada juga pelaku usaha yang melakukan persaingan usaha dengan cara yang tidak sehat yang akan berdampak buruk bagi keseimbangan dalam persaingan usaha. Permasalahan dari penelitian ini adalah: 1) Bagaimanakah pengaturan predatory pricing dalam persaingan usaha di Indonesia dan 2) Bagaimanakah relevansi promosi sebagai sarana pemasaran transportasi online terhadap pengaturan hukum predatory pricing. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian hukum normatif sehingga pendekatan masalah yang digunakan yaitu pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan kasus serta menggunakan bahan hukum primer dan sekunder. Sehingga teknik pengumpulan bahan hukum yang digunakan yaitu teknik dokumentasi dengan mengolah dan menganalisis bahan-bahan hukum yang telah terkumpul dengan mempergunakan argumentasi hukum. Adapun hasil dari penelitian ini adalah pengaturan mengenai larangan melakukan praktik predatory pricing terdapat pada Pasal 20 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan relevansi promosi sebagai sarana pemasaran transportasi online terhadap pengaturan hukum predatory pricing dalam Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tidak diatur mengenai promosi berlebihan dengan harga yang sangat rendah sehingga dapat menimbulkan unsur praktik predatory pricing.*

Kata Kunci: Pengaturan *Predatory Pricing*; Transportasi Online; Hukum Persaingan Usaha

1. Pendahuluan

Dunia bisnis atau yang lebih sering dikenal dengan dunia usaha dalam era modern ini telah menjadi salah satu faktor penentu dalam

perkembangan sebuah negara. Dalam dunia usaha, persaingan antar para pelaku usaha merupakan hal yang biasa terjadi. Dengan demikian, promosi akan persaingan usaha yang sehat memiliki dampak positif bagi para

pengusaha yang saling bersaing karena dapat menimbulkan upaya-upaya peningkatan efisiensi, produktivitas, dan kualitas produk yang dihasilkan.

Pada dasarnya, karakteristik yang dimiliki dalam persaingan usaha yakni adanya penjual dan pembeli, adanya produk yang diperjual belikan guna memenuhi kebutuhan konsumen, serta kelancaran dalam memproduksi barang tersebut (Saptono, 2017). Hal tersebut sangat berpengaruh baik secara nasional maupun internasional, karena semakin tinggi aktivitas persaingan di dunia usaha akan manandakan bahwa semakin hidupnya dunia usaha pada Negara tersebut.

Keadaan yang telah digambarkan oleh banyaknya peluang usaha dan aktifnya dunia bisnis di Indonesia tentu saja mempengaruhi pendapatan devisa Negara (sebutkan klasifikasi pendapatan devisa Negara, contoh: pajak penghasilan, komersial, dan lain-lain). Dengan demikian, hal sekomples dunia usaha yang berkembang pesat di Negara Indonesia harus memiliki hukum yang sangat spesifik guna mengatur seluruh seluk beluk kegiatan usaha itu sendiri.

Secara khusus, dalam ketentuan persaingan usaha dalam merumuskan norma hendaknya benar-benar diperhatikan dalam kepentingan, baik keseimbangan yang terjadi diantara pelaku usaha dan kepentingan umum (Mahendrawati & Sudarsono, 2018). Dalam hubungannya tersebut, pemerintah telah menerbitkan dasar hukum yang dapat dipergunakan dalam upayanya untuk mengatur aktifitas dunia usaha yakni, Pasal 33 Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang mengatur tentang Pengertian Perekonomian, Pemanfaatan SDA, dan Prinsip Perekonomian Nasional yang kemudian diperkuat dengan Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (selanjutnya disebut UU LPMPUTS). Tujuan diberlakukannya undang-undang ini adalah untuk memangkas praktek monopoli dan persaingan tidak sehat yang terjadi di Indonesia, seperti kasus yang terjadi yakni adanya praktik *predatory pricing* yang dilakukan oleh para pelaku usaha. *Predatory pricing* merupakan suatu strategi yang dilarang dalam persaingan usaha yang dapat berdampak pada pelaku usaha lain yang sulit untuk masuk ke dalam pasaran. Hal tersebut dikarenakan pelaku usaha yang melakukan strategi tersebut dengan menetapkan harga serendah-rendahnya dalam jangka waktu yang panjang, sehingga pelaku usaha yang lain akhirnya tidak mampu bersaing dan menyingkir dari pasar tersebut.

Seiring berkembangnya jaman dan teknologi, telah banyak bermunculan perusahaan jasa transportasi dengan system online. Maka semakin banyak pula strategi yang digunakan para pelaku usaha dalam bersaing demi merebut pangsa pasar. Salah satu caranya dengan pengadaan promosi yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen, namun hal tersebut kemudian disalahgunakan oleh pelaku usaha jasa transportasi online tersebut. Mereka kerap mengadakan promosi berlebihan dengan menetapkan harga yang berlebihan rendahnya dengan jangka waktu yang tidak dapat ditentukan, sehingga pesaing usaha lain yang tidak memiliki kekuatan financial yang besar tidak dapat bertahan lama dalam persaingan tersebut. Dengan demikian, pelaku usaha tersebut telah melakukan persaingan usaha tidak sehat dengan melakukan tindakan *predatory pricing* sesuai dengan UU LPMPUTS.

Pada penelitian sebelumnya, (Febrina, 2017) mengungkapkan *Predatory pricing* biasanya dilarang bukan dikarenakan menetapkan harga yang terlalu rendah terhadap produk yang dijualnya sekarang, tetapi dikarenakan di masa yang akan datang pelaku usaha akan berusaha untuk mengurangi produksinya dan menaikkan harga. *Predatory Pricing* bisa terjadi apabila pelaku usaha yang lain lemah, dan terdapat halangan untuk masuk kepasar baik bagi perusahaan baru maupun bagi perusahaan yang dikalahkan. Penelitian lainnya oleh (Effendi, 2020) mengungkapkan KPPU dapat berperan dengan mencegah praktek monopoli persaingan usaha tidak sehat seperti diskriminasi, eksploitasi dari platform kesupplier atau antar platform, perjanjian eksklusif, *predatory pricing*, penyalahgunaan posisi dominan, dan berbagai bentuk persaingan usaha tidak sehat lainnya. Dalam aspek penegakan hukum, terdapat berbagai kasus yang terindikasi sebagai persaingan usaha tidak sehat sedang dalam proses investigasi dan proses peradilan oleh KPPU

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan penulis bahas, yaitu sebagai berikut:

- Bagaimana pengaturan *predatory pricing* dalam persaingan usaha di Indonesia?
- Bagaimana relevansi promosi sebagai sarana pemasaran transportasi *online* terhadap pengaturan hukum *predatory pricing*?

Dalam melakukan suatu penelitian tentu terdapat tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti. Tujuan dari penulisan penelitian ini yaitu:

- Untuk menambah pengetahuan dan memperluas wawasan penulis yang menyangkut tentang pengaturan *predatory pricing* dalam persaingan usaha di Indonesia.
- Untuk mengetahui relevansi promosi sebagai sarana pemasaran transportasi *online* terhadap pengaturan hukum *predatory pricing*.

2. Metode

Tipe penelitian yang digunakan oleh penulis di dalam penulisan penelitian ini adalah penelitian hukum normatif. Sesuai dengan penelitian hukum yang digunakan maka pendekatan masalah yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan kasus. Dalam melakukan penyusunan penelitian ini, sumber bahan hukum yang digunakan ada 3, yakni:

- Bahan Hukum Primer yang terkait dengan pertanggungjawaban pidana pelaku perdagangan satwa yang dilindungi yakni, Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Kitab Undang-undang Hukum Pidana, Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Peraturan Menteri Nomor 108 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak dalam Trayek.
- Bahan Hukum Sekunder, yakni memberikan suatu penjelasan mengenai bahan hukum primer, misalnya penjelasan yang ada di dalam buku-buku mengenai ilmu hukum.

Teknik pengumpulan bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi yang dilaksanakan dengan cara menginventarisasi bahan-bahan hukum baik berupa peraturan perundang-undangan, literatur-literatur maupun bahan hukum lainnya yang berkaitan dengan pengaturan *predatory pricing* transportasi *online* dalam perspektif hukum persaingan usaha.

Analisis bahan hukum yakni bilamana seluruh bahan hukum yang dibutuhkan telah terkumpul, kemudian bahan hukum tersebut diolah serta dianalisis dengan menggunakan argumentasi hukum, hal tersebut guna mendapatkan suatu simpulan sebagai hasil akhir dari penelitian ini.

3. Hasil dan Pembahasan

Pengaturan Predatory Pricing dalam Persaingan Usaha di Indonesia

Dalam sejarahnya, persaingan usaha muncul setelah runtuhnya sistem-sistem ekonomi perencanaan di Eropa Timur. Negara-negara berkembang semakin sering memanfaatkan instrument-instrumen seperti harga dan persaingan untuk meningkatkan pembangunan-pembangunan di masing-masing Negara. Namun, akibat kegagalan birokrasi yang terjadi, pemerintah dan pejabat Negara merasa terbebani oleh sistem perekonomian yang terencana tersebut. Hingga pada akhirnya kini Negara-negara tersebut mulai berupaya untuk menyusun perundang-undangan yang mengatur tentang larangan praktik monopoli dan persaingan tidak sehat. Hal tersebut bertujuan untuk mengatur jalannya persaingan usaha sehingga terciptanya persaingan usaha yang sehat.

Tingginya tingkat persaingan antar pelaku usaha dalam suatu pasar atau industri akan mendorong pelaku usaha untuk menghasilkan produk barang atau jasa yang variatif, baik dari segi harga, kualitas, dan inovasi. Menurut Kasmir, persaingan usaha dapat diartikan sebagai suatu kegiatan bersaing atau bertanding diantara pengusaha atau pebisnis yang satu dengan pengusaha atau pebisnis lainnya didalam memenangkan pangsa pasar (*market share*) dalam upaya melakukan penawaran produk barang dan jasa kepada konsumen dengan berbagai strategi pemasaran yang diterapkannya (Kasmir, 2007). Oleh karena itu, untuk kelancaran jalannya persaingan usaha maka diperlukan aturan hukum yang berguna untuk mengatur segala sesuatu yang berkaitan dengan persaingan usaha yakni dengan menerbitkan Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (yang selanjutnya disebut UU LPMPUTS).

Dalam dunia persaingan usaha, ada banyak strategi yang digunakan oleh para pelaku usaha. Namun, tidak semua strategi yang mereka gunakan dalam bersaing sesuai dengan aturan hukum. Salah satunya strategi *predatory pricing* yang kerap digunakan oleh pelaku usaha dalam mendapatkan banyak konsumen sekaligus menyingkirkan pesaingnya keluar dari pangsa pasar. Menurut Gunawan Widjaja, *predatory pricing* adalah suatu strategi usaha yang digunakan oleh pelaku usaha dengan menetapkan harga yang sangat rendah pada barang atau jasa yang mereka hasilkan dalam suatu jangka waktu yang cukup lama, hal tersebut mereka lakukan untuk menyingkirkan pelaku usaha lain yang menjadi pesaing-

pesaingnya agar keluar dari pasar, atau juga untuk menghambat pelaku usaha yang lain masuk ke dalam pasar tersebut (Widjaja, 2002).

Dalam jangka pendek, tindakan *predatory pricing* sangat menguntungkan konsumen karena mendapatkan harga barang atau jasa dengan harga yang murah, namun apabila seluruh pesaingnya tidak dapat melakukan kegiatan usahanya lagi, maka pelaku usaha yang mendominasi akan menaikkan harga ke tingkat yang tinggi untuk menutupi kerugian yang diderita pada saat penetapan harga sangat rendah. Untuk itu, dalam undang-undang diatur pula mengenai larangan menggunakan praktik *predatory pricing* yang terdapat dalam Pasal 20 UU LPMPUTS. Dalam pasal ini diatur mengenai larangan kepada para pelaku usaha dalam melakukan pemasokan barang atau jasa dengan cara menetapkan harga jual dengan sangat rendah dengan tujuan untuk menyingkirkan pelaku usaha saingannya ataupun dengan maksud untuk mematikan usaha pesaingnya dalam pasar yang bersangkutan sehingga hal tersebut dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. Dengan terbitnya peraturan tersebut, pelaku usaha yang melakukan persaingan usaha dengan cara yang sehat akan terlindungi oleh adanya atauran tersebut.

Relevansi Promosi Sebagai Sarana Pemasaran Transportasi Online Terhadap Pengaturan Hukum Predatory Pricing

Saat ini, jasa di bidang transportasi merupakan industri yang sangat pesat berkembang, baik dalam bentuk barang maupun jasa, transportasi pada masa moderen sedang dikonsumsi secara masal oleh masyarakat dunia. Terlebih bagi negara-negara yang memiliki tingkat kepadatan penduduk yang tinggi seperti Negara Indonesia. Keperluan setiap orang untuk berpindah tempat dengan cepat membuat konsumsi barang dan jasa transportasi meningkat. Perkembangan teknologi yang mendukung kemajuan dunia transportasi untuk memberi kemungkinan agar seseorang berpindah tempat dengan jarak yang lebih jauh. Di Indonesia semakin bertambahnya tahun semakin banyak orang yang menggunakan kendaraan transportasi untuk membantu kelangsungan hidupnya, baik yang sifatnya umum ataupun milik pribadi, memang hal demikian sangat membantu dalam mengefesienkan sedemikian hal dalam hidupnya.

Seiring berkembangnya teknologi pada

jaman sekarang ini, para pelaku usaha membuat suatu inovasi dengan pengadaan jasa transportasi bagi konsumen dengan sistem online. Komersial transportasi publik secara masal merupakan salah satu solusi terhadap permasalahan yang timbul. Sejak kehadirannya di Indonesia antara tujuh hingga tiga tahun lalu, transportasi *online* hadir dan menjadi primadona para konsumen sebagai solusi menembus kemacetan lalu lintas. Transportasi *online* merupakan suatu wahana yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk berpindah dari suatu tempat ke tempat lain yang mana terdapat agensi-agensi tertentu yang bertanggungjawab mengenai kepemilikan maupun pengoperasian transportasi yang tersebut dan hal yang paling utama dari transportasi ini adalah jasa transportasi berbasis mesin canggih ini juga dilengkapi dengan fitur yang dapat melacak posisi dari kendaraan tersebut. Dengan demikian, transportasi *online* bukan terbatas pada kendaraannya saja akan tetapi keseluruhan sistem oprasional perusahaan penyedia layanan.

Dengan banyaknya muncul perusahaan jasa transportasi online ini, maka terdapat juga peningkatan ruang kerja dan terciptanya keadaan yang lebih sehat antara konsumen dan penyedia jasa dalam dunia komersial jasa transportasi. Dasar inilah yang menjadi alasan mengapa pemberlakuan aturan hukum yang adil dan efektif harus diterapkan dan dijaga oleh pemerintah. Terlebih lagi, sejak pesatnya perkembangan transportasi *online* berbagai perusahaan berusaha untuk mendominasi pasaran melalui berbagai macam teknik dan prasarana pemasaran masing-masing produk tiap perusahaan.

Setelah melalui serangkaian proses pembahasan, uji publik, dan sosialisasi, Kementerian Perhubungan Republik Indonesia akhirnya menerbitkan Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 108 tahun 2017 yang ditandatangani oleh Menhub pada tanggal 24 Oktober 2017 dan berlaku efektif sejak tanggal 1 November 2017. Peraturan ini dimaksudkan untuk tujuan agar mempermudah masyarakat dalam aksesibilitas akomodasi, sehingga masyarakat dapat menikmati pelayanan akomodasi yang selamat, aman, nyaman, tertib, lancar serta mudah dijangkau.

Dengan bantuan teknologi, transportasi *online* yang merupakan sebuah bentuk transportasi *online* memiliki keunggulan dibandingkan transportasi konvensional. Keunggulan ini kemudian ditingkatkan melalui kegiatan promosi-promosi yang sering digunakan untuk menarik minat konsumen. Menurut Fandy Tjiptono, Promosi merupakan

bentuk komunikasi pemasaran, artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 2000). Para pelaku usaha yang menggunakan promosi sebagai strategi untuk meningkatkan pasaran merupakan hal yang biasa dilakukan dalam persaingan usaha. Namun, dewasa ini strategi promosi kerap dilakukan oleh pelaku usaha khususnya dalam hal ini adalah pelaku usaha jasa transportasi *online* yang menggunakan promosi untuk menutupi persaingan usahanya yang dilakukan secara tidak sehat, yakni praktik *predatory pricing*. Pelaku usaha tersebut mengadakan promosi dengan cara menurunkan harga yang serendah-rendahnya dan kerap kali dengan waktu yang sangat lama. Dengan demikian pelaku usaha lain tidak mampu untuk bersaing, sehingga dapat mematikan usaha pesaingnya dan pelaku usaha yang baru akan sulit untuk masuk ke pasaran.

Namun, akan sulit untuk dapat dibuktikan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha jasa transportasi *online* tersebut adalah suatu strategi pemasaran yang hanya bertujuan untuk menarik minat para konsumen atau merupakan praktik *predatory pricing* yang tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan banyak konsumen tetapi juga untuk menjatuhkan atau mematikan pesaing-pesaingnya. Hal tersebut karena saat ini belum ada pengaturan yang jelas mengenai kegiatan promosi tersebut. Dalam UU No. 5 Tahun 1999 tidak terdapat pengaturan tentang strategi promosi tersebut, meskipun pada pasal 20 telah diatur mengenai praktik *predatory pricing* (jual rugi).

4. Simpulan

Pengaturan *predatory pricing* dalam persaingan usaha di Indonesia yakni menggunakan Pasal 20 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat untuk mengatur penerapan persaingan usaha yang berkembang seperti praktik *predatory pricing* yang berarti strategi usaha menetapkan harga yang sangat rendah untuk barang dan atau jasa yang dihasilkan dalam suatu periode yang cukup lama, untuk menyingkirkan pelaku usaha lain yang menjadi pesaing-pesaingnya dari pasar, atau juga untuk menghambat pelaku usaha lain masuk ke dalam pasar tersebut. Tindakan ini merupakan sebuah bentuk persaingan usaha tidak sehat yang sudah jelas

dilarang berdasarkan Pasal 20 UU No 5 Tahun 1999 tersebut. Dengan demikian pengaturan tentang pelarangan kegiatan atau tindakan *Predatory Pricing* dalam dunia usaha sudah jelas dilarang dalam penerapan hukum Indonesia.

Relevansi promosi sebagai sarana pemasaran transportasi *online* terhadap pengaturan hukum *predatory pricing* yaitu UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, namun seiring perkembangan jaman muncullah sebuah bentuk tindakan baru dalam dunia usaha yang mengarah pada *predatory pricing* yakni tindakan promosi yang berlebihan. Penerapan promosi berlebihan dengan harga sangat rendah yang memiliki unsur *predatory pricing* dalam dunia usaha transportasi *online* merupakan hal baru yang masih belum diatur dalam jajaran peraturan perundang-undangan, dengan demikian terdapat kekosongan norma dalam hukum Indonesia. Tindakan promosi yang berlebihan dengan harga yang sangat rendah membuat pesaing usaha dalam bidang transportasi *online* sulit bersaing dalam dunia usaha.

Perkembangan jaman dan teknologi membawa hal positif dan negatif dalam perkembangan dunia usaha di Indonesia. Diperlukannya tanggapan yang cepat dari pemerintah untuk menjaga kestabilan perkembangan dunia usaha yang dapat mempengaruhi ekonomi negara. Dalam hal tindakan promosi berlebihan dengan harga yang sangat rendah pemerintah haruslah menetapkan sebuah aturan hukum guna mengatur tindakan tersebut guna menghindari terjadinya praktik *predatory pricing*. Aturan hukum yang dimaksud adalah aturan dalam jajaran peraturan perundang undangan dan pengaturan peraturan pelaksanaan yang digunakan sebagai standar operasional prosedur untuk melakukan persaingan usaha khususnya dalam dunia transportasi *online*.

Daftar Pustaka

- Effendi, B. (2020). Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Syiah Kuala Law Journal*, 4(1), 21–32. Retrieved from <http://jurnal.unsyiah.ac.id/SKLJ/article/view/16228>
- Febrina, R. (2017). Dampak Kegiatan Jual Rugi (Predatory Pricing) Yang Dilakukan

Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha. *Jurnal Selat*, 4(2), 234–249. Retrieved from <https://ojs.umrah.ac.id/index.php/selat/article/view/194>

Kasmir. (2007). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Mahendrawati, N. L. M., & Sudarsono. (2018). *Asas keseimbangan dalam Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*. Malang: Surya Pena Gemilang.

Saptono, C. A. (2017). *Hukum Persaingan Usaha*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Widjaja, G. (2002). *Merger dalam Perspektif Monopol*. Jakarta: Rajawali Pers.