

# **PRICE FIXING HARGA TIKET PESAWAT BERDASARKAN KEPUTUSAN MENHUB NO 106 TAHUN 2019 TENTANG TARIF BATAS ATAS PENUMPANG PELAYANAN KELAS EKONOMI ANGKUTAN UDARA NIAGA BERJADWAL DALAM NEGERI DITINJAU BERDASARKAN UU NO. 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PRAKTIK USAHA TIDAK SEHAT DAN PRINSIP-PRINSIP PERSAINGAN USAHA**

Oleh :

**Indra Desi Pratama**

Magister Kenotariatan, Fakultas Hukum Universitas Surabaya  
Email: indradesipratama112@gmail.com

## **Abstrak**

Para pelaku usaha sudah pasti memiliki satu tujuan akhir dalam melakukan segala bentuk kegiatan usahanya, yaitu mencapai keuntungan sebesar mungkin. Tujuan tersebut memang bisa dicapai dengan bermacam cara, termasuk dengan cara-cara melawan hukum dan dapat merugikan pelaku usaha lain, bahkan konsumen. Ekseks yang lebih jauh tentu bagi stabilitas perekonomian nasional. Kekhawatiran tersebut berusaha direduksi melalui Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Salah satu kasus yang menjadi ilustrasi dana akan menjadi pokok bahasan adalah *price fixing* oleh beberapa maskapai penerbangan di Indonesia. Metode yuridis normatif menjadi metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan bertumpu pada pendekatan peraturan perundang-undangan, pendekatan konseptual, dan pendekatan kasus. Penelitian ini melahirkan kesimpulan bahwa penetapan harga tiket pesawat seharusnya dilepaskan kepada mekanisme pasar untuk memberikan pilihan harga yang kompetitif bagi konsumen, serta ditetapkannya Keputusan Menhub No 106 Tahun 2019 telah melanggar prinsip *barrier to entry*.

**Kata kunci:** Monopoli, Persaingan usaha tidak sehat, *Price fixing*.

## **1. PENDAHULUAN**

Secara sederhana, struktur pasar dapat diberikan pengertian sebagai kondisi lingkungan dimana perusahaan melakukan aktivitasnya sebagai produsen. Terdapat 4 (empat) bentuk struktur pasar dalam teori ekonomi dasar, yaitu: Pasar Persaingan Sempurna (Perfect Competition), Pasar Persaingan Monopolistis (Monopolistic Competition), Pasar Oligopoli (Oligopoly), dan Pasar Monopoli (Monopoly). Perbedaan keempat struktur pasar tersebut disebabkan adanya perbedaan degree of market power yaitu kemampuan satu perusahaan dalam mempengaruhi harga keseimbangan (harga pasar). Perbedaan tersebut diakibatkan perbedaan karakteristik yang terdapat di masing-masing struktur pasar (KPPU).

Persaingan sempurna adalah struktur pasar atau industri dimana terdapat banyak penjual dan pembeli, dan setiap penjual ataupun pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan pasar. Adapun keuntungan Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antarpelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha (Iqbal, 2016:1).

Dalam pasar persaingan sempurna, jumlah perusahaan sangat banyak dan kemampuan setiap perusahaan dianggap sedemikian kecilnya,

sehingga tidak mampu mempengaruhi pasar. Tetapi hal itu belum lengkap, masih diperlukan beberapa karakteristik (syarat) agar sebuah pasar dapat dikatakan pasar persaingan sempurna. Karakteristik Pasar Persaingan Sempurna antara lain;

1. Seimbangnya jumlah penjual dan pembeli. Jumlah perusahaan yang sangat banyak mengandung asumsi implisit bahwa output sebuah perusahaan relatif kecil dibanding output pasar (small relatively output). Semua perusahaan dalam industri (pasar) dianggap berproduksi efisien (biaya rata-rata terendah), baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Kendatipun demikian jumlah output setiap perusahaan secara individu dianggap relatif kecil dibanding jumlah output seluruh perusahaan dalam industri.
2. Tingkat homogenitas produk yang tinggi. Yang dimaksud dengan produk yang homogen adalah produk yang mampu memberikan kepuasan (utilitas) kepada konsumen tanpa perlu mengetahui siapa produsennya. Konsumen tidak membeli merek barang tetapi kegunaan barang. Karena itu semua perusahaan dianggap mampu memproduksi barang dan jasa dengan kualitas dan karakteristik yang sama. (KPPU).
3. Karakteristik yang ketiga adalah kebebasan keluar masuk pasar (Free Entry and Free Exit). Pemikiran yang mendasari asumsi ini adalah

dalam pasar persaingan sempurna faktor produksi mobilitasnya tidak terbatas dan tidak ada biaya yang harus dikeluarkan untuk memindahkan faktor produksi. Mobilitas juga mencakup pengertian geografis dan antara pekerjaan. Dalam hal ini, yang dimaksudkan adalah faktor produksi seperti tenaga kerja mudah dipindahkan dari satu tempat ke tempat lainnya atau dari satu pekerjaan ke pekerjaan lainnya, tanpa biaya. Hal tersebut menyebabkan perusahaan mudah untuk masuk keluar pasar. Jika perusahaan tertarik di satu industri (dalam industri masih memberikan laba), dengan segera dapat masuk. Bila tidak tertarik lagi atau gagal, dengan segera dapat keluar.

4. Karakteristik yang terakhir adalah Informasi yang Sempurna (*Perfect Knowledge*) (KPPU). Para pelaku ekonomi (konsumen dan produsen) memiliki pengetahuan sempurna tentang harga produk dan input yang dijual. Dengan demikian konsumen tidak akan mengalami perlakuan harga jual yang berbeda dari satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Dari siapapun produk dibeli, harga yang berlaku adalah sama. Demikian halnya dengan perusahaan, hanya akan menghadapi satu harga yang sama dari berbagai pemilik faktor produksi.

Keempat karakteristik tersebut menimbulkan satu konsekuensi logis, yaitu perusahaan di pasar tidak dapat menentukan harga sendiri. Perusahaan menjual produknya dengan berpatokan pada harga yang ditetapkan pasar. Setiap perusahaan hanya akan menerima harga yang ditentukan pasar (*price taker*). Yang dapat dilakukan perusahaan adalah menyesuaikan jumlah output untuk mencapai laba maksimum.

Selain keuntungan pada pasar persaingan sempurna, terdapat beberapa kelemahannya juga (Halima Tussahdia, 2015), yaitu:

- a. Dalam hal asumsi karena asumsi yang digunakan mustahil terwujud dalam dunia nyata.
- b. Pengembangan teknologi juga sulit dilakukan karena perusahaan tidak mempunyai sumber daya yang cukup untuk riset dan pengembangan produk.
- c. Pasar persaingan sempurna juga dapat menimbulkan biaya sosial kepada masyarakat karena ada biaya sosial yang tidak tercakup dalam biaya perusahaan.
- d. Adanya barang-barang yang bisa dinikmati dan diproduksi secara kolektif tidak diperjualbelikan pasar.

Adapun definisi dari Persaingan Usaha Tidak Sehat sebagaimana ditentukan Pasal 1 huruf f UU 5/1999 adalah persaingan antarpelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha. Secara teoritis ada dua kondisi ekstrim posisi perusahaan dalam pasar.

Ekstrim pertama, perusahaan berada dalam pasar persaingan sempurna (*perfect competition*), di mana jumlah perusahaan begitu banyak dan kemampuan setiap perusahaan sangat kecil untuk mempengaruhi harga pasar. Yang dapat perusahaan lakukan adalah menyesuaikan jumlah output agar mencapai laba maksimum. Ekstrim kedua adalah perusahaan hanya satu-satunya produsen (*monopoli*).

Dalam posisi tersebut perusahaan mampu mempengaruhi harga dan jumlah output dalam pasar. Namun kedua kondisi ekstrim tersebut jarang sekali terjadi. Yang ada umumnya adalah dua kondisi peralihan antara ekstrim persaingan sempurna dan monopoli. Kondisi pertama adalah perusahaan bersaing, tetapi masing-masing mempunyai daya monopoli (terbatas).

Definisi dasar pasar monopoli menurut Tati Suhartati dan Fathorrozi (2003: 155) adalah suatu model pasar yang mempunyai ciri hanya terdapat satu penjual di pasar, output yang dihasilkan oleh produsen bersifat lain daripada yang lain (*unique*), tidak mempunyai barang pengganti yang sangat dekat dan di pasar ada rintangan bagiprodusen lain untuk memasukinya (*barriers to entry*). Pasar Monopoli mempunyai beberapa karakteristik khusus antara lain:

1. Pengertian Pasar monopoli yang merupakan industri satu perusahaan. Sifat ini sesuai dengan definisi dari monopoli yaitu struktur pasar atau industri dimana terdapat hanya seorang penjual saja. Dengan demikian barang atau jasa yang dihasilkan tidak dapat dibeli di tempat lain. Para pembeli tidak mempunyai pilihan lain, kalau mereka menginginkan barang tersebut, maka mereka harus membeli dari perusahaan tersebut. Syarat-syarat penjualan tersebut sepenuhnya ditentukan oleh pengusaha monopoli itu, dan para pembeli tidak dapat berbuat sesuatu apapun di dalam menentukan syarat jual beli.
2. Karakteristik yang kedua adalah tidak memiliki barang pengganti yang mirip. Dalam hal ini, barang yang dihasilkan perusahaan monopoli tidak dapat digantikan oleh barang lain yang ada dalam perekonomian. Barang tersebut merupakan satu-satunya jenis barang yang seperti itu. Yang "mirip" dengannya dari segi kegunaan tidak ada sama sekali.
3. Kemungkinan untuk masuk ke dalam pasar. Sifat ini merupakan sebab utama yang menimbulkan perusahaan yang mempunyai kekuasaan monopoli. Tanpa sifat ini pasar monopoli tidak akan terwujud, karena tanpa adanya hambatan tersebut pada akhirnya akan terdapat beberapa perusahaan dalam industri. Keuntungan perusahaan monopoli akan menarik pengusaha-pengusaha lain ke dalam industri tersebut. Adanya hambatan masuk yang sangat tinggi menghindarkan berlakunya keadaan yang seperti itu.

4. Karakteristik keempat adalah dapat menguasai penentuan harga. Karena perusahaan monopoli merupakan satu-satunya penjual di dalam pasar, maka penentuan harga dapat dikuasainya. Oleh sebab itu perusahaan monopoli dipandang sebagai penentu harga atau price setter. Dengan mengadakan pengendalian ke atas produksi dan jumlah barang yang ditawarkan, perusahaan monopoli dapat menentukan harga pada tingkat yang dikehendakinya.
5. Kurang diperlukannya promosi. Oleh karena perusahaan monopoli adalah satu-satunya perusahaan di dalam industri, ia tidak perlu melakukan promosi penjualan secara iklan.

Kondisi kedua adalah dalam pasar hanya ada beberapa produsen yang jika bekerja sama mampu menghasilkan gaya monopoli. Kondisi tersebut dikenal sebagai oligopoli (oligopoly). Istilah oligopoly pertama kali digunakan oleh Sir Thomas Moore dalam karyanya pada tahun 1916, yaitu "Utopia" Teori Oligopoli pertama kali diformalkan oleh Augustin Cournot pada tahun 1838 melalui karyanya "Recherches sur les principes mathematiques de la theorie des richesses". Lima puluh tahun kemudian, teori tersebut dibantah oleh Bertrand. Meskipun menuai banyak kritik, namun hingga kini teori Cournot tetap dianggap sebagai benchmark bagi teori-teori oligopoli lainnya. (KPPU). Sama halnya dengan pasar monopolistic, pasar oligopoly juga memiliki dua karakteristik pasar yang harus dimiliki agar dapat menjadi penentu kategori jenis pasar. Karakteristik dasar pasar oligopoly adalah (Rizki Tri Anugrah Bhakti, 2015):

1. Terdapat banyak pembeli di pasar.
2. Hanya terdapat beberapa penjual di pasar, yang menunjukkan bahwa pangsa pasar masing-masing perusahaan di pasar cukup signifikan, serta terdapat *barrier to entry* yang mampu menghalangi pemain baru untuk masuk ke dalam pasar.
3. Keputusan strategis perusahaan sangat ditentukan oleh perilaku strategis perusahaan lain yang ada di pasar, artinya ada ketergantungan satu sama lain.
4. Produk yang dijual bisa bersifat identik, tetapi bisa juga berbeda dengan kualitas standard yang telah ditentukan.
5. Penggunaan iklan yang sangat intensif.

Ketiadaan saingan menyebabkan semua pembeli yang memerlukan barang yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Kalaupun perusahaan membuat iklan, iklan tersebut bukanlah bertujuan untuk menarik pembeli, tetapi untuk memelihara hubungan baik dengan masyarakat.

Adapun langkah antisipasi pemerintah untuk menanggulangi persaingan usaha yang tidak sehat adalah dengan dibuatnya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak

Sehat(selanjutnya disebut UU 5/1999). Landasan utama dibuatnya UU 5/1999 adalah untuk menciptakan pasar persaingan yang kondusif dan sehat dengan memberikan keleluasaan para pelaku usaha dalam menentukan harga sekompetitif mungkin dengan kualitas sebaik mungkin.

Namun dalam praktik penerapan undang-undang ini, masih terjadi indikasi terjadinya persaingan usaha tidak sehat yang berdampak pada naiknya harga terhadap barang atau jasa. Salah satu kasus baru yang sedang ditangani KPPU adalah kenaikan harga tiket pesawat. Berdasarkan Badan Pusat Statistik mencatat kenaikan harga tiket pesawat di April 2019 sebesar 11% jika dibandingkan dengan periode yang sama tahun 2018 (year on year). Kenaikan harga tiket pesawat menyebabkan inflasi di bulan April 2019 sebesar 0.03% (Finance Detik, 2019). Untuk mengatasi kenaikan harga tersebut, pemerintah mengeluarkan kebijakan tarif ambang batas bawah dan atas sesuai dengan Keputusan Menhub No 106 Tahun 2019 tentang Tarif Batas Atas Penumpang Pelayanan Kelas Ekonomi Angkutan Udara Niaga Berjadwal Dalam Negeri.

Adapun tujuan utama pemerintah mengeluarkan peraturan ini adalah agar pemerintah lebih leluasa mengevaluasi dan merevisi tarif sesuai kondisi dan masukkan pemangku kepentingan. Selain itu, agar pelaku usaha pesawat udara lebih memperhatikan faktor keselamatan. Pemberlakuan tarif batas bawah dan atas ini untuk menghindari munculnya pelaku usaha pesawat udara yang tidak dapat bersaing supaya tidak bangkrut. Persoalan yang mengemuka adalah apakah *price fixing* harga tiket pesawat melalui Keputusan Menhub No 106 Tahun 2019 tentang Tarif Batas Atas Penumpang Pelayanan Kelas Ekonomi Angkutan Udara Niaga Berjadwal Dalam Negeri memang telah sesuai dengan UU 5/1999.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif. Metode penelitian yuridis normatif adalah penelitian yang difokuskan untuk mengkaji penerapan kaidah - kaidah atau norma-norma dalam hukum positif". Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan peraturan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan konseptual (*conceptual approach*), dan pendekatan kasus (*case approach*). *Statute approach* yaitu pendekatan yang dilakukan dengan mengidentifikasi serta membahas peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pendekatan konseptual berangkat dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum. Sedangkan pendekatan secara *case approach* yaitu suatu pendekatan dengan menggunakan kasus sebagai pembahasan. Pendekatan Perundang - undangan (*statute approach*) yang dilakukan dengan menelaah semua undang - undang dan regulasi yang bersangkut paut

dengan isu hukum yang sedang ditangani. Melalui pendekatan konseptual, peneliti akan menemukan ide-ide yang melahirkan pengertian-pengertian hukum, konsep-konsep hukum, dan asas-asas hukum yang relevan dengan isu hukum yang akan dibahas.

Pendekatan peraturan perundang-undangan di sini adalah pendekatan yang menekankan pada pencarian norma yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan. Pendekatan konseptual yang dimaksud adalah pendekatan dengan melihat konsep-konsep yang ada dan berlaku.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan UU 5/1999 ada lima hal yang diatur didalamnya yaitu perjanjian yang dilarang, kegiatan-kegiatan yang dilarang, posisi dominan, Komisi Pengawasan Persaingan Usaha, dan hukum acara persaingan usaha. Menurut pasal 1 ayat (7) UU 5/1999, perjanjian didefinisikan sebagai suatu perbuatan satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikatkan diri terhadap satu atau lebih pelaku usaha lain dengan nama apapun, baik tertulis maupun tidak tertulis Perjanjian penetapan harga / *Price Fixing* termasuk di dalam kategori perjanjian yang dilarang yang diatur dalam Pasal 5 sampai dengan Pasal 8 UU 5/1999 yang terdiri dari perjanjian penetapan harga (*Price Fixing Agreement*), diskriminasi harga (*Price Discrimination*), harga pemangsa atau jual rugi (*predatory pricing*) (Fahmi, 2009:90).

Perjanjian penetapan harga merupakan ketentuan pertama yang dilarang dalam *Sherman Act*. Selengkapnya pasal 1 *Sherman Act* menyatakan:

*“Every contract, combination in the form of trust or otherwise, or conspiracy, in restraint of trade or commerce among the several State, or with foreign nations, is declared to be illegal.”*

Perjanjian penetapan harga yang dilakukan diantara para pelaku usaha akan meniadakan persaingan dari segi harga bagi produk yang mereka tawarkan, yang kemudian dapat mengakibatkan surplus konsumen yang harusnya dinikmati oleh pembeli dipaksa beralih ke penjual atau produsen. Praktik perjanjian penetapan harga kerap dilakukan oleh pelaku usaha karena adanya alasan tuntutan ekonomi, seperti misalnya adanya kenaikan harga barang tertentu. Penetapan harga antarpelaku usaha dilarang sebab penetapan harga secara bersama-sama di kalangan pelaku usaha itu akan menyebabkan tidak berlakunya hukum pasar tentang harga yang terbentuk akibat adanya penawaran dan permintaan (Harjono, 2006:105)

Indonesia adalah negara maritim sekaligus merupakan negara kepulauan. Beranjak dari kondisi geografis tersebut, peranan transportasi sangat dominan dalam memperlancar arus barang dan manusia. Mengingat pentingnya transportasi khususnya transportasi udara, maka hal tersebut

harus dapat mengatasi kebutuhan permintaan akan jasa transportasi udara efektif dan efisien.

Pemerintah mengatur tarif angkutan udara / *Price Fixing* merupakan hasil negoisasi antara pelaku usaha dengan pemerintah yang melihat peningkatan harga dalam kurun waktu dekat (2018-2019). *Price Fixing* dilakukan pemerintah dalam hal ini untuk mengatasi dugaan persaingan usaha tak sehat dalam penentuan harga tiket pesawat. Pasalnya, industri penerbangan saat ini bersifat duopoli.

Duopoli bisa diartikan sebagai penguasaan pasar yang dilakukan oleh dua perusahaan. Dalam hal ini, kedua pihak bisa menentukan harga jual. Diketahui, industri penerbangan dalam negeri dikuasai oleh dua grup perusahaan yang terdiri dari Garuda Indonesia Grup dan Lion Air Grup. Garuda Indonesia membawahi Citilink Indonesia dan Sriwijaya Air, sedangkan Lion Air Group memiliki anak usaha Batik Air, Wings Air, Thai Lion Air, Malindo Air (CNN Indonesia, 2019).

Mengatasi hal tersebut, KPPU dalam penanganan perkara penetapan harga (*price fixing*) di berbagai belahan dunia, berkembang upaya pembuktian keberadaan perilaku tersebut, tidak hanya melalui bukti langsung (*hard evidence*), tetapi juga melalui bukti tidak langsung (*circumstantial evidence*). Hal ini terjadi karena bukti langsung semakin sulit ditemukan karena keberadaan lembaga pengawas persaingan telah menjadi faktor yang diperhitungkan oleh pelaku usaha, sehingga hal-hal yang berkaitan dengan bukti langsung dihindari oleh mereka (KPPU).

Selain itu, pemerintah dalam upayanya mengeluarkan Keputusan Menhub No 106 Tahun 2019 tentang Tarif Batas Atas Penumpang Pelayanan Kelas Ekonomi Angkutan Udara Niaga Berjadwal Dalam Negeri. Isi keputusan tersebut mengatur ambang batas bawah dan atas mengenai harga tiket pesawat.

Upaya yang dilakukan pemerintah berpotensi melanggar UU 5/1999 terkait penetapan harga, pedoman KPPU terkait Draft Pedoman Pasal 5 tentang Penetapan Harga, serta prinsip-prinsip persaingan usaha. Senada dengan pernyataan Komisioner KPPU Chandra Setiawan menegaskan, dirinya tidak setuju dengan penetapan ini. Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (KPPU) sendiri menilai tarif batas bawah (TBB) yang ditetapkan Kementerian Perhubungan (Kemenuh) sebesar 35 persen bakal membatasi ruang gerak maskapai dalam memberikan harga tiket pesawat yang menarik untuk konsumen. Alasan lain yang membuat TBB dinilai tidak memberikan kebebasan maskapai dalam memberikan harga menarik untuk konsumen, adalah pemerintah tidak pernah mengetahui secara detail struktur ongkos perusahaan, seperti variabel yang menjadi komponen biaya dalam tiket pesawat (Kumpran, 2019).

Penetapan harga seyogyanya diserahkan kepada mekanisme pasar. Pengenaan tarif batas bawah akan membatasi pelaku usaha untuk memberikan layanan yang lebih murah kepada konsumen. Sementara itu, tarif batas atas akan membatasi pelaku usaha lain untuk berminat masuk ke industri (CNN Indonesia, 2019). Anggota KPPU Syarkawi Rauf juga mengingatkan Kementerian Perhubungan untuk mempertimbangkan kembali pemberlakuan kebijakan tarif batas bawah tiket pesawat. Sebab, aturan berbentuk Peraturan Menteri Perhubungan yang telah diteken tersebut berpotensi melanggar UU 5/1999 (KPPU).

Pendekatan analisis selain pada keterangan KPPU, penulis akan meninjau dari sisi prinsip-prinsip persaingan usaha yang dijabarkan sebagai berikut.

1. Persaingan antar pelaku usaha dapat didasarkan pada kualitas barang, pelayanan atau service dan atau harga. Namun demikian, persaingan harga adalah satu yang paling mudah untuk diketahui. Persaingan dalam harga akan menyebabkan terjadinya harga pada tingkat yang serendah mungkin, sehingga memaksa perusahaan memanfaatkan sumber daya yang ada seefisien mungkin. Sebaliknya, dengan adanya Keputusan Menhub No 106 Tahun 2019 tentang Tarif Batas Atas Penumpang Pelayanan Kelas Ekonomi Angkutan Udara Niaga Berjadwal Dalam Negeri, para pelaku usaha kemungkinan dapat memaksakan harga yang diinginkan kepada konsumen, dimana biasanya harga yang diberikan kepada konsumen adalah harga yang berada di atas kewajaran. Penerapan batas bawah akan melindungi operator yang tidak efisien untuk tetap dapat berada dalam industri tersebut. Penerapan batas bawah juga dapat merugikan konsumen karena konsumen terpaksa harus membayar harga minimal sebesar tarif batas bawah, meskipun mungkin layanan yang diberikan kurang dari itu. Selain itu penetapan tarif batas bawah akan menyebabkan pelaku usaha yang bisa beroperasi dengan efisien dan bisa melahirkan tarif yang besarnya berada di bawah tarif batas bawah, maka dia terhambat untuk mengimplementasikan keunggulan bersaingnya tersebut. Akibatnya masyarakat kehilangan pilihan tarif murah, secara jangka panjang hal ini akan menimbulkan inefisiensi yang sangat besar (KPPU).
2. Tarif batas atas akan membatasi pelaku usaha lain untuk berminat masuk ke industri (CNN Indonesia, 2019). Potensi tersebut melanggar prinsip-prinsip persaingan usaha mengenai *barrier to entry*. Hambatan ini dikarenakan pelaku usaha dengan kualitas transportasi udara yang bagus, tidak dapat menyesuaikan harganya kedalam masyarakat karena ambang batas atas yang sudah diatur sehingga hal tersebut menjadi hambatan maskapai-maskapai dengan kualitas

tinggi dan pelayanan kelas dunia untuk masuk dalam pangsa transportasi udara di Indonesia.

3. Tarif batas bawah juga menghambat inovasi untuk meningkatkan efisiensi industri jasa transportasi. Lebih jauh batas bawah tarif dapat menjadi sumber inflasi. Dilihat dari persaingan, tarif batas bawah ini dapat menjadi sarana terjadinya persekongkolan. Agar tidak terjadi *macroeconomic framework*, mengingat tidak berjalannya suatu sektor industri atau terdistorsinya suatu pasar tidak selalu dapat diselesaikan dengan pengaturan tarif bawah (KPPU).

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas mengenai tinjauan dari Komisi Persaingan Usaha yang berdasar dari UU 5/1999 serta prinsip-prinsip persaingan usaha mengenai *Price Fixing* Harga Tiket Pesawat Berdasarkan Keputusan Menhub No 106 Tahun 2019 tentang Tarif Batas Atas Penumpang Pelayanan Kelas Ekonomi Angkutan Udara Niaga Berjadwal Dalam Negeri dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Penetapan harga seyogyanya diserahkan kepada mekanisme pasar. Pengenaan tarif batas bawah akan membatasi pelaku usaha untuk memberikan layanan yang lebih murah kepada konsumen.
- Keputusan Menhub No 106 Tahun 2019 tentang Tarif Batas Atas Penumpang Pelayanan Kelas Ekonomi Angkutan Udara Niaga Berjadwal Dalam Negeri juga melanggar prinsip *barrier to entry*

Penetapan harga / *price fixing* akan berlaku secara efektif apabila ternyata konsumen tidak memiliki pilihan atau alternatif lain dalam membeli barang atau jasa, melainkan harus mengikuti kehendak pelaku usaha untuk dapat memperoleh produk barang dan atau jasa yang ada pada pelaku usaha. Frasa “yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan” tersirat bahwa konsumen harus membayardenganhargayangtelahditentukan. Kata “harus” dalam pasal tersebut menunjukkan tidak adanya pilihan lain bagi konsumen untuk memilih harga yang terbaik menurutnya, sehingga mau tidak mau konsumen akan terbebani dengan harga tertentu yang sudah ditetapkan. Penetapan harga oleh pemerintah dalam hal ini dapat melindungi konsumen dari monopoli harga oleh perusahaan sebagai penentu harga

Akan tetapi jika didalam pangsa pasar tersebut terdapat beberapa perusahaan yang bersaing, maka penentuan harga diserahkan pada mekanisme pasar sehingga persaingan dalam harga akan menyebabkan terjadinya harga pada tingkat yang serendah mungkin dengan kualitas setinggi mungkin

---

**5. DAFTAR PUSTAKA**

- Bhakti, Rizki Tri Anugrah. 2015. *Analisis Yuridis Dampak Terjadinya Pasar Oligopoli bagi Persaingan Usaha Maupun Konsumen di Indonesia*. Jurnal Cahaya Keadilan. Vol. 3 No. 2.
- Fahmi, Andi. et.al.2009.*Hukum Persaingan Usaha:Antara Teks&Konteks*, Indonesia.
- Harjono, Dhaniswara K. 2006.*Pemahaman Hukum Bisnis Bagi Pengusaha*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Iqbal, Muhammad. *Hukum Persaingan Usaha*. [https://www.academia.edu/9592080/Hukum\\_Persaingan\\_Usaha](https://www.academia.edu/9592080/Hukum_Persaingan_Usaha)
- Joesron, Tati Suhartati dan Fathorrozi, M. 2003. *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, H.M.N.1996.*Manajemen Transportasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tussahdia, Halima. 2015. Pengaruh Penguasaan Sistem Ekonomi Terhadap Hasil Belajar Ekonomi pada Materi Pokok Pasar Persaingan Sempurna di Kelas X SMA Negeri 1 Barumun Tengah. *Jurnal Pendidikan IPS*. Vol. 1 No. 9.  
[https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4533095/diklaim-sudah-turun-harga-tiket-pesawat-naik-11-daritahunlalu?\\_ga=2.215864607.941931749.1559920061-1787733503.1558167218](https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4533095/diklaim-sudah-turun-harga-tiket-pesawat-naik-11-daritahunlalu?_ga=2.215864607.941931749.1559920061-1787733503.1558167218))
- <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20190610164512-92-402161/tiket-pesawat-mahal-kppu-akui-karena-duopoli-maskapai>
- <https://kumparan.com/@kumparanbisnis/kppu-tak-setuju-tarif-batas-bawah-tiket-pesawat-1554121724419037785>
- <http://www.kppu.go.id/id/blog/2015/01/kppu-tarif-batas-bawah-berpotensi-melemahkan-industri-penerbangan-dan-konsumen/>
- <http://www.kppu.go.id/id/blog/2010/07/kebijakan-persaingan-dalam-industri-taxi-di-indonesia/>
- <http://www.kppu.go.id/id/blog/2016/02/kppu-kaji-dampak-tarif-batas-bawah-terhadap-ekonomi/>