

## PREDATORY PRICING PROMO OJEK ONLINE DALAM PRESEPEKTIF HUKUM PESAING USAHA

R.Bima Avrilliano Dody B.A.P<sup>1</sup>, Widhi Cahyo Nugroho<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Hukum, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

E-mail: [bimaavrilliano05@gmail.com](mailto:bimaavrilliano05@gmail.com)

### ABSTRACT

*In today's modern era, many people in general use and take advantage of the sophistication of communication technology, especially in the field of business economics, one of which is online motorcycle taxi transportation. online motorcycle taxis are gojek, gojek has many promos that are applied such as discounted prices, promo vouchers, and many more. and in this case predatory pricing contradicts Article 20 of Law No. 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition. The formulation of the problem in this research are: 1.) What are the legal consequences (predatory pricing) that arise from the perspective of business competition law? , 2.) Are the promos of online motorcycle taxi applicators not in conflict with the concept of predatory pricing in business law competition?.*

*The conclusions obtained are, firstly, the Gojek promo contradicts the concept of predatory pricing in business competition, because it must be distinguished between promotional activities in business activities and the concept of price fixing which is prohibited in business competition law. is a program of a special offer company in the short term to determine the promotion of related consumers in order to make a faster purchasing decision. Sales promotion is a supporting activity of advertising. After and get information from a product, consumers will be more interested and interested in the decision after getting a special offer to see what is offered from the product or service.*

**Keywords:** Business Economy, Monopoly, and Business Competition

### ABSTRAK

*Di era modern ini, banyak sekali orang yg tertarik menggunakan teknologi untuk berkomunikasi satu sama lain guna meningkatkan perekonomian Amerika Serikat. Salah satu contohnya adalah penggunaan pengangkutan online; Namun, ini tidak berlaku untuk semua orang. Aplikasi online yg paling umum adalah gojek. Gojek menawarkan berbagai promo seperti diskon voucher dan potongan harga. Apalagi sesuai dengan Pasal 20 Undang – Undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Taktik dan Rival Bisnis Secara Tidak Sehat, disebutkan predatory pricing. Desas-desus yg paling umum dari artikel ini adalah sebagai berikut: 1.) Apakah akibat norma (savage valuing) yg ditimbulkan dalam rival norma presepektif? , 2.) Bagaimana cara mengetahui jika promosi aplikasi online tidak melibatkan predatory pricing (harga jual) untuk pelanggan?*

*Ini dicontohkan oleh fakta bahwa penawaran promosi Gojek bersinggungan dengan harga predator di mata pelanggan AS. Pasalnya, penawaran promosi Gojek disamakan dengan predatory pricing di mata pelanggan AS. Promosi ini adalah bagian dari program perseroan yg berfokus untuk menyebarkan berita kepada konsumen yg belum siap membeli untuk mendorong mereka membeli lebih banyak. Memajukan pendidikan merupakan salah satu bentuk pendidikan bagi masyarakat. Ketika konsumen mempelajari suatu barang dan menerima informasi tentangnya, mereka lebih cenderung membelinya dan lebih puas dengan barang atau layanan yg dimaksud.*

**Kata Kunci:** Monopoli, Ekonomi Usaha, dan Rival Usaha

## PENDAHULUAN

Terutama, pengangkutan online adalah salah satu dari sekian banyak manfaat yg dibawa oleh teknologi dalam komunikasi dan informasi ke era modern, di mana komunikasi dan informasi berada pada titik tertinggi sepanjang masa dan menjadi semakin lazim. Akibat banyaknya kemudahan yg diterapkan dan disuguhkan oleh masyarakat, pengangkutan online terus menjadi penyumbang utama tren sosial ekonomi yg tercermin dari moda pengangkutan online ini. Pengangkutan adalah strategi unik yg berdampak kuat pada kehidupan masyarakat.

Platform lunak menawarkan berbagai layanan, seperti memfasilitasi transaksi, menyediakan data dan statistik, serta memastikan efisiensi saat menetapkan harga atau harga. Dalam perihal ini, langkah terakhir dalam proses gangkut adalah orang tersebut meninggalkan lokasi saat ini dan menggunakan angkut sebagai sarana untuk mencapai tujuan pribadi atau keuangan, seperti memastikan bahwa orang tersebut hadir pada saat tujuan dan mengetahui senjata atau tukar orang yg sedang gangkut.

Dengan menggunakan aplikasi ini, tidak ada yg namanya pengguna yg tidak dapat menggunakan salah satu fitur yg disertakan. Karena biaya sewa masih ada selama aplikasi, penumpang tidak akan dapat memanfaatkan ketersediaan tarif murah.

Terlepas dari kenyataan bahwa teknologi ini digunakan oleh banyak orang yg menggunakan aplikasi online, itu masih digunakan oleh banyak orang. Menggunakan aplikasi ojek online sebagai alat promosi adalah cara yg bagus untuk membangun kepercayaan dengan pelanggan, karena mereka cenderung menggunakannya, serta cara untuk membuat mereka menggunakan teknologi dan informasi aplikasi untuk menghemat biaya transportasi.

Predatory pricing adalah jenis promosi yg dikenal dengan jual rugi, dan jual rugi adalah strategi untuk membeli atau menjual barang atau jasa dengan maksud mendidik atau mempengaruhi konsumen tentang barang atau jasa tersebut. Ada banyak sistem promosi yg diterapkan oleh pengembang aplikasi online, serta banyak pilihan pengangkutan offline yg perlu ditemukan.

Sebagai hasil dari uraian yg telah dipublikasikan, seseorang yg tertarik dengan materi pelajaran harus memasukkan informasi pada judul "PROMO OJEK ONLINE HARGA PREDATORY DALAM PRESEPEKTIF NORMA RIVAL USAHA."

## TINJAUAN PUSTAKA

Ilmu norma perlu memiliki penjabaran atau penerapan jika mudah mengingat atau melupakan ingatan tertentu. Bergantung pada situasinya, sebuah karya timbunan dapat berkontribusi pada berbagai hasil, seperti realisasi norma atau gagasan yg saat ini menjadi fokus. Yg dimaksud dengan "norma" adalah salah satu atau semua metode yg menggabungkan seni, ilmu pengetahuan, dan batasan dengan cara yg sesuai dengan definisinya. Istilah "norma" digunakan untuk menggambarkan proses pengurangan jumlah uang, waktu, dan tenaga yg diperlukan untuk mencapai suatu tujuan yg dikejar dalam penawaran saat ini, sehingga menghasilkan suatu bangunan pengetahuan yg didasarkan pada suatu sistem yg relatif sederhana dan dapat diupayakan, dipertahankan, dan Istilah norma yg "dikonstruksi" dan "disistematisasikan" mengacu pada konstruksi dan sistematisasi norma atau sistem norma tertentu secara keseluruhan, termasuk istilah "jual beli", "hak", "undang-undang". -undang," dan "lain-lain."

Dalam perihal membuat argumen untuk norma, metode ini tampaknya yg paling efektif. Perspektif norma partikular ini diturunkan dari obyek partikular yg dibicarakan dalam konteks partikular ini.

Ini dilakukan dengan maksud untuk mengidentifikasi cacat spesifik dalam tujuan tertentu. Dengan berfokus pada norma, seseorang dapat memperbaiki keadaan atau norma saat ini dengan mengidentifikasi berbagai aspek obyek saat ini.

## PERISTIWA NORMA

Di kalangan umat Islam, Peristiwa Norma Menurut Chainnur Arrasjid adalah salah satu dari sedikit kejadian yg dapat digunakan untuk mengidentifikasi akibat norma yg dapat meningkatkan peraturan – peraturan, sehingga peraturan yg dimaksud menjadi sumber kritik. peristiwa norma timbul akibat adanya suatu permasalahan yg menimbulkan adanya tindakan norma dan akan terjadi akibat norma .

Menurut R. Soeroso, berikut adalah contoh norma:

Ada beberapa pengecualian untuk peraturan ini, dan salah satunya adalah kejadian norma. sebuah. Kejadiannya didasarkan pada kehidupan hari—hari yg akibatnya diatur oleh norma. b. Perbuatan yaitu tingkah laku subjek norma yg membawa akibat norma, yaitu

orang yg memakai norma amat sedikit, demikian pula orang yg memakai norma amat sedikit.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa orang norma adalah salah satu dari beberapa orang yg dapat melahirkan norma atau mengidentifikasi akibat norma, meskipun faktanya tidak semua orang dapat disebut sebagai orang norma.

## **RELASI NORMA**

Suatu relasi norma dapat terjadi antara para pihak yg terlibat ketika suatu perbuatan norma terjadi. Pegiat bisnis dalam dunia pengangkutan online memiliki relasi norma dengan penumpang atau pelanggan.

Relasi antara dua atau lebih norma bawahan adalah relasi norma. Relasi ini memiliki hak dan tanggung jawab norma. Akibatnya, relasi sosial diatur oleh norma, yg memberikan subjek norma hak untuk melakukan atau menuntut sesuatu yg diwajibkan oleh hak itu dan memastikan bahwa hak atau kewajiban itu akan dilaksanakan.

## **AKIBAT NORMA**

Yg dimaksud dengan "Akibat Norma" adalah orang yg dipengaruhi oleh norma, karena orang yg dipengaruhi oleh norma adalah orang yg dipengaruhi oleh norma. Mungkin ada relasi norma selama proses ini, tetapi norma ini unik karena peristiwa norma tertentu.

Dalam pandangan Achmad Ali, akibat norma adalah akibat yg bersifat timbal balik atas suatu tindakan tertentu yg dilakukan oleh subjek norma. Akibat norma adalah akibat yg timbul pada suatu tindakan tertentu yg dilakukan oleh subjek norma untuk memperoleh akibat dari suatu perilaku tertentu Yg dimaksud adalah akibat norma, dan tindakan adalah tindakan norma yg dilakukan oleh norma yg bersangkutan.

Karena merupakan proses yg dilakukan oleh norma, maka merupakan proses yg dilakukan oleh satu pihak dalam satu waktu, atau dua pihak (peregidua) dalam satu waktu. Apabila ada norma (hak) timbul karena satu orang, berarti ada surat wasiat perbuatan, yaitu perbuatan norma satu orang. Ketika ada dua orang yg terlibat, seperti jual, beli, tukar, dan tukar, maka perbuatan normanya adalah perbuatan norma kedua orang tersebut. Istilah "akibat norma" dapat digunakan untuk merujuk pada orang yg telah menyelesaikan tindakan yg ditentukan, atau yg telah menyelesaikan tindakan tertentu tetapi belum

menyelesaikannya, atau yg telah menyelesaikan tindakan tetapi belum menyelesaikannya. belum menyelesaikannya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengertian Rival Bisnis

Hak atas barang dan jasa yg digunakan oleh orang kebanyakan sesuai dengan standar mutu dan hak untuk menggunakannya secara adil dan jujur merupakan salah satu kegunaan rival bisnis dalam dunia usaha. Dalam aspek ekonomi, dunia bisnis memberikan keuntungan dalam aspek ekonomi. Dalam aspek ekonomi, dunia bisnis memberikan keuntungan dalam aspek ekonomi.

Istilah bahasa Inggris "rival bisnis" mengacu pada jenis rival yg terdiri dari "rival bisnis" atau "aktivitas kompetitif", "persaingan" atau "bersaing", diikuti oleh "manajemen" di mana satu bisnis - upaya dua pihak atau , baru-baru ini, di mana setiap perseroan bekerja untuk mendapatkan pesan tersebut. Istilah "usaha" mengacu pada relasi yg terjalin antara seseorang dengan orang lain selama proses menghasilkan barang yg baik dengan menggunakan barang atau jasa yg dimiliki orang tersebut. Seseorang dapat terlibat dalam rival bisnis dengan cara yg sama seperti mereka terlibat dalam rival domestik.

Aturan dan norma sama dengan rival bisnis. Ketika dua atau lebih pihak bersaing satu sama lain untuk mencapai tujuan yg sama karena keinginan untuk tujuan tertentu, ini dikenal sebagai rival bisnis. Karena persepsi orang tentang diri mereka sendiri bisa amat kuat dan amat kuat, rival bisnis dapat memberikan efek positif dan negatif pada individu. Namun, itu juga dapat digunakan untuk memotivasi individu untuk menjadi lebih kuat. Strategi ini memiliki kekurangan yg membuat banyak orang mencoba menghindari kesalahan. Karena ini adalah salah satu aspek negatif dari strategi ini, banyak orang mencoba menghindari penggunaannya dengan harapan mereka yg menggunakannya akan berhasil mengamankan sektor tenaga kerja yg dibidik oleh bisnis.

### Jenis – Jenis Rival Bisnis

Normin S. Pakpahan mengatakan bahwa kegunaan dapat dipecah menjadi dua kategori: rival baik dalam bentuk yg sempurna maupun yg tidak sempurna.

1. Daya saing yg sehat (rival sempurna) Kegunaan dan persistensi secara signifikan dipengaruhi dengan memastikan rival internasional berdasarkan efisiensi ekonomi.
2. meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengatasi kekhawatiran konsumen secara bersamaan
3. Membangun dan mematuhi pasar yg ketat untuk mencegah kesadaran ekonomi menyebar melalui kelompok saat ini.

Selain itu, sebuah bisnis akan mampu bersaing dengan bisnis lain di pasar jika menawarkan barang dan jasa berkualitas tinggi. Namun, suatu perseroan juga akan mampu bersaing dengan rival di pasar jika memiliki kualitas barang dan layanan yg tinggi. Sebuah bisnis akan bersaing dengan orang lain di pasar jika menawarkan barang dan jasa berkualitas tinggi.

sebuah. Unjustifiable Business (Unperfect Rivalry) Bisnis yg tidak diinginkan dapat dipisahkan menjadi dua klasifikasi:

1. Tindakan yg mencegah rival dikenal dengan tindakan anti persaingan. Tindakan semacam ini digunakan oleh pegiat bisnis yg ingin memegang posisi taktik dengan cara mencegah rival potensial untuk beroperasi atau dengan menghilangkan
2. praktik rival tidak sehat. Orang yg terlibat dalam rival tidak sehat tidak bermoral tinggi. Ini membantu pelanggan, antara lain dengan memberikan informasi yg tidak lengkap atau tidak akurat, informasi tentang barang yg tidak tersedia secara luas, dan harga yg murah.

Ada dua jenis rival dalam bisnis: rival bisnis dalam bentuk aslinya dan yg dimodifikasi, keduanya digunakan untuk mengidentifikasi perseroan tertentu dan digunakan dalam konteks diskusi yg lebih luas untuk mengidentifikasi perseroan tertentu. Seseorang dapat memperdagangkan barang atau jasa sesuai dengan cara rival bisnis yg diketahui dan dipahaminya, serta menaati peraturan yg berlaku pada saat itu, dan akibatnya dapat timbul bisnis rival yg tidak diketahuinya. . Ketika seseorang berperilaku, mereka dapat melakukannya sesuai dengan peraturan yg mereka miliki saat itu.

### **Unsur – Unsur Rival Bisnis**

Ada berbagai unsur yg ada di database, dan unsur-unsur ini digunakan untuk menentukan ada atau tidaknya penggunaan tertentu.

Unsur rival bisnis menurut Abdulkadir Muhammad diuraikan sebagai berikut:

- a. Sekelompok pengbisnis atau pegiat bisnis Kehadiran sekelompok pengbisnis atau pegiat usaha, serta sekelompok rival atau pegiat bisnis lainnya, tidak diragukan lagi berdampak pada perseroan yg dimiliki.
- b. Dalam bisnis yg mirip dengan Anda Dalam bisnis yg mirip dengan Anda, penjualan atau pemasaran produk, baik barang maupun jasa, jika produknya sama dengan yg dijual atau dipasarkan, tentu saja mengarah pada rival di industri . Alhasil, para pegiat bisnis mencari ide-ide semenarik mungkin untuk meningkatkan keuntungannya.
- c. Mengelola perseroan atau kegiatan secara bersama-sama Mengelola perseroan atau kegiatan secara bersama-sama dalam satu perseroan yg sama Dalam dunia persaingan, sudah pasti para pegiat dalam dunia bisnis akan memiliki bisnis yg sejenis. Rival tidak sehat dalam dunia bisnis akan ada ketika kedua belah pihak memasarkan barang atau jasa yg sama.
- d. Dari pendirian yg sama. Jika ada rival di negara tersebut, maka bisnis tersebut akan berbondong-bondong mengidentifikasi ide atau gagasan yg harus dilakukan untuk menghasilkan barang atau jasanya dari barang yg sama atau serupa. Ini karena barang yg sama atau serupa digunakan dalam wilayah yg sama atau serupa.
- e. Masing-Masing masih tergolong muda dibandingkan dengan negara lain Untuk mencapai tingkat prestasi yg lebih tinggi, seseorang harus melaksanakan tugas yg telah ditetapkan, seperti berikut: satu orang harus melaksanakan tugas yg telah ditetapkan, seperti berikut: seseorang harus melakukan berbagai kegiatan yg berkaitan dengan perihal tersebut; satu orang tidak hanya harus mencapai ini, tetapi juga harus memastikan bahwa perkembangan pribadinya di Amerika Serikat tidak dirugikan.

### **Asas dan tujuan rival Bisnis**

Prinsip dan tujuan rival bisnis tersebut dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 2 dan 3 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang “Larangan Praktek Taktik dan Rival Bisnis Tidak Sehat” yg berbunyi sebagai berikut:

Pasal 2 Dalam menjalankan bisnis di Indonesia, pegiat bisnis menganut asas demokrasi ekonomi yg memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pegiat bisnis dan kepentingan umum.

Tujuan Pasal 3 adalah sebagai berikut:

- a. Salah satu cara untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat adalah dengan tetap menghidupkan kepentingan umum dan membuat perekonomian nasional berjalan lebih baik.
- b. Menciptakan lingkungan yg ramah bisnis dengan mengatur rival yg sehat untuk menjamin kesempatan bisnis yg sama bagi bisnis besar, menengah, dan kecil.
- c. Menciptakan lingkungan bisnis yg lebih efektif dan efisien dengan mencegah praktek taktik dan rival tidak sehat yg diakibatkan oleh pegiat usaha.

### **Pengertian Predatory Pricing**

Dalam dunia bisnis saat ini, banyak terjadi ketidakjujuran atau penipuan dalam menjalankan bisnis. Jual rugi (predatory pricing) merupakan salah satu strategi yg dilakukan oleh pegiat bisnis yg bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dan mempertahankan posisi dominan.

Tindakan menjual rugi adalah suatu bentuk penjualan atau penyediaan barang atau jasa dengan kerugian (predatory pricing), dengan tujuan menghilangkan bisnis saingan. Predatory pricing dapat dilakukan dengan menetapkan harga yg tidak wajar, seperti harga yg lebih rendah dari rata-rata atau lebih rendah dari biasanya. Jenis predatory pricing ini dikenal juga dengan menetapkan harga di bawah harga rata-rata atau menjual dengan kerugian.

Kondisi pasar amat dipengaruhi oleh predatory pricing ini. Karena pegiat bisnis yg menjalankan sistem ini mampu menjual dengan harga di bawah rata-rata, maka pegiat bisnis lain yg bersaing di pasar juga akan terpengaruh.

dalam Pasal 20 UU No. 20. Berikut ini penjelasan larangan menjual rugi:

"Pegiat bisnis dilarang menyediakan barang dan jasa dengan cara menjual rugi atau menetapkan harga yg amat rendah dengan maksud untuk menghilangkan atau membunuh bisnis pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga mengakibatkan terjadinya praktek taktik atau rival bisnis tidak sehat. "



Upaya untuk menetapkan harga barang atau jasa yg amat rendah disebut juga loss-selling atau predatory pricing adalah ketika seorang penjual menurunkan harga baik barang maupun jasa dengan cara menjual dengan harga yg lebih rendah di bawah rata-rata pegiat bisnis jika melakukan sehingga dapat dicurigai membunuh atau menyingkirkan seseorang dengan cara mencari keuntungan yg lebih besar di pasar barang atau jasa tertentu, biasanya ada price setter atau pemimpin harga, yg biasanya adalah pegiat bisnis besar yg memiliki struktur biaya paling rendah. Ini dikenal sebagai penjualan rugi atau

Pegiat bisnis yg bersaing akan meninggalkan pasar atau bahkan pengunjung atau pelanggannya berkurang jika digunakan predatory pricing karena pegiat bisnis tersebut berani mengenakan harga di bawah harga pasar, yg dapat menimbulkan praktek taktik atau rival bisnis tidak sehat.

### **Indikasi Jual Rugi**

Perihal ini menunjukkan bahwa penggunaan predatory pricing menyebabkan terjadinya rival tidak sehat antar pegiat bisnis yg menjalankan bisnis untuk menghasilkan banyak uang.

Jika harga yg mereka tawarkan jauh lebih baik dan lebih rendah dari sejumlah pegiat bisnis lain, maka mereka dianggap menyediakan barang atau jasa dengan biaya serendah mungkin. Perihal ini harus dilakukan secara horizontal karena pegiat bisnis yg menetapkan harga amat rendah atau di bawah standar pasar bermaksud untuk menghilangkan pegiat bisnis lain jika pada harga yg ditetapkan tingkat keuntungannya lebih rendah dari tingkat bunga yg berlaku.

Pada umumnya, bongkar muat pada waktu yg buruk atau perkiraan yg biadab adalah menetapkan biaya yg amat rendah untuk tenaga kerja dan barang yg dihasilkannya dalam jangka waktu yg cukup lama, untuk menyingkirkan rival bisnis lain yg merupakan saingan di bagian kue, penghibur bisnis akan bertahan dengan biaya rendah ini setelah dianggap telah membunuh rival lain, sehingga pegiat bisnis tersebut akan bertindak untuk menaikkan harga ke tingkat yg amat tinggi untuk menutupi kerugian yg disebabkan oleh tindakan sebelumnya.

Para pegiat bisnis dalam kasus ini juga harus mempertimbangkan risiko yg akan mereka hadapi setelah masa loss-selling berakhir ketika mereka mengatur sistem ini dengan tujuan untuk menghilangkan rival lainnya.

### **Tujuan Predatory Pricing**

Jual rugi—disebut juga dengan predatory pricing—adalah bentuk penjualan atau penyediaan barang atau jasa dengan kerugian yg dapat berdampak signifikan terhadap pegiat bisnis lainnya. Menjual dengan kerugian—juga dikenal sebagai predatory pricing—memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Menyingkirkan atau menghilangkan rival pegiat bisnis lain;
- b. Memaksakan sistem jual rugi untuk membatasi pesaing;
- c. Meningkatkan keuntungan masa depan;
- d. Meminimalkan kerugian sebelumnya;
- e. Adalah harga promosi untuk memperkenalkan produksi barang atau jasa baru sebagai strategi pemasaran baru.

Perseroan sering mencapai tiga dari lima tujuan yg disebutkan di atas, baik untuk barang maupun jasa. Penerapan loss selling atau promosi dilakukan oleh pegiat bisnis jika tujuan keempat biasanya dilakukan pada saat mengosongkan gudang atau banyak stok barang di gudang yg sudah lama ditimbun agar cepat terjual. . Strategi kelima adalah memperkenalkan barang atau layanan untuk menarik minat banyak orang dan menggoda mereka dengan penawaran promosi. Dalam arti luas, tujuan dari loss-selling dan predatory pricing adalah untuk menghilangkan bisnis saingan.

### **Pegiat Bisnis**

Seperti pada Ayat 5 Pasal 1 Nomor Undang-Undang Yg dimaksud dengan "bisnis perseorangan" adalah seseorang atau kelompok bisnis yg berasosiasi dengan badan norma atau tidak, didirikan dan berkedudukan di wilayah negara Republik Indonesia. Perihal ini disebabkan karena yg dimaksud dengan "bisnis perseorangan" adalah perseorangan atau kelompok bisnis yg diasosiasikan dengan UU No. 5 Tahun 1999, diberlakukan praktek monopoli, dan keanggotaan bisnis tidak efektif.

Berdasarkan UU Nomor 25 butir 2 (Pasal 25), orang ini disebut sebagai orang yg mendominasi. Triwulan ke-5 1999 tentang Taktik di Sektor Publik dan Bisnis Perlombaan:

- a. Rata-rata konsumen atau kelompok mengkonsumsi kurang dari setengah (kurang dari satu orang) produk.
- b. Dua atau tiga pegiat bisnis atau kelompok pegiat bisnis menguasai sedikitnya 75% (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar suatu produk.

Antara lain state of mind atau keadaan pikiran seseorang yg menjelaskan mengapa orang yg dimaksud adalah orang yg dominan, yaitu orang yg menempati posisi yg menguntungkan dan menghindari pangsa pasar. Pengguna dominasi adalah pengguna yg memiliki tingkat keahlian tinggi dan dapat menegosiasikan harga yg lebih rendah dengan memikirkan cara menjual produk.

Hak dan Tanggung Jawab Pegiat Bisnis Pasal 6-8 Tahun 1999, yg berfokus pada retensi konsumen, mengidentifikasi jenis konsumen sebagai konsumen sebagai berikut:

- a. Gunakan bersama syarat-syarat kesepakatan dan nilai tukar untuk menghasilkan barang atau jasa.
- b. Berbisnis membujuk pelanggan untuk membeli dan menggunakan barang sesuai dengan norma.
- c. Jika pelanggan memilih untuk tidak membeli sesuatu, usahakan agar mereka membelinya.
- c. Dapatkan nama rehabilitasi jika dapat ditunjukkan bahwa kualitas hidup konsumen bergantung pada bar dan restoran yg dilayani.
- d. Hak-hak yg berkembang sebagai akibat dari peraturan perundang-undangan yg berlaku

Berdasarkan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, berikut adalah daftar permasalahan yg dihadapi konsumen:

- a. Terlibat dalam Usahnya dengan Cara Cepat; b. Memperoleh informasi yg akurat, terkini, dan lengkap mengenai barang atau jasa syarat dan jaminan, serta mendidik, mendidik, dan mendidik diri sendiri
- b. Berpartisipasi dalam kegiatan yg sesuai untuk individu, bermanfaat bagi mereka, dan tidak diskriminatif.
- c. Identifikasi relevansi standar kualitas bar dan makanan pada saat produksi atau konsumsi.

- d. Menyediakan layanan pelanggan untuk membantu pelanggan dalam memanfaatkan barang atau layanan yg ada dan untuk memberikan garansi atau jaminan yg wajar untuk barang atau layanan yg diproduksi.
- e. Ganti yg berkaitan dengan kerugian atau kerusakan seseorang yg dikembangkan oleh orang Barang dan jasa yg digunakan, serta pemeliharaan dan perbaikannya.
- f. Menggunakan ganti rugi dan/atau ganti rugi di bar atau jasa yg disebutkan atau digunakan untuk membantu perjanjian

Selain UU No 8 tahun 1999, khusus tentang privasi konsumen. Menurut definisi ini, orang yg menggunakan bisnis harus memiliki hak dan kewajiban untuk menggunakan usahanya. Pemain yg bersangkutan harus memahami apa yg harus dilakukannya untuk mencapai keberhasilan dalam permainan serta menjaga tingkat hak dan kewajiban yg sehat sebagai pemain yg berkualitas. berfokus pada detail yg telah disebutkan untuk memudahkan pengguna mencapainya

### **Pengangkutan Online**

Mendapatkan orang dan barang dari satu lokasi ke lokasi lain dapat dicapai melalui transportasi. Tapi inilah masalahnya: Selain itu, pengangkutan adalah pilihan untuk bisnis online dan penggunaan pribadi. Jenis moda pengangkutan online ini merupakan sistem logistik dan pengangkutan jarak jauh yg amat mengandalkan teknologi.

Pengangkutan online dapat dianggap sebagai bentuk lalu lintas larut malam dan angkutan jalan yg dapat dilakukan dengan cepat melalui penggunaan teknologi berbasis aplikasi online, seperti sistem pesan dan pembayaran. Layanan pengangkutan online kini hadir.

Artikel berjudul “Peraturan Menteri Perrelasi Nomor 108 Tahun 2017” ini membahas tentang pengangkutan barang secara online di Indonesia. Nomor Peraturan Menteri Perrelasi masih berlaku menurut ini. 26 Januari 2017 dengan topik pengendalian gerak bagi buruh. Karena pengangkutan tradisional masih banyak digunakan di Indonesia, artikel ini dapat menjadi katalis bagi pengangkutan online di Indonesia.

### **Jenis Pengangkutan Online**

Pengangkutan pada masa ini amat luas dan semakin banyak pengeluaran untuk kendaraan semakin banyak terjadi kemacetan, baik itu kendaraan mekanik maupun kendaraan. Kendaraan bermotor adalah moda pengangkutan yg diperlukan yg dapat dibagi menjadi dua kategori: angkutan umum dan kendaraan pribadi. Kendaraan yg mengangkut penumpang umum seperti kereta api, bus, dan lain-lain disebut sebagai "kendaraan umum".

Sebagian besar mobil dan sepeda motor pribadi ini digunakan untuk keperluan pribadi sehari-hari. Karena mayoritas masyarakat Indonesia saat ini mengendarai kendaraan sendiri, tidak mengherankan jika terjadi penurunan jumlah orang yg menggunakan pengangkutan umum. Perihal ini antara lain disebabkan oleh belum memadainya sarana dan prasarana angkutan umum yg meliputi waktu tempuh yg terlalu lama, sistem pelayanan yg belum memadai, tingkat kapasitas yg melebihi sistem transportasi, sistem jaringan yg belum memadai, dan akses yg amat dibatasi di beberapa daerah.

Ini adalah peluang besar untuk mendapatkan keuntungan bagi banyak orang. Orang dapat memulai bisnis dan menjalankan bisnis dengan menggunakan mobil atau sepeda motor sebagai alat transportasi. Mereka bisa menghasilkan banyak uang dengan sepeda motor atau mobil. Salah satu caranya adalah dengan bergabung dengan perseroan ojek online yg sudah berbisnis di Indonesia. Kemudahan penggunaan amat penting dan menarik dalam dunia bisnis pengangkutan online.

## Promo

Terlepas dari kenyataan bahwa promosi adalah kata kerja dalam percakapan sehari-hari, orang sering menyebutnya sebagai promosi ketika mereka menggunakan frasa "hanya promo". Promo atau promosi adalah alat yg digunakan untuk mendapatkan banyak pelanggan untuk membeli atau menggunakan suatu barang atau jasa.

Dalam pemasaran, ini disebut "price shading", yg mengacu pada diskon harga atau "bayangan harga" yg ditetapkan oleh penjual untuk meningkatkan permintaan produk. Pengurangan harga berdasarkan jumlah barang yg dibeli dikenal sebagai potongan harga. Diskon dapat ditawarkan oleh beberapa bisnis ketika barang yg tidak laku atau tidak siap untuk dijual telah lama disimpan di gudang. Diskon juga digunakan untuk mendorong pelanggan membeli atau menggunakan suatu barang jasa atau produk.

Di GoJek misalnya, ada diskon jika memesan melalui aplikasi Ojek online. Poin tersebut dapat ditukarkan dengan sejumlah voucher yg dibuat oleh aplikator Ojek online, baik voucher maupun promonya akan mendapatkan potongan harga.

### **Tujuan Promo**

Setiap bisnis yg bergerak di bidang tertentu memiliki tujuan, serangkaian tindakan yg dapat diambil untuk menghasilkan uang dari penjualan barang dan jasa.

Promo bertujuan untuk menyampaikan informasi, memberikan pengaruh, dan meyakinkan serta mengingatkan pelanggan tentang bisnis dan pemasarannya. Tujuan utama promosi adalah untuk menginformasikan pelanggan tentang barang baru yg tidak kalah dengan penawaran yg ada. Konsumen diharapkan dapat dibujuk dan diantisipasi beralih ke barang atau jasa yg ditawarkan sebelumnya begitu mereka mengetahui bahwa ada produk, baik barang maupun jasa.

### **Jenis – Jenis Promo**

Ada berbagai macam promosi yg bisa dilakukan untuk meningkatkan penjualan. Anda harus memilih jenis promosi yg akan membantu Anda menjual lebih banyak barang atau layanan:

1. Periklanan (advertising) adalah jenis promosi non personal yg menggunakan berbagai media untuk memikat pelanggan agar membeli suatu produk. Iklan menyarankan alasan mengapa pelanggan harus membeli produk.
2. Penjualan pribadi, juga dikenal sebagai penjualan tatap muka, adalah jenis promosi pribadi yg melibatkan pemberian presentasi lisan selama percakapan untuk mendorong pembelian suatu barang atau layanan atau dengan mengunjungi atau mempromosikan suatu barang dengan mengunjungi secara langsung pelanggan. Ini meyakinkan pelanggan untuk membeli barang atau jasa melalui kontak langsung.
3. Promosi pembeli melalui promosi penjualan Distributor melakukan penjualan langsung untuk penjualan segera, dan promosi penjualan adalah bujukan langsung yg menawarkan inisiatif atau nilai tambah dari suatu barang atau jasa untuk suatu barang kepada tenaga penjualan.

4. Yg dimaksud dengan “bauran promosi” adalah proses menggabungkan berbagai promosi yg ada untuk satu barang yg sama guna mencapai hasil yg maksimal.
5. Untuk menghasilkan uang, kegiatan promosi perdagangan mendemonstrasikan, memperkenalkan, mendemonstrasikan, dan menyebarkan informasi di dalam dan luar negeri.

Promosi ini bertujuan agar masyarakat menggunakan, menggunakan, atau membeli barang atau jasa yg telah dipromosikan. Perihal ini akan membuat masyarakat lebih tertarik kepada para pegiat bisnis tersebut karena mereka akan tergiur dengan potongan harga tersebut. Karena merupakan alat untuk menarik pelanggan, maka banyak pegiat bisnis yg menggunakan sistem promosi ini.

## KESIMPULAN

Berikut kesimpulan yg dapat ditarik dari pembahasan bab sebelumnya:

1. Karena harus ada pembedaan antara kegiatan promosi dalam kegiatan bisnis dengan konsep predatory pricing yg dilarang oleh undang-undang rival usaha, maka promosi ojek online tidak bertentangan dengan gagasan predatory pricing dalam rival usaha. Promosi adalah program yg diberikan perseroan dalam bentuk penawaran khusus jangka pendek dengan tujuan menarik pelanggan yg tertarik untuk melakukan pembelian lebih cepat. Dari segi norma, promosi tersebut tidak melanggar norma selama tidak ada unsur yg dapat menipu pelanggan. Predatory pricing adalah salah satu bentuk loss-selling dimana pegiat bisnis menetapkan harga yg dianggap amat rendah untuk membunuh saingannya. Karena ide menjual rugi (predatory pricing) memiliki tujuan yg berbeda, maka promosi dan predatory pricing tidak dapat dikaitkan.
2. Tindakan administratif atau sanksi pidana merupakan akibat norma apabila tindakan pegiat bisnis memenuhi kriteria predatory pricing. dalam perihal sanksi administratif sesuai dengan Pasal 47 ayat 2 huruf c dan d berupa perintah kepada pegiat bisnis untuk berhenti melakukan hal-perihal yg terbukti mengakibatkan terjadinya praktek monopoli, rival bisnis tidak sehat, atau merugikan masyarakat; serta permintaan kepada pegiat bisnis untuk menghentikan penyalahgunaan posisi yg berlaku. Sesuai dengan Pasal 48 ayat (2) dan Pasal 49 huruf a, b, dan c, dapat juga berupa sanksi pidana pokok atau pidana tambahan berupa denda paling rendah Rp. lima miliar rupiah dan paling

banyak Rp. 5.000.000.000,00 baik denda paling banyak Rp25.000.000.000,00 rupiah atau kurungan paling lama lima bulan pengganti satu tahun Selain dikenakan sanksi tambahan seperti pencabutan izin bisnis atau pelarangan pegiat bisnis yg terbukti melanggar norma tidak menduduki jabatan direksi atau komisaris sekurang-kurangnya dua tahun dan paling lama lima tahun, serta penghentian kegiatan atau tindakan tertentu yg mengakibatkan kerugian pihak lain.

#### DAFTAR PUSTAKA

##### Buku

- Abdul Muhammad, 2013. Bandung: Norma Angkutan Niaga Selain itu, Citra Aditya Andi fahi  
lubis Antara Teks dan Konteks: Norma Rival Usaha, Jakarta: Media Kreatif ROV  
2016, Andika Wijaya Permasalahan Norma Terkait Angkutan Jalan Online, Jakarta Timur:  
Grafik oleh Sinar.
- 2015, Ari Setyaningrum Mempromosikan standar, Yogyakarta: Andi B.N. Marbun adalah  
penulis Kamus Manajemen Jakarta 2003: Perpustakaan Sinar Harapan.
- 2008 Fundamentals of Jakarta Law oleh Chainnur Arrasjid: Sinar Designs.
- Filsafat Norma Rival Usaha, Teori, dan Implikasi Penerapannya di Indonesia, Johny Ibrahim  
(2010), Jakarta Ar-Ruzz Med Peter Mahmud Marzuki (2016). Ilmu Norma di Jakarta:  
Prenada Media Group Kencana
- Rilda Murniat, 2009 Penyelesaian Kasus Pelanggaran Norma Rival Bisnis oleh KPPU, pada  
Bagian Implementasi Buku Undang-Undang, Teori dan Kajian. Bandar Lampung: R.  
Soeroso, 1990, Pengantar Norma, Universitas Lampung, Jakarta: Perundang-  
undangan Sinar Grafis (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33,  
Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817), Jakarta, tentang  
Larangan Praktek Taktik dan Rival Bisnis Tidak Sehat
- Undang-undang Perlindungan Konsumen Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 (Jakarta)  
(Lembaran Negara Republik Indonesia No. 42, Tambahan Lembaran Negara Republik  
Indonesia No. 3812).
- Rizki Amelia, [https://www.acedemia.edu/8595295/JENIS\\_JENIS\\_PROMOSI](https://www.acedemia.edu/8595295/JENIS_JENIS_PROMOSI) diakses pada  
tanggal 16 Oktober 2022 pukul 22.00 WIB Rona gadis achera, gojek paper 2017  
melalui <https://www.slideshare.net/RONAGADISACHERA/makalah-gojek> diakses  
pada bulan November 10, 2022 Pukul 17.00 WIB Tiara Aji, Konsep Dasar Norma  
melalui, <https://t>