

## **Praktek *Excessive Pricing* Dalam Bisnis Maskapai Penerbangan Ditinjau Dari Hukum Persaingan Usaha**

**Zanuba Rachmawati Utomo dan Ria Setyawati**  
Fakultas Hukum, Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia  
Email : [ria.setyawati@fh.unair.ac.id](mailto:ria.setyawati@fh.unair.ac.id)

### ***Abstract***

This study aims to analyze the practice of excessive pricing on airlines as a form of abuse of a dominant position from the perspective of business competition law. The practice of excessive pricing is a strategy of setting excessive and exploitative prices toward consumers. In this research, The researcher indicated unfair business competition associated with excessive pricing practices. In addition, the researcher also analyzed the impact of excessive pricing practices on consumers and business competition. The research method used is normative research with a doctrinal research approach. The study results show that many users of air transportation modes make airline business actors take advantage of these conditions to multiply company profits by selling tickets at very high prices exceeding the Excessive Pricing. However, in Law Number 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition, there is no explanation of whether excessive pricing practices abuse a dominant position or are just regular business activity. Therefore, this paper aims to analyze and simultaneously prove indications of unfair business competition by airline business actors through excessive pricing from the perspective of business competition law.

**Keywords:** *Excessive Pricing, Abuse of Dominant Position, Airline Business.*

### ***Abstrak***

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik excessive pricing pada maskapai penerbangan sebagai bentuk penyalahgunaan posisi dominan dalam perspektif hukum persaingan usaha. Praktik excessive pricing merupakan strategi penetapan harga yang berlebihan dan eksploitatif terhadap konsumen. Dalam penelitian ini, dilakukan analisis terhadap indikasi persaingan usaha yang tidak sehat yang terkait dengan praktik excessive pricing. Selain itu, juga dianalisis dampak dari praktik excessive pricing terhadap konsumen dan persaingan usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian normatif dengan pendekatan doctrinal research. Hasil penelitian menunjukkan bahwa banyaknya pengguna moda transportasi udara membuat pelaku usaha maskapai penerbangan memanfaatkan kondisi tersebut untuk melipatgandakan keuntungan perusahaan, caranya dengan menjual tiket dengan harga yang sangat tinggi melebihi ketentuan Tarif Batas Atas (*Excessive Pricing*). Namun dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli

Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, tidak ada penjelasan apakah praktek *excessive pricing* dapat dikategorikan sebagai penyalahgunaan posisi dominan atau tidak. Oleh karena itu, penulisan ini bertujuan untuk menganalisa sekaligus membuktikan adanya inidkasi persaingan usaha tidak sehat oleh pelaku usaha maskapai penerbangan melalui praktek *excessive pricing* dalam prespektif hukum persaingan usaha.

**Kata Kunci:** *Excessive Pricing, Penyalahgunaan Posisi Dominan, Maskapai Penerbangan*

Istinbath: Jurnal Hukum

Website : <http://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/istinbath/index>

Received : 2023-01-18| Published : 2023-06-30.



This is an open access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

## **Pendahuluan**

Transportasi udara memiliki peran penting sebagai penghubung antar wilayah di Indonesia, karena daerah-daerah tersebar di kepulauan yang dipisahkan oleh perairan yang luas. Dengan menggunakan transportasi udara, maka waktu dan biaya tempuh yang diperlukan akan menjadi lebih efisien daripada menggunakan transportasi darat maupun laut. Oleh sebab itu diperlukan pembangunan transportasi udara nasional yang terarah, agar kualitas dan mobilitas penggunaan transportasi ini dapat berbanding lurus.

Sebagai respon dari meningkatnya daya guna masyarakat terhadap penggunaan transportasi udara, perusahaan maskapai penerbangan mulai banyak yang mengembangkan layanan penerbangan berjenis *low-cost carrier* (LCC). Penerbangan jenis ini juga dikenal sebagai *budget airlines* karena menerapkan strategi menurunkan *operating cost*. Maskapai *low-cost carrier* umumnya Mengoperasikan satu jenis pesawat saja. Selain itu penerbangan jenis ini hanya menyediakan satu kelas penerbangan, yaitu kelas ekonomi saja, serta tidak menyediakan layanan makanan dan minuman dalam penerbangan. Harga tiket yang ditawarkan cenderung lebih murah jika dibandingkan dengan maskapai penerbangan *full service airlines*, karena konsumen sarannya adalah masyarakat menengah kebawah yang memang membutuhkan transportasi udara dengan

harga relatif murah, dan maskapai ini membatasi layanan penumpang khusus (seperti pendampingan, ruang tunggu khusus, dan penumpang dengan tandu).<sup>1</sup>

Murahnya tiket penerbangan berjenis *low-cost carrier* (LCC), tentu menjadikan permintaan konsumen akan jasa penerbangan jenis ini menjadi tinggi, dan merupakan hal yang wajar bila kemudian pelaku usaha maskapai penerbangan menyusun berbagai macam strategi untuk dapat meningkatkan keuntungan perusahaan melalui penerbangan jenis ini. Ada banyak sekali strategi yang digunakan oleh pengusaha jasa Penerbangan, mulai dari mengencarkan promosi melalui media sosial, memperbaiki fasilitas maskapai penerbangan, hingga melakukan strategi yang berpengaruh langsung terhadap harga yang ditawarkan. Tujuan dari dilakukannya seluruh strategi tersebut adalah untuk memperoleh Posisi Dominan yang dapat menguasai pangsa pasar dalam kompetisi perdagangan jasa penerbangan berjenis *low-cost carrier* (LCC).

Dengan dikuasainya pangsa pasar oleh pelaku usaha dominan, maka peluang untuk meningkatnya jumlah konsumen secara signifikan akan lebih mudah didapat oleh pelaku usaha tersebut. Secara normatif, posisi dominan adalah suatu kondisi di mana pelaku usaha tidak memiliki kompetitor berarti, khususnya yang berkaitan dengan pangsa pasar pada pasar yang diusahakan. Selain itu pelaku usaha yang memiliki posisi dominan memiliki akses pada pasokan atau penjualan, serta kemampuan untuk menyesuaikan pasokan atau permintaan barang atau jasa tertentu.<sup>2</sup> Dalam konteks pelaku usaha jasa maskapai penerbangan, maka pelaku usaha dengan posisi dominan akan lebih mudah mendapatkan akses kepada pangsa pasar jasa penerbangan, bahkan memiliki akses untuk bisa menentukan dan menyesuaikan pasokan atau penjualan jasa penerbangan.

Hal lain yang perlu diperhatikan perihal posisi dominan adalah, penguasaan atas pangsa pasar yang lebih dari 50% oleh satu pelaku atau satu kelompok usaha. Dalam kondisi lain, penguasaan lebih dari 75% pangsa pasar, oleh dua atau tiga pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha.<sup>3</sup> Bila mengacu kepada syarat ini, maka pelaku usaha jasa penerbangan yang memiliki potensi untuk memenuhi kriteria posisi dominan karena menguasai pangsa pasar adalah Garuda Indonesia, Citilink, Lion Air, dan Batik Air.

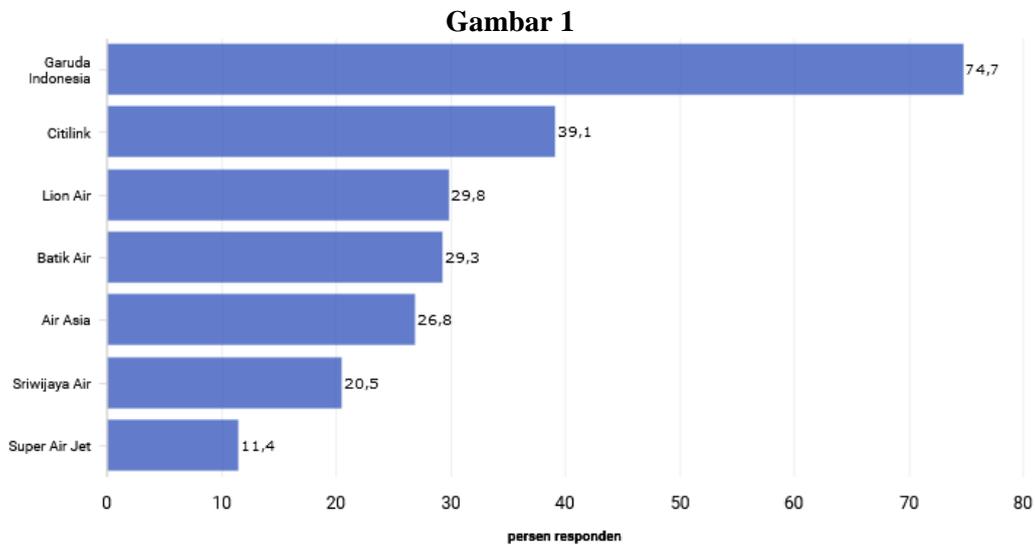
---

<sup>1</sup> Pepen Pendi, *Kupas Tuntas Penerbangan* (Yogyakarta: Deepublish, 2016).

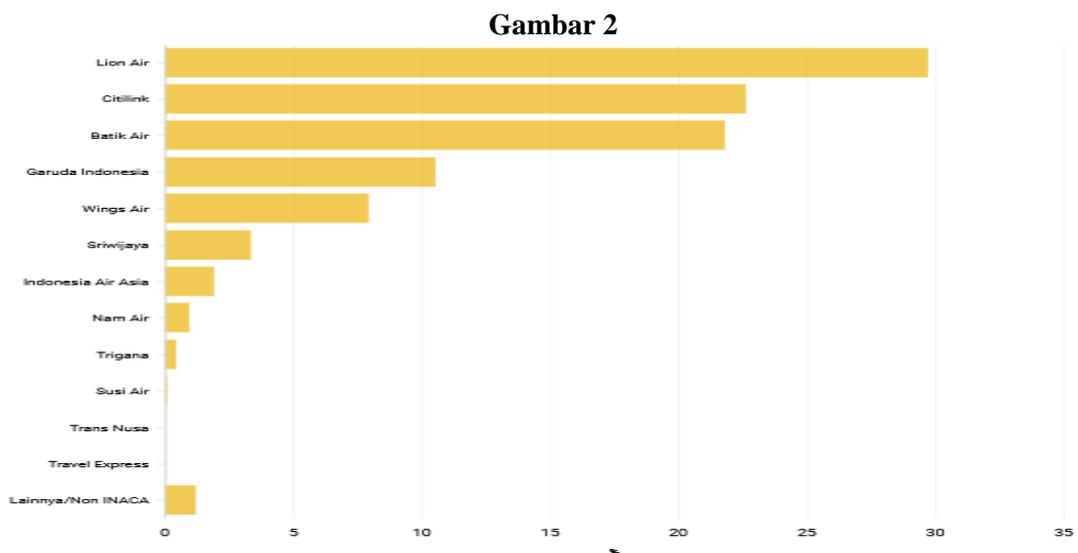
<sup>2</sup> Menteri Negara Sekretaris Negara Republik Indonesia, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat” (Kementerian Negara Sekretaris Negara Republik Indonesia), diakses 30 Juni 2023, [https://www.kppu.go.id/docs/UU/UU\\_No.5.pdf](https://www.kppu.go.id/docs/UU/UU_No.5.pdf).

<sup>3</sup> Menteri Negara Sekretaris Negara Republik Indonesia.

Berdasarkan survei data, diketahui bahwa keempat perusahaan penerbanga ini memiliki jumlah peminat dan pengguna yang tinggi pada tahun 2022 dan 2023.<sup>4</sup>



*Jumlah Peminat Maskapai Penerbangan Indonesia dalam persen*



*Jumlah pengguna jasa maskapai penerbangan dalam bilangan juta*

Melihat kepada posisi dominan dalam dunia usaha yang notabene memiliki kekuatan dalam hal *resource* dan kemampuan bersaing tentu peluang bagi para pelaku usaha dengan posisi dominan untuk melakukan penyalahgunaan posisinya yang dominan sangat terbuka lebar. Secara normatif, seorang pelaku usaha dikatakan menyalahgunakan posisi dominan apabila dia mencegah, menghalangi, melarang konsumen untuk

<sup>4</sup> “Maskapai Penerbangan Favorit Warga Indonesia, Siapa Juaranya? | Databoks,” diakses 30 Juni 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/16/maskapai-penerbangan-favorit-warga-indonesia-siapa-juaranya>.

memperoleh barang dan atau jasa dengan harga dan kualitas bersaing. Selain itu bentuk penyalahgunaan posisi dominan bisa juga dalam bentuk menghalang-halangi pengembangan teknologi atau membatasi pasar, serta memberikan hambatan bagi pelaku usaha lain, yang berpotensi menjadi pesaing pada pangsa pasar yang sama.<sup>5</sup>

Dalam prakteknya, pelaku usaha dengan posisi dominan di bidang usaha jasa penerbangan terkadang menetapkan harga tinggi melebihi ketentuan batas maksimal yang ditetapkan pemerintah, atau yang biasa disebut dengan istilah *Excessive Pricing*, agar bisa memperoleh keuntungan yang berlipat ganda. Hal ini sebagaimana dilakukan oleh maskapai Citilink yang disinyalir telah melakukan *Excessive Pricing* oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Disinyalir demikian, karena KPPU menemukan bahwa maskapai Citilink telah menetapkan harga jual tiket rute penerbangan Medan menuju Banda Aceh dengan harga di atas Tarif Batas Atas dan Keputusan Menteri Perhubungan No. 68 Tahun 2022, yaitu seharga Rp1.657.032, pada tanggal 1 Juli 2022. Padahal bila mengacu pada aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah, maka tarif batas atas rute tersebut adalah Rp1.364.000.<sup>6</sup>

Pemanfaatan penguasaan pangsa pasar untuk mendapatkan pendapatan yang lebih besar dengan cara melakukan *Excessive Pricing* merupakan hal yang tidak dibenarkan. Karena menurut Massimo Motta strategi penetapan harga secara berlebihan atau *excessive pricing* merupakan bentuk dari penyalahgunaan yang sifatnya eksploitatif kepada konsumen.<sup>7</sup> Namun disisi lain, dalam Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, pasal 25, dijelaskan bahwa larangan bagi pelaku usaha dengan posisi dominan terbatas pada melakukan penetapan syarat perdagangan dengan maksud mencegah dan atau menghalangi konsumen memperoleh barang dan atau jasa yang bersaing, membatasi pasar dan pengembangan teknologi, dan tidak menjelaskan strategi *excessive pricing* termasuk bentuk penyalahgunaan posisi dominan. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisa apakah praktek *excessive pricing* dapat dijadikan indikasi penyalahgunaan

---

<sup>5</sup> Menteri Negara Sekretaris Negara Republik Indonesia, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.”

<sup>6</sup> Nanda Fahriza Batubara, “KPPU Duga Citilink Langgar Aturan Jual Tiket Pesawat di Atas Batas Tarif,” Sumatra Bisnis, diakses 9 September 2022, <https://sumatra.bisnis.com/read/20220621/534/1546208/kppu-duga-citilink-langgar-aturan-jual-tiket-pesawat-di-atas-batas-tarif>.

<sup>7</sup> Massimo Motta dan Alexandre de Stree, *The Pros and Cons of High Prices* (Stockholm: Swedish Competition Authority, 2007).

posisi dominan dalam prespektif hukum persaingan usaha. Hal ini juga untuk memperkuat dan mempertajam beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh M. Afif Hasbullah<sup>8</sup>, dan Bima Adhi Bachtiard<sup>9</sup> yang telah membahas tentang Perdebatan Kriteria Penyalahgunaan posisi dominan dan Indikasi Penyalahgunaan Posisi Dominan Oleh Maskapai Penerbanban Domestik.

### **Metodelogi Penelitian**

Dalam penulisan ini menggunakan tipe penelitian normatif, beberapa menyebut sebagai *doctrinal research*<sup>10</sup>. Adapun pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan perundang-undangan, pendekatan konseptual, pendekatan perbandingan. Pendekatan perundang-undangan adalah suatu pendekatan yang menggunakan<sup>11</sup>. Dalam penelitian ini dilakukan penelaah serta interpretasi terhadap peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan isu hukum agar ditemukan jawaban mengenai indikasi penyalahgunaan posisi dominan menurut Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat maupun berdasar peraturan perundang-undangan lain yang relevan dengan isu hukum. Sedangkan melalui pendekatan konsep akan dilakukan pembangunan konsep yang beranjak dari doktrin ilmu hukum, khususnya merujuk pada pandangan dan konsep *excessive pricing* dalam penyalahgunaan posisi dominan.

### **Pembahasan**

#### **Karakteristik *Excessive Pricing***

Apabila merujuk pengertian secara bahasa, *excessive* merupakan kata sifat yang artinya berlebihan. Sedangkan *pricing* diterjemahkan dari Bahasa Inggris yang artinya harga. Bilamana kedua kata tersebut digabungkan maka secara gramatikal, *excessive pricing* dimaknai sebagai penetapan harga secara berlebihan. Dalam lampiran Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan

---

<sup>8</sup> M. Afif Hasbullah, "Perdebatan Definisi Dan Kriteria Posisi Dominan Dalam Perspektif Regulasi Dan Ekonomi," *Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia* 6, no. 1 (2021): 4.

<sup>9</sup> 031311133205 BIMA ADHI BACHTIAR, "Indikasi Penyalahgunaan Posisi Dominan Yang Dilakukan Oleh Maskapai Penerbangan Domestik" (skripsi, Universitas Airlangga, 2017), <http://lib.unair.ac.id>.

<sup>10</sup> I Made Pasek Diantha, *Metodologi Penelitian Hukum Normatif Dalam Justifikasi Teori Hukum* (Kencana Media, 2016).

<sup>11</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Edisi Revi (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2021).

Persaingan Usaha Tidak Sehat disebutkan bahwa *excessive price* adalah suatu tingkat harga berlebih yang tidak dapat dijelaskan oleh biaya input.<sup>12</sup> Sedangkan di berbagai negara Penetapan harga secara berlebihan atau *excessive pricing* dianggap sebagai suatu bentuk penyalahgunaan posisi dominan dalam hukum persaingan usaha.<sup>13</sup>

Sebelum mendeskripsikan apa saja karakteristik *excessive price*, peneliti akan mendeskripsikan terlebih dahulu argumentasi tentang korelasi/hubungan antara posisi dominan yang dimiliki oleh suatu pelaku usaha, dengan praktek *excessive pricing*. Untuk mempertegas argumentasi tersebut maka penulis akan memaparkan terlebih dahulu kasus *excessive pricing* oleh perusahaan Farmasi CD Pharma di Denmark.

Pada kasus CD Pharma, *Danish Competition And Consumer Authority* (DCC) mengeluarkan putusan tentang pelanggaran penyalahgunaan posisi dominan oleh pelaku usaha farmasi, CD Pharma.<sup>14</sup> Keputusan tersebut didasarkan pada fakta bahwa CD Pharma telah meyalahgunakan posisi dominannya dengan menaikkan harga obat jenis syntocinon yang diberikan kepada ibu hamil dalam proses persalinan, dari harga DKK 45, menjadi DKK 945, atau kenaikan hingga 2.000% (dua ribu persen) dari harga semula.

Kasus ini bermula saat Amgros (layanan farmasi otoritas Denmark yang membeli obat-obatan atas nama rumah sakit umum Denmark) melakukan tender untuk pengadaan syntocinon untuk periode 1 April 2014-2015, yang dimenangkan oleh perusahaan Orifarm (pesaing CD Pharma). Seiring berjalannya kontrak, Orifarm tidak mampu memasok syntocinon dalam jumlah sebagaimana mestinya sesuai dengan permintaan Amgros. Agar memenuhi kebutuhan tersebut, Amgros perlu membeli sejumlah syntocinon dari CD Pharma yang merupakan satu-satunya pemasok syntocinon lainnya di pasar Denmark. Sejak 28 April 2014 hingga 27 Oktober 2014. Selama periode \CD Pharma bertindak sebagai satu-satunya pemasok syntocinon, mereka telah menyalahgunakan posisi dominannya dengan cara menaikkan harga syntocinon ke tingkat harga yang tidak wajar.

---

<sup>12</sup> Menteri Negara Sekretaris Negara Republik Indonesia, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.”

<sup>13</sup> David Gilo dan Yossi Spiegel, “The Antitrust Prohibition of Excessive Pricing,” *International Journal of Industrial Organization* 61 (2018): 503–41, <https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2018.05.003>.

<sup>14</sup> Danish Competition and Consumer Authority, “CD Pharma Has Abused Its Dominant Position by Increasing Their Price by 2,000 Percent,” DCCA, 2018, <https://www.en.kfst.dk/nyheder/kfst/english/decisions/2018-cd-pharma-has-abused-its-dominant-position-by-increasing-their-price-by-2-000-percent/>.

Dalam pemeriksaan oleh *Danish Competition And Consumer Authority*, CD Pharma tidak dapat memberikan penjelasan mengenai kenaikan harga yang telah dilakukannya. *Danish Competition And Consumer Authority* menegaskan bahwa tindakan yang telah dilakukan oleh CD Pharma merujuk pada *Unfair Pricing*. Tindakan tersebut dapat mempengaruhi pengadaan obat di regional Denmark hingga menyebabkan kenaikan harga pada obat syntocinon secara permanen.

CD Pharma dengan demikian telah mengeksploitasi posisi dominan mereka dengan membuat Amgros harus membayar harga yang tidak adil untuk obat syntocinon. Dalam pertimbangannya, *Danish Competition And Consumer Authority* menyebutkan bahwa CD Pharma melanggar *section 11 (1)* tentang larangan penyalahgunaan posisi dominan : “*any abuse by one or more undertakings etc. of a dominant position is prohibited*”.<sup>15</sup> Dalam pertimbangannya, *Danish Competition and Consumer Authority* menilai CD Pharma telah melakukan penyalahgunaan bersifat eksploitatif dalam bentuk harga yang terlalu tinggi dan membuat Amgros harus membayar obat-obatan tersebut dengan harga mahal.

Dengan harga jual sebesar DKK 945, CD Pharma memiliki margin keuntungan sebesar 80-90%. Atas dasar ini *Danish Competition and Consumers Authority* menilai bahwa CD Pharma telah menuntut harga secara tidak wajar dan berlebihan. *Danish Competition And Consumer Authority* juga menemukan bahwa terdapat kontrak antata Kompetitor CD Pharma, yaitu perusahaan Farmasi Orifarm, dengan Amgros yang menyepakati harga syntocinon yang disepakati oleh keduanya adalah sebesar DKK 43, sedangkan CD Pharma menjual syntocinon kepada Amgros dengan harga DKK 945.<sup>16</sup>

Terhadap uraian tersebut, penilaian *Danish Competition and Consumer Authority* memutuskan bahwa CD Pharma secara meyakinkan telah menyalahgunakan posisi dominannya pada pasar penjualan syntocinon di Denmark. Dikemukakan juga bahwa CD Pharma juga telah melanggar *article 102 (a) Treaty on the Functioning of the European Union*:

*“Any abuse by one or more undertakings of a dominant position within the internal market or in a substantial part of it shall be prohibited as incompatible with the internal market in so far as it may affect trade*

---

<sup>15</sup> Danish Competition and Consumer Authority, “The Danish Competition Act (Consolidation Act No. 869 of 8 July 2015)” (t.t.).

<sup>16</sup> Reena Nair, “Measuring excessive pricing as an abuse of dominance – an assessment of the criteria used in the Harmony Gold/ Mittal Steel complaint,” *South African Journal of Economic and Management Sciences* 11, no. 3 (2008): 279.

*between Member States. Such abuse may, in particular, consist in: (a) directly or indirectly imposing unfair purchase or selling prices or other unfair trading conditions”*

Berdasarkan contoh kasus diatas, suatu tindakan penetapan harga bisa disebut sebagai *Excessive Pricing* bila suatu perusahaan penyedia barang dan jasa menjadi satu-satunya pemasok, atau pemasok utama dari suatu barang dan jasa, kemudian perusahaan terkait tidak dapat memberikan penjelasan mengenai kenaikan harga, sedangkan perusahaan kompetitor yang tidak memiliki posisi dominan menawarkan harga yang jauh lebih murah, lalu margin keuntungan yang diperoleh dari menjual barang dan atau jasa sangat besar. Jika hal-hal ini telah terpenuhi maka suatu perusahaan dapat dinyatakan melakukan *Excessive Pricing*, dan tindakan ini tentu merupakan tindakan yang eksploitatif kepada konsumen.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa pelaku usaha yang memiliki posisi dominan kemudian menerapkan *excessive price*, maka pelaku usaha tersebut dapat dinyatakan menyalahgunakan posisi dominan yang dimilikinya, dan dengan demikian pula dapat dipahami dengan jelas bahwa terdapat hubungan yang kuat antara posisi dominan dengan praktek *excessive pricing*.

### **Pangsa Pasar Maskapai Penerbangan di Indonesia**

Sebelum melakukan pemeriksaan terhadap ada atau tidaknya suatu pelanggaran terhadap hukum persaingan usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha, maka diperlukan identifikasi terhadap pasar bersangkutan terlebih dahulu. Pengidentifikasi pasar bersangkutan ini berguna untuk menggambarkan seberapa besar penguasaan pasar oleh pelaku usaha. Disamping itu, dengan mengetahui pasar bersangkutan maka dapat pula digunakan untuk mengidentifikasi kompetitor dari pelaku usaha yang memiliki posisi dominan di *relevant market*.

Menurut definisi pasal 1 angka 10 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat pasar bersangkutan adalah: “Pasar bersangkutan adalah pasar yang berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu oleh pelaku usaha atas barang dan atau jasa yang sama atau sejenis atau substitusi dari barang dan atau jasa tersebut.” Terdapat dua jenis pasar bersangkutan, yaitu pasar produk dan geografis.

Dalam kaitannya dengan maskapai penerbangan di Indonesia (khususnya pada segmen *low-cost carrier*) terdapat beberapa maskapai yang berada pada pasar

bersangkutan yang sama, seperti: Citilink, Lion Air, Wings Air, dan Super Air Jet. Hal ini disebabkan karena beberapa maskapai tersebut dapat menggantikan satu sama lain atau menjadi *close substitute*. Maskapai penerbangan tersebut memiliki kesamaan bentuk, sifat, fungsi, harga dan fleksibilitas yang sama dikarenakan maskapai-maskapai tersebut berada pada pasar bersangkutan yang sama. Disisi lain mereka merupakan kompetitor antara satu dengan yang lainnya.

Dalam hal terindikasi adanya suatu bentuk penyalahgunaan atas posisi dominan maka harus ditentukan terlebih dahulu pelaku usaha mana yang menjadi dominan dengan cara mengidentifikasi seberapa besar pangsa pasar yang dimiliki oleh para pelaku usaha di pasar bersangkutan. Menentukan besarnya pangsa pasar yang dimiliki oleh pelaku usaha penting digunakan untuk melihat ada atau tidaknya posisi dominan yang dikuasainya<sup>17</sup>. Disini pangsa pasar memiliki fungsi sebagai alat untuk mengukur seberapa besar kekuatan pelaku usaha dalam pasar bersangkutan. Pasal 1 angka 13 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat memberikan penjelasan bahwa pangsa pasar ialah “persentase nilai jual atau beli atas barang maupun jasa tertentu yang dikuasai oleh pelaku usaha pada pasar bersangkutan dalam tahun kalender tertentu.”

Berdasarkan data *domestic traffic result INACA Annual Report*, Lion Air memiliki posisi dominan pada maskapai penerbangan *low-cost carrier* nasional dengan *passenger traffic* sebesar 9.893.130. Kemudian disusul oleh maskapai Citilink dengan *passenger traffic* sebanyak 3.490.812.<sup>18</sup> Di posisi Ketiga ada Wings Air yang mempunyai 7.524.408 *passenger traffic*.<sup>19</sup>

Dalam pasal 25 ayat (2) Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat telah menetapkan bahwa “pelaku usaha dinyatakan memiliki posisi dominan, bila menguasai 50% (lima puluh persen) atau lebih pangsa pasar atas barang atau jasa tertentu. Jika pelaku usaha terdiri dari dua atau tiga, maka dinyatakan memiliki posisi dominan jika menguasai 75% (tujuh puluh lima persen) atau lebih pangsa pasar atas barang atau jasa tertentu.” Ketentuan pasal tersebut

---

<sup>17</sup> Alum Simbolon, “Pendekatan Yang Dilakukan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Menentukan Pelanggaran Dalam Hukum Persaingan Usaha,” *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum* 20, no. 2 (2013): 199.

<sup>18</sup> Indonesia National Air Carrier Association, “INACA Annual Report,” Indonesia National Air Carrier Association, 2021, [https://inaca.or.id/wp-content/uploads/2022/07/INACA-Annual-Report-2021\\_OK.pdf](https://inaca.or.id/wp-content/uploads/2022/07/INACA-Annual-Report-2021_OK.pdf).

<sup>19</sup> Indonesia National Air Carrier Association.

memang secara normatif menggunakan pendekatan yuridis *per se illegal*. Sehingga bilamana suatu pelaku usaha menguasai pangsa pasar sebesar 50% (lima puluh persen) ; dua atau tiga pelaku usaha menguasai 75% (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar maka hal tersebut langsung dapat disebut sebagai pemegang posisi dominan. Namun dalam prakteknya Komisi Pengawas Persaingan Usaha menerapkan ketentuan pasal tersebut dengan pendekatan yuridis *rule of reason*.

Pendekatan yang paling banyak digunakan dalam menentukan pelaku usaha dominan adalah pendekatan struktural<sup>20</sup>. Pendekatan jenis ini berbentuk tes yang dilakukan dengan menghitung jumlah pelaku usaha yang bergerak di pasar bersangkutan yang sama. Setelah mengidentifikasi pelaku usaha yang ada di *relevant market* kemudian dilakukan pendataan terhadap volume pangsa pasar yang dikuasai oleh masing-masing pelaku usaha. Selanjutnya pangsa pasar tersebut akan digunakan untuk mengetahui posisi yang dimiliki oleh pelaku usaha. Terhadap pelaku usaha yang memiliki pangsa pasar paling besar di pasar bersangkutan dianggap sebagai pemegang posisi paling dominan.

### **Penyalahgunaan Posisi Dominan Melalui *Excessive Pricing* Oleh Maksapai Penerbangan**

Dibentuknya undang-undang anti monopoli dimaksudkan untuk menjaga persaingan usaha sehat tetap terjadi pada pasar bersangkutan, sehingga iklim persaingan tumbuh sehat dan efektif. Terlebih lagi setiap pelaku usaha selalu berusaha mempertahankan eksistensinya dalam dunia bisnis dan selalu mencari cara untuk memiliki posisi yang menguntungkan bagi keberlangsungan usahanya<sup>21</sup>. Implementasi Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat berperan sebagai instrument yang mengatur agar persaingan dapat berjalan dengan sehat yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta dapat memberikan kepastian hukum<sup>22</sup>. Dalam pasal 1 angka 4 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat disebutkan:

“Posisi dominan adalah keadaan di mana pelaku usaha tidak mempunyai pesaing yang berarti di pasar bersangkutan dalam kaitan dengan pangsa pasar yang dikuasai, atau pelaku usaha mempunyai posisi tertinggi di

---

<sup>20</sup> Lucianus Budi Kagramanto, *Mengenal Hukum Persaingan Usaha (Berdasarkan UU No.5 Tahun 1999)* (Sidoarjo: Laros, 2015).

<sup>21</sup> Oemar Moechtar, “Pasar Modern Pada Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 1 Tahun 2010 Dalam Aspek Hukum Persaingan,” *Yuridika* 26, no. 2 (2011): 152.

<sup>22</sup> Retno Tri Rahayu dan Ria Setyawati, “The Juridical Approach in Indonesia Competition Law,” *PalArch’s Journal of Archaeology of Egypt* 17, no. 5 (2020): 2042.

antara pesaingnya di pasar bersangkutan dalam kaitan dengan kemampuan keuangan, kemampuan akses pada pasokan atau penjualan, serta kemampuan untuk menyesuaikan pasokan atau permintaan barang atau jasa tertentu.”

Untuk mengetahui seberapa besar pangsa pasar yang diperlukan agar suatu pelaku usaha dapat disebut sebagai pelaku usaha yang memiliki posisi dominan maka dapat mengacu pada ketentuan pasal 25 ayat (2), yang menetapkan:

“Pelaku usaha memiliki posisi dominan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) apabila:

- a. Satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai 50% (lima puluh persen) atau lebih pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu; atau
- b. Dua atau tiga pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai 75% (tujuh puluh lima persen) atau lebih pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.”

Ciri utama pelaku usaha yang mempunyai posisi dominan ialah pelaku usaha tersebut dapat melakukan persaingan usaha tidak sehat pada pasar yang bersangkutan secara *independent* tanpa dipengaruhi pesaingnya<sup>23</sup>. Hal ini dikarenakan kepemilikan *market power* yang besar sehingga mampu mempengaruhi harga barang dan/atau jasa yang ditawarkannya. Dalam kaitannya dengan penetapan harga yang berlebih atau *excessive pricing*, pelaku usaha dominan harus memperhatikan reaksi konsumen atas tindakannya tersebut<sup>24</sup>. Terdapat kemungkinan atas tindakan *excessive pricing* yang dilakukan membuat konsumen berpindah kepada pelaku usaha kompetitor agar tidak perlu mengeluarkan harga yang lebih mahal.

*Excessive pricing* adalah strategi berbentuk menetapkan harga suatu produk dengan berlebihan yang dilakukan oleh pelaku usaha posisi dominan. Posisi dominan sendiri merujuk pada posisi yang ditempati oleh pelaku usaha yang mempunyai pangsa pasar paling besar di pasar bersangkutan. Dalam kaitannya dengan strategi *excessive pricing* maka pelaku usaha memanfaatkan pangsa pasar yang dimilikinya untuk menambah keuntungan perusahaan dengan menetapkan harga secara tinggi. Oleh karena itu salah satu unsur penting sekaligus yang melatarbelakangi praktek *excessive pricing* adalah posisi dominan.

---

<sup>23</sup> Hasbullah, “Perdebatan Definisi Dan Kriteria Posisi Dominan Dalam Perspektif Regulasi Dan Ekonomi.”

<sup>24</sup> Sudiarto, *Pengantar Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia* (Jakarta: Kencana Media, 2021).

Hukum persaingan usaha mengenal dua tipe perilaku pelaku usaha dalam kaitannya dengan penyalahgunaan posisi dominan, yaitu: penyalahgunaan eksploitasi dan penyalahgunaan eksklusivitas. Penyalahgunaan eksploitasi adalah suatu kondisi dimana pelaku usaha memanfaatkan *market power* dan besarnya pangsa pasar yang dimilikinya untuk mengeksploitasi konsumen dengan cara mengenakan harga tinggi pada konsumen atau melakukan diskriminasi<sup>25</sup>. Sedangkan penyalahgunaan eksklusivitas adalah suatu kondisi dimana pelaku usaha menolak bertransaksi dengan perusahaan pesaing dan menetapkan harga rendah yang sulit dicapai pada perusahaan pesaing atau melakukan strategi *predatory pricing*<sup>26</sup>.

Dalam menentukan ada atau tidaknya praktek *excessive pricing* yang dilakukan oleh pelaku usaha maskapai penerbangan maka tes yang digunakan untuk mengukur apakah suatu pelaku usaha pemilik posisi dominan telah mengenakan harga berlebihan terhadap barang/jasa yang diperdagangkannya, tes tersebut dapat dilakukan dengan menganalisa harga jual yang ditetapkan oleh pelaku usaha yang memiliki posisi dominan apakah lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha lain untuk penjualan barang/jasa sejenis pada pasar bersangkutan yang sama. Analisa ini disebut sebagai *benchmarking method*.<sup>27</sup> Analisa selanjutnya yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah suatu harga dikatakan berlebihan adalah dengan melakukan perbandingan antara harga jual dengan biaya produksi.<sup>28</sup> Selain itu penetapan harga berlebihan yang ditetapkan oleh pelaku usaha dapat dihitung dengan cara membandingkan antara harga jual barang yang bersangkutan dengan biaya produksi. Hal ini digunakan untuk mengungkapkan besarnya margin keuntungan.<sup>29</sup>

Setelah memahami mekanisme pengetesan *excessive pricing*, perlu juga untuk melihat adanya korelasi yang tepat (*reasonable*) antara kenaikan harga dan nilai ekonomi atas suatu barang. Kaitannya dengan meningkatnya harga jual tiket penerbangan maka terdapat beberapa faktor yang melatar belakangi antara lain: Meningkatnya harga bahan

---

<sup>25</sup> Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Dalam Teori Dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012).

<sup>26</sup> Nugroho.

<sup>27</sup> Massimo Motta dan Alexandre De Stree, "Excessive Pricing In Competition Law: Never Say Never?", Swedish Competition Authority (2007): 30.

<sup>28</sup> Liyang Hou. "Excessive Prices Within EU Competition Law," *European Competition Journal* 7, no. 1 (2011): 9.

<sup>29</sup> Damien Geraldin, "The Necessary Limits to the Control of 'Excessive' Prices by Competition Authorities - A View from Europe" (2007): 5.

avtur; Fluktuasi nilai tukar rupiah; Penyesuaian serta perhitungan bisnis; Meningkatnya pelayanan jasa penumpang pesawat udara atau PJP2U; Kebijakan pemerintah; Mencari keuntungan sebesar-besarnya.

Terhadap beberapa alasan di atas, faktor mencari keuntungan sebesar-besarnya merupakan alasan pelaku usaha melakukan penyalahgunaan posisi dominan dengan melalui *excessive pricing*. Mencari keuntungan merupakan salah satu tujuan utama dari pelaku usaha. Setelah pelaku usaha memasarkan barang/jasa yang diproduksinya maka berikutnya yang diharapkan adalah keuntungan dari penjualan tersebut.<sup>30</sup> Menjadi pelanggaran terhadap hukum persaingan usaha bilamana pelaku usaha mencapai tujuan untuk mendapat keuntungan tersebut dengan cara yang melanggar peraturan perundang-undangan dan merugikan masyarakat. Contohnya tindakan oleh maskapai penerbangan Wings Air yang mencari keuntungan dengan cara mempermainkan harga terhadap tiket pesawat sebagai berikut: KPPU mensinyalir adanya tindakan curang yang dilakukan oleh anak perusahaan Lion Air yaitu Wings Air. KPPU menemukan bahwa Wings Air telah “bermain” dengan harga tiket dengan cara mematok harga tiket pesawat sangat tinggi ketika AirAsia tidak beroperasi dan menurunkan harga tiket secara drastic ketika AirAsia beroperasi di rute yang sama. Ridho Pamungkas selaku Kepala Komisi Pengawas Pesaingan Usaha Kanwil I Kota Medan menyebutkan "Jika AirAsia beroperasi, WingsAir menetapkan tiket sekitar Rp645.000. Namun jika AirAsia tidak beroperasi maka pihak Wings Air menetapkan harga tiket hingga Rp1.000.000.

Tindakan yang dilakukan oleh maskapai penerbangan Wings Air tersebut mengindikasikan adanya penggunaan strategi *excessive pricing* atau penetapan harga berlebihan untuk mendapat keuntungan berlipat. Pihak Wings Air memanfaatkan situasi dimana penumpang tidak memiliki pilihan lain selain Wings Air. Tindakan ini tentu sangat merugikan dan dapat dimaknai sebagai suatu bentuk eksploitasi terhadap konsumen. Ketidakadaan pilihan maskapai penerbangan lain yang melayani rute penerbangan tersebut membuat konsumen mau tidak mau bersedia membayar harga yang sangat tinggi. Disamping itu tidak ada hubungan *reasonable* yang melatarbelakangi melonjaknya harga tiket yang dijual oleh Wings Air. Hal ini dibuktikan ketika maskapai penerbangan pesaing melayani rute penerbangan yang sama pihak WingsAir menurunkan

---

<sup>30</sup> Toman Sony Tambunan dan Wilson R.G Tambunan, *Hukum bisnis* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019).

harga penjualan tiket dan akan menaikkan harga tiket kembali ketika tidak ada maskapai penerbangan lain yang melayani rute penerbangan yang sama. Oleh karenanya dapat diketahui bahwa alasan yang melatarbelakngi kenaikan harga tiket tersebut adalah guna melipatgandakan keuntungan perusahaan dengan cara memanfaatkan situasi yang ada dan melakukan strategi penetapan harga berlebihan.

Tabel 1

Nama Maskapai	Harga Jual	Indikasi Praktek <i>Excessive Pricing</i>
***n **r	Rp1.657.032.	Jika mengacu kepada ketentuan Tarif Batas Atas yang ditetapkan oleh Pemerintah pada rute tersebut adalah Rp1.364.000
W**** A**	Rp1.000.000	Terdapat temuan oleh KPPU Kanwil I Kota Medan bahwa ketika maskapai penerbangan Air Asia melayani rute penerbangan yang sama dengan W**** A**, maka W**** A**menurunkan harga jual tiket menjadi Rp645.000. Sedangkan bila A** A*** tidak melayani rute tersebut dan hanya ada W**** A** saja yang melayani rute tersebut, maka W**** A**menaikkan harga jual hingga Rp1.000.000

*Daftar maskapai dan harga tike yang terindikasi excessive price*

Dalam melakukan kajian terhadap praktek *excessive pricing* yang dilakukan oleh pelaku usaha maskapai penerbangan maka perlu memperhatikan mengenai ada atau tidaknya alasan masuk akal antara alasan pelaku usaha dengan naiknya harga tiket. Alasan inilah yang akan menjadi penentu apakah suatu tindakan untuk menaikkan harga penjualan tiket dapat dikategorikan penyalahgunaan posisi dominan menggunakan strategi *excessive pricing* atau tidak. Indikator utama yang dapat dijadikan acuan saat menentukan niat untuk menyalahgunakan posisi dominan adalah jika terdapat alasan dari pelaku usaha yang bersangkutan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi (*excess profit*) dibandingkan dengan keuntungan yang biasa didapat ketika tidak melakukan strategi

*excessive pricing*. *Excess profit* didapatkan oleh pelaku usaha dengan menetapkan *unreasonable price* berupa harga yang sangat tinggi.

Kaitannya dengan harga penjualan tiket pada maskapai penerbangan maka pelaku usaha harus memperhatikan kebijakan pemerintah soal tarif batas atas serta besaran *fuel surcharge*. Disini tarif batas atas memiliki fungsi sebagai pengawas serta acuan harga agar tidak ada pelaku usaha yang melakukan persaingan tidak sehat dengan menetapkan harga tiket penjualan tiket melebihi ketentuan yang berlaku. Penetapan tarif batas atas merupakan salah satu bentuk upaya pemerintah untuk melindungi konsumen yang menggunakan jasa maskapai penerbangan. Dengan adanya tarif batas atas maka pelaku usaha maskapai penerbangan tidak diperkenankan menaikkan harga jual tiket semena-mena, yaitu harga yang diatas tarif batas atas pada tiap rute penerbangan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya (*excess profit*) bagi perusahaannya. Metode berikutnya yang dapat digunakan untuk mengetahui besaran *reasonable price* adalah dengan melihat persaingan efektif pada pasar bersangkutan, yaitu dengan cara membandingkan harga yang ditawarkan oleh pelaku usaha kompetitor untuk produk substitusi terdekat.

### **Pembuktian Dalam *Excessive Pricing***

Pembuktian kasus persaingan oleh KPPU mengenal beberapa alat bukti sebagaimana diatur dalam pasal 42 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Seperti keterangan saksi, keterangan ahli, surat dan atau dokumen, petunjuk, dan keterangan pelaku usaha (terlapor). Disamping itu pemeriksaan perkara persaingan usaha juga mengenal dua jenis pembuktian. Pertama adalah pembuktian langsung atau *direct evidence* dan yang kedua adalah pembuktian tidak langsung atau *indirect evidence*.

Bukti langsung merupakan bukti yang menunjukkan terjadinya suatu pelanggaran persaingan usaha<sup>31</sup>. Bukti jenis ini dapat berupa keterangan saksi, keterangan pelaku usaha maupun dokumen<sup>32</sup>. Sedangkan bukti tidak langsung adakah suatu bentuk bukti yang secara tidak langsung dapat menunjukkan telah terjadinya kesepakatan antara pelaku

---

<sup>31</sup> Sukarmi dan Hanif Nur Widhiyanti, *Bayang-Bayang Kartel dalam Hukum Persaingan Usaha* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2022).

<sup>32</sup> Suyud Margono, *Hukum Anti Monopoli* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009).

usaha maupun pelanggaran terhadap hukum persaingan usaha lainnya. Terdapat dua bukti tidak langsung yaitu bukti komunikasi dan bukti ekonomi<sup>33</sup>.

Bukti komunikasi merupakan pemanfaatan data dan/atau dokumen yang menunjukkan adanya tukar menukar informasi antara pihak yang diduga melakukan praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Sedangkan bukti ekonomi merupakan penggunaan dalil ilmu ekonomi yang didukung oleh metode analisis data serta hasil analisis ahli yang memiliki tujuan untuk mendukung serta menguatkan dugaan telah terjadi pelanggaran terhadap praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. Bukti ekonomi terdiri atas bukti struktural dan bukti perilaku.

Dalam kaitannya dengan penyalahgunaan posisi dominan menggunakan *excessive pricing*, bukti perilaku dapat ditemukan melalui analisa penetapan kenaikan harga jual yang tidak wajar oleh pelaku usaha maupun pola pengendalian harga oleh pelaku usaha dengan cara menaikkan harga pada situasi tertentu. Sedangkan bukti struktural dapat berupa analisa terhadap konsentrasi struktur pasar serta analisa ukuran perusahaan.

KPPU akan menganalisa jumlah maskapai penerbangan pada suatu rute tertentu. Hal ini dilakukan karena *excessive pricing* lebih mudah dilakukan pada rute yang dilayani oleh sedikit maskapai penerbangan. Adanya keterbatasan pilihan konsumen atas maskapai penerbangan pada rute tertentu akan dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk mengenakan harga berlebihan pada penjualan tiket guna mendapat *excess profit*.

Pada *excessive pricing* oleh maskapai penerbangan, KPPU juga dapat melakukan pengukuran pangsa pasar perusahaan sebagai bukti ekonomi. Sebab *excessive pricing* cenderung dilakukan maskapai yang memiliki pangsa pasar paling besar di suatu rute penerbangan. Dengan dikuasainya pangsa pasar oleh pelaku usaha dominan maka semakin banyak konsumen yang mudah didapat oleh pelaku usaha tersebut. Pemanfaatan *consumers loyalty* untuk mendapatkan pendapatan yang lebih besar dengan cara menaikkan harga di atas harga wajar merupakan hal yang tidak dibenarkan dan melanggar hukum persaingan usaha.

Dalam pembuktian *excessive pricing* diperlukan analisa mendalam terhadap rasionalitas penetapan harga yang tinggi untuk menilai hubungan yang wajar antara nilai ekonomi dengan harga tinggi yang ditetapkan oleh pelaku usaha. Pembuktian adanya niat

---

<sup>33</sup> Cita Citrawinda, *Hukum Persaingan Usaha* (Surabaya: Jakad Media Publishing, 2021).

untuk mendapat *excess profit* penting digunakan untuk menilai tindakan yang dilakukan pelaku usaha dapat dikategorikan sebagai penyalahgunaan posisi dominan melalui strategi *excessive pricing* atau tidak.

### **Kesimpulan**

Tindakan *excessive pricing* yang dilakukan oleh pelaku usaha maskapai penerbangan berupa penetapan harga tiket melebihi ketentuan harga tertinggi yang sudah ditetapkan oleh pemerintah, dan tindakan ini merupakan salah satu bentuk dari penyalahgunaan posisi dominan. Pelaku usaha memanfaatkan posisi dominan untuk menaikkan harga jual secara signifikan, sedangkan harga yang ditetapkan termasuk *unreasonable price*, karena antara kenaikan harga dan nilai ekonomi tidak memiliki korelasi yang tepat untuk dijadikan sebagai alasan menaikkan harga. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) memiliki wewenang untuk melakukan penilaian terhadap tindakan *excessive pricing* sebagai bentuk penyalahgunaan posisi dominan oleh pelaku usaha. Pemeriksaan dan penyelidikan oleh KPPU dapat berasal dari laporan konsumen yang dirugikan oleh tindakan *excessive pricing* oleh pelaku usaha maskapai penerbangan maupun berasal dari inisiatif KPPU yang dilakukan dengan cara memantau harga jual tiket penerbangan diberbagai situs penjualan tiket. Jika pelaku usaha terbukti melakukan penyalahgunaan posisi dominan maka berdasar pasal 6 Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat KPPU berwenang menjatuhkan sanksi berupa perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan pelanggaran berupa penyalahgunaan posisi dominan hingga mengenakan sanksi berupa denda sebagaimana diatur dalam pasal 12 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

### **Daftar Pustaka**

- Batubara, Nanda Fahriza. "KPPU Duga Citilink Langgar Aturan Jual Tiket Pesawat di Atas Batas Tarif." *Sumatra Bisnis*. Diakses 9 September 2022. <https://sumatra.bisnis.com/read/20220621/534/1546208/kppu-duga-citilink-langgar-aturan-jual-tiket-pesawat-di-atas-batas-tarif>.
- Bima Adhi Bachtiar, 031311133205. "Indikasi Penyalahgunaan Posisi Dominan Yang Dilakukan Oleh Maskapai Penerbangan Domestik." Skripsi, Universitas Airlangga, 2017. <http://lib.unair.ac.id>.

- Citrawinda, Cita. *Hukum Persaingan Usaha*. Surabaya: Jakad Media Publishing, 2021.
- Danish Competition and Consumer Authority. “CD Pharma Has Abused Its Dominant Position by Increasing Their Price by 2,000 Percent.” DCCA, 2018. <https://www.en.kfst.dk/nyheder/kfst/english/decisions/2018-cd-pharma-has-abused-its-dominant-position-by-increasing-their-price-by-2-000-percent/>.
- . The Danish Competition Act (Consolidation Act No. 869 of 8 July 2015) (t.t.).
- Gilo, David, dan Yossi Spiegel. “The Antitrust Prohibition of Excessive Pricing.” *International Journal of Industrial Organization* 61 (2018): 503–41. <https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2018.05.003>.
- Hasbullah, M. Afif. “Perdebatan Definisi Dan Kriteria Posisi Dominan Dalam Perspektif Regulasi Dan Ekonomi.” *Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia* 6, no. 1 (2021).
- I Made Pasek Diantha. *Metodologi Penelitian Hukum Normatif Dalam Justifikasi Teori Hukum*. Kencana Media, 2016.
- Indonesia National Air Carrier Association. “INACA Annual Report.” Indonesia National Air Carrier Association, 2021. [https://inaca.or.id/wp-content/uploads/2022/07/INACA-Annual-Report-2021\\_OK.pdf](https://inaca.or.id/wp-content/uploads/2022/07/INACA-Annual-Report-2021_OK.pdf).
- Kagramanto, Lucianus Budi. *Mengenal Hukum Persaingan Usaha (Berdasarkan UU No.5 Tahun 1999)*. Sidoarjo: Laros, 2015.
- Margono, Suyud. *Hukum Anti Monopoli*. Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum*. Edisi Revi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2021.
- “Maskapai Penerbangan Favorit Warga Indonesia, Siapa Juaraanya? | Databoks.” Diakses 30 Juni 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/16/maskapai-penerbangan-favorit-warga-indonesia-siapa-juaranya>.
- Menteri Negara Sekretaris Negara Republik Indonesia. “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.” Kementerian Negara Sekretaris Negara Republik Indonesia. Diakses 30 Juni 2023. [https://www.kppu.go.id/docs/UU/UU\\_No.5.pdf](https://www.kppu.go.id/docs/UU/UU_No.5.pdf).
- Moechtar, Oemar. “Pasar Modern Pada Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 1 Tahun 2010 Dalam Aspek Hukum Persaingan.” *Yuridika* 26, no. 2 (2011).

Motta, Massimo, dan Alexandre de Streel. *The Pros and Cons of High Prices*. Stockholm: Swedish Competition Authority, 2007.

Nugroho, Susanti Adi. *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Dalam Teori Dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.

Pendi, Pepen. *Kupas Tuntas Penerbangan*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.

Rahayu, Retno Tri, dan Ria Setyawati. "The Juridical Approach in Indonesia Competition Law." *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt* 17, no. 5 (2020).

Reena Nair. "Measuring excessive pricing as an abuse of dominance – an assessment of the criteria used in the Harmony Gold/ Mittal Steel complaint." *South African Journal of Economic and Management Sciences* 11, no. 3 (2008).

Simbolon, Alum. "Pendekatan Yang Dilakukan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Menentukan Pelanggaran Dalam Hukum Persaingan Usaha." *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum* 20, no. 2 (2013).

Sudiarto. *Pengantar Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*. Jakarta: Kencana Media, 2021.

Sukarmi, dan Hanif Nur Widhiyanti. *Bayang-Bayang Kartel dalam Hukum Persaingan Usaha*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2022.

Tambunan, Toman Sony, dan Wilson R.G Tambunan. *Hukum bisnis*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.

United Brands v Commissio Case No 27/1976 (t.t.).