

## ASPEK HUKUM DALAM PERSAINGAN USAHA ANTARA OJEK ONLINE DAN OJEK PENGKOLAN

Putri Wahzuni<sup>1</sup>, Bayu Nur Aziz<sup>2</sup>, Norma Fitria<sup>3</sup>

[wahyuniputri487@gmail.com](mailto:wahyuniputri487@gmail.com)<sup>1</sup>, [noerb39@gmail.com](mailto:noerb39@gmail.com)<sup>2</sup>, [normafitria@unhasy.ac.id](mailto:normafitria@unhasy.ac.id)<sup>3</sup>

Universitas Hasyim Asy'ari

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aspek hukum persaingan usaha yang terjadi antara layanan Ojek Online (Ojol) dan Ojek Pengkolan (konvensional) di Indonesia, dengan fokus pada penerapan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Kehadiran Ojol telah menciptakan persaingan asimetris yang seringkali berujung pada konflik sosial dan ekonomi. Metode yang digunakan adalah penelitian hukum normatif (yuridis normatif) dengan pendekatan konseptual dan perundang-undangan, didukung oleh studi kepustakaan terhadap peraturan, putusan, dan literatur terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik persaingan didominasi oleh strategi Ojol yang memanfaatkan modal besar dan teknologi untuk menerapkan harga predatori/dinamis melalui subsidi. Di sisi lain, Ojek Pengkolan merespons dengan menciptakan "zona merah" yang membatasi akses pasar. Analisis hukum menyimpulkan bahwa praktik pricing Ojol berpotensi melanggar Pasal 20 UU No. 5/1999 (larangan perjanjian yang menghalangi persaingan) karena menyulitkan pesaing konvensional. Sementara itu, pembentukan "zona merah" oleh Ojek Pengkolan merupakan reaksi defensif yang secara normatif dapat dikaji sebagai upaya pembatasan pasar. Namun, penegakan UU Anti Monopoli menghadapi tantangan struktural karena Ojek Pengkolan merupakan pelaku usaha yang tidak terorganisir secara korporasi. Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa persaingan yang terjadi merupakan kegagalan pasar yang diperburuk oleh disparitas regulasi. Untuk menciptakan iklim usaha yang setara dan adil, diperlukan intervensi regulasi preskriptif dari pemerintah, meliputi penetapan tarif batas atas dan batas bawah yang melindungi semua pihak, serta aturan kemitraan yang non-diskriminatif.

**Kata Kunci:** Ojek Online; Ojek Pengkolan; Persaingan Usaha; UU No. 5 Tahun 1999; Harga Predatori; Zona Mers.

### ABSTRACT

*This research aims to analyze the legal aspects of business competition occurring between Online Motorcycle Taxi (Ojol) services and Conventional Motorcycle Taxis (Ojek Pengkolan) in Indonesia, focusing on the application of Law Number 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition. The emergence of Ojol has created asymmetric competition which often leads to social and economic conflicts. The method used is normative legal research (yuridis normatif) utilizing conceptual and statutory approaches, supported by library research on relevant regulations, court decisions, and literature. The results indicate that competition practices are dominated by Ojol's strategy of utilizing large capital and technology to implement predatory/dynamic pricing through subsidies. Conversely, Ojek Pengkolan responds by establishing "red zones" that restrict market access. The legal analysis concludes that Ojol's pricing practices potentially violate Article 20 of Law No. 5/1999 (prohibition of agreements that impede competition) by making it difficult for conventional competitors to compete. Meanwhile, the formation of "red zones" by Ojek Pengkolan is a defensive reaction that can be normatively examined as an attempt to limit the market. However, enforcing the Anti-Monopoly Law faces structural challenges because Ojek Pengkolan are not organized as corporate business entities. The conclusion of this research is that the competition is a market failure exacerbated by regulatory disparity. To create an equal and fair business climate, prescriptive regulatory intervention from the government is needed, including establishing upper and lower fare limits that protect all parties, and non-discriminatory partnership rules.*

**Keywords:** *Online Motorcycle Taxis; Motorcycle Taxis; Business Competition; Law No. 5 of 1999; Predatory Pricing; Mers Zone.*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan radikal dalam berbagai sektor, salah satunya adalah sektor transportasi. Kehadiran layanan Ojek Online (Ojol) dengan model bisnis berbasis aplikasi telah merevolusi cara masyarakat bergerak dan berinteraksi. Model ini menawarkan kemudahan, kecepatan, dan transparansi tarif yang dengan cepat menjadikannya pilihan transportasi populer. Namun, inovasi ini menciptakan titik konflik yang signifikan dengan moda transportasi konvensional, khususnya Ojek Pengkolan (ojek pangkalan) (Navita, 2024).

Konflik yang sering muncul di lapangan, mulai dari penetapan zona larangan jemput hingga gesekan fisik, menunjukkan adanya disparitas perlakuan dan regulasi antara kedua jenis usaha angkutan roda dua ini (Chirunavisya, 2019). Ojek pengkolan beroperasi di bawah mekanisme tradisional dan lokal, seringkali tanpa regulasi formal yang memadai, sementara Ojek Online beroperasi di bawah payung perusahaan aplikasi besar dengan jangkauan dan model penetapan harga yang agresif (Tivani et al., 2025).

Situasi persaingan ini menimbulkan pertanyaan krusial dari perspektif hukum, terutama terkait persaingan usaha yang sehat dan adil. Persaingan yang terjadi sering kali bersifat asimetris, di mana Ojol didukung oleh modal besar dan teknologi yang memungkinkan praktik harga dinamis dan promosi intensif, sementara Ojek Pengkolan mengandalkan loyalitas pelanggan lokal dan tarif statis. Ketidakseimbangan ini berpotensi menimbulkan praktik-praktik yang dapat dikategorikan sebagai persaingan usaha tidak sehat, yang pada akhirnya dapat merugikan salah satu pihak dan mengancam stabilitas sosial ekonomi masyarakat di tingkat lokal (Yuniastuti, 2020). Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam aspek persaingan usaha di antara kedua moda transportasi ini dari perspektif hukum. Bagaimana Praktik Persaingan antara Ojek Online dan Ojek Pengkolan terjadi di lapangan? Bagaimana Tinjauan Hukum Terhadap Persaingan Usaha Antara Ojek Online dan Ojek Pengkolan, khususnya dalam konteks Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat?

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aspek-aspek hukum persaingan usaha yang terjadi antara penyedia jasa Ojek Online dan Ojek Pengkolan. Secara spesifik, penelitian ini akan mengidentifikasi bentuk-bentuk persaingan yang tidak sehat (jika ada) dan mengkaji bagaimana regulasi pemerintah telah diterapkan atau seharusnya diterapkan untuk menciptakan iklim usaha yang setara bagi kedua entitas, demi terwujudnya kepastian hukum dan perlindungan konsumen.

## **METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif (yuridis normatif) yang diperkaya dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan hukum normatif dipilih karena fokus utama penelitian adalah mengkaji dan menganalisis peraturan perundang-undangan terkait persaingan usaha (terutama UU No. 5 Tahun 1999) terhadap praktik persaingan antara Ojek Online (Ojol) dan Ojek Pengkolan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini menyajikan temuan utama penelitian mengenai praktik persaingan antara Ojek Online (Ojol) dan Ojek Pengkolan, dilanjutkan dengan analisis hukum yang mendalam terhadap praktik-praktik tersebut di bawah kerangka Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999

(UU Anti Monopoli).

#### A. Persaingan Asimetrsi Berbasis Modal dan Teknologi

Strategi Harga Predatori/Dinamis	Ojol menggunakan algoritma penetapan harga yang fleksibel, sering kali jauh di bawah tarif keekonomian (harga predatori) melalui promosi dan subsidi besar untuk menarik pasar (Lestari Dwi Beta, Farisa Rika Fadila, 2021).
Efisiensi dan Jangkauan Pasar	Teknologi memungkinkan Ojol mencapai efisiensi operasional dan jangkauan pasar yang luas tanpa batasan wilayah pangkalan, menjadikan mereka pesaing yang sangat kuat.
Penguasaan Ekosistem Konsumen	Ojol mengintegrasikan layanan lain (makanan, barang) yang mengunci konsumen dalam ekosistem mereka, memperkuat posisi dominan di pasar angkutan roda dua (Indratma, 2021).

#### Praktik Batasan Wilayah Zona Merah

Ojek Pengkolan, yang beroperasi secara konvensional, merespons persaingan asimetris ini dengan menciptakan "zona merah" atau wilayah pangkalan eksklusif. Praktik ini merupakan bentuk pertahanan diri untuk melindungi sumber pendapatan mereka dari penetrasi Ojol, yang sering berujung pada konflik fisik dan sosial. Tindakan ini secara nyata membatasi akses pasar bagi mitra Ojol (Februara et al., 2024).

#### Ketiadaan Regulasi Pangkalan Konvensional atau Ojol Pengkolan

Ojek Pengkolan umumnya tidak terikat pada regulasi formal yang jelas mengenai tarif, perizinan, dan standar layanan, sementara Ojol (sebagai bagian dari perusahaan aplikasi) terikat pada regulasi tertentu dari Kementerian Perhubungan (Menteri Perhubungan Republik Indonesia, 2019). Disparitas regulasi ini semakin memperburuk ketidakseimbangan persaingan.

#### B. Posisi Dominan dan Harga Predatori (Pasal 25 dan 20 UU No. 5/1999)

Keberadaan platform Ojol yang menguasai mayoritas pangsa pasar (sehingga dapat menentukan harga dan syarat layanan) berpotensi memicu pertanyaan mengenai Posisi Dominan.

Harga Predatori	Praktik subsidi dan promosi besar-besaran oleh perusahaan aplikasi (Ojol) dapat diinterpretasikan sebagai upaya menghalangi pelaku usaha lain untuk masuk atau menghancurkan persaingan di pasar terkait (Pasal 20 UU No. 5/1999) (UU Nomor 5 Tahun 1999, 1999). Jika subsidi tersebut terbukti bertujuan menyingkirkan pesaing konvensional hingga akhirnya mereka tidak mampu bersaing, praktik ini dapat digolongkan sebagai persaingan tidak sehat.
Integrasi Vertikal	Integrasi Ojol dengan layanan lain (seperti pengiriman makanan) memperkuat barrier to entry bagi pesaing konvensional, yang dapat menjadi indikasi penyalahgunaan posisi dominan (Pasal 25) karena membatasi mobilitas konsumen ke layanan transportasi konvensional (Mertosono, 2022).

#### Praktik Pembatasan Wilayah oleh Ojek Pengkolan (Pasal 15 UU No. 5/1999)

Tindakan Ojek Pengkolan untuk membuat "zona merah" atau melarang Ojol

mengambil penumpang di wilayah pangkalan dapat dikaji melalui Perjanjian yang Menghalangi Persaingan (Pasal 15 Ayat 2). Pasal ini melarang pelaku usaha membuat perjanjian yang dapat menghalangi pelaku usaha lain untuk masuk pasar. Namun, penerapan pasal ini terhadap Ojek Pengkolan memiliki tantangan.

Kolektivitas Informal	Tindakan ini sering dilakukan secara kolektif informal dan tidak melalui perjanjian tertulis, sehingga sulit dibuktikan sebagai "perjanjian" dalam konteks hukum persaingan (Tumangkar et al., 2024).
Tujuan Pertahanan	Secara Konteks, tindakan ini lebih merupakan reaksi defensif terhadap persaingan yang tidak setara, alih-alih praktik kartel murni untuk meraih keuntungan dominan (Restiti et al., 2021).

### **Perlunya Intervensi Regulasi (Tinjauan Legal Protection)**

Tinjauan hukum menunjukkan bahwa persaingan yang terjadi adalah kegagalan pasar yang diperburuk oleh ketidakjelasan regulasi (Wibowo, 2018). UU Anti Monopoli sulit diterapkan secara mutlak karena:

1. Ojek Pengkolan bukanlah "pelaku usaha" yang terstruktur dan terorganisir dalam artian korporasi.
2. Konflik ini lebih berakar pada aspek sosial ekonomi dan ketenagakerjaan, bukan hanya murni persaingan antar korporasi.

Oleh karena itu, penyelesaian hukum yang paling efektif adalah melalui regulasi transportasi yang preskriptif. Pemerintah perlu menciptakan peraturan yang adil dan non-diskriminatif yang menjamin:

Keseimbangan Tarif	Penetapan tarif batas atas dan bawah yang melindungi Ojek Pengkolan dari harga predatori Ojol, tanpa menghambat inovasi.
Kemitraan yang Adil	Aturan yang mengatur pembagian hasil dan standar layanan bagi kedua belah pihak, sehingga persaingan bergeser dari konflik fisik ke peningkatan kualitas layanan (Susanto, 98 C.E.).

## **KESIMPULAN**

Persaingan antara Ojek Online dan Ojek Pengkolan menunjukkan indikasi persaingan tidak sehat (khususnya praktik pricing Ojol), namun penegakannya melalui UU No. 5 Tahun 1999 memiliki keterbatasan struktural. Solusi yang paling mendesak adalah intervensi regulatif dari pemerintah untuk menciptakan arena persaingan yang setara dan berkelanjutan

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Chirunavisya, Y. (2019). Peran Dinas Perhubungan Dalam Penyelesaian Konflik Transportasi Online Dan Transportasi Konvensional Di Kota Pekanbaru. 1–90. <http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/23507>
- Februara, M. S., Arindri, E. E., Simamora, I. B., Sihombing, S. M., & Hidayati, D. A. (2024). Perkembangan Transportasi Ojek Online dan Pengaruhnya Terhadap Perubahan Sosial Ekonomi di Bandarlampung. *Sosietas: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 14(1), 30–40.
- Indratma, H. F. (2021). Pemberian Voucher Promo oleh Gojek Ditinjau dari Hukum Persaingan Usaha. *Media of Law and Sharia*, 2(4), 346–367.
- Lestari Dwi Beta, Farisa Rika Fadila, D. S. (2021). Kenaikan Tarif Ojek Online Untuk Mencegah Predatory Pricing Dalam Persaingan Usaha. *Jurnal Dharmasiswa*, 1(3), 1621.
- Menteri Perhubungan Republik Indonesia. (2019). Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 12 Tahun

2019. Kementrian Perhubungan Republik Indonesia, 13.
- Mertosono, T. (2022). Tugas Dan Wewenang Komisi Pengawas Persaingan Usaha Terhadap Transportasi Online. *Lex Privatum*, 10(4).
- Navita, I. R. (2024). Dinamika eksistensi ojek konvensional stasiun Purwokerto di tengah maraknya ojek online ditinjau dari studi sosial-ekonomi. 1–70.
- Restiti, N. P. Y., Mahendrawati, N. L., & Karma, N. M. S. (2021). Pengaturan Predatory Pricing Transportasi Online Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Analogi Hukum*, 3(1), 129–134.
- Susanto, F. (98 C.E.). *Hukum Persaingan Usaha: Kajian Teoritis dan Praktis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tivani, F., Putri, A., Zahrah, H., Ilmi, M. N., Aruniya, W., Ekonomi, F., Bisnis, D., Bandung, U. M., & Bandung, K. (2025). Persaingan Pengemudi Ojek Online dan Ojek Pangkalan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. 2(2), 4316–4326.
- Tumangkar, T., Tri Budi Utomo, D., Anggraeni, M., & Penelitian, A. (2024). Penerapan Hukum Anti Monopoli Dalam Menjaga Persaingan Usaha Yang Sehat Implementation of Anti-Monopoly Law in Maintaining Healthy Business Competition. *Jurnal Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(11), 4090–4095. <https://doi.org/10.56338/jks.v7i11.6360>
- UU Nomor 5 Tahun 1999. (1999). Undang-Undang Nomor Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak. Pemerintah Republik Indonesia, 1, 1–5. [https://jdih.esdm.go.id/peraturan/UU\\_no\\_5\\_th\\_1999.pdf](https://jdih.esdm.go.id/peraturan/UU_no_5_th_1999.pdf)
- Wibowo, K. (2018). *Hukum Persaingan Usaha*. Bandung: PT Alumni.
- Yuniastuti, E. (2020). Pola Kerja Kemitraan Di Era Digital-Perlindungan Sosial Transportasi Online Roda Dua. *Elex Media Komputindo*.