

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.LATAR BELAKANG

Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat disusun berdasarkan nilai-nilai Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, serta mengutamakan demokrasi ekonomi dengan berdasarkan kepentingan pelaku usaha dan kepentingan masyarakat. Peraturan ini bertujuan untuk melindungi keamanan konsumen, melindungi kepentingan umum, mencapai iklim usaha yang kondusif dengan menciptakan dan mengembangkan persaingan usaha yang sehat, menjamin kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi semua pihak, mencegah tindakan-tindakan monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan pelaku usaha, serta menimbulkan efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kegiatan penggabungan diatur secara khusus dalam peraturan persaingan usaha di Indonesia yakni di dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (yang selanjutnya akan disebut sebagai Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999), berikut regulasi dibawahnya diantaranya Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2010 tentang Penggabungan atau Peleburan Badan Usaha dan Pengambilalihan Saham Perusahaan yang Dapat Mengakibatkan Terjadinya Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (yang

selanjutnya akan disebut sebagai Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2010), dan Peraturan KPPU No. 3 Tahun 2019 tentang Penilaian terhadap Penggabungan atau Peleburan Badan Usaha, atau Pengambilalihan Saham Perusahaan yang dapat Mengakibatkan Terjadinya Praktik Monopoli dan/atau Persaingan Usaha Tidak Sehat (yang selanjutnya akan disebut sebagai PerKPPU No. 3/2019).

Penggabungan atau dikenal juga dengan merger diartikan sebagai penggabungan yang dilakukan antara dua atau lebih pelaku usaha yang independen¹ melalui pemusatan kepentingan yang perkiraannya digabungkan suatu pembelian yang jumlahnya dibayar melebihi dan diatas nilai baku perusahaan² dimana dari sudut ekonomi merupakan satu kesatuan, tanpa melebur badan usaha yang bergabung.³ Pasal 1 angka 9 Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mendefinisikan penggabungan sebagai perbuatan hukum berupa penggabungan suatu perseroan dengan perseroan lain yang mengakibatkan berakhirnya status badan hukum perseroan yang menggabungkan diri setelah beralihnya aktiva dan pasiva kepada perseroan yang menerima penggabungan secara hukum.

Implementasi Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 memerlukan pembentukan lembaga pengawas agar dapat dilakukan dengan baik dan berjalan efektif sesuai dengan asas dan tujuannya. Komisi Pengawas

¹ Bryan A Garner *et al.*, *Black's Law Dictionary*, West Group, St Paul Minn, 1999, h. 1006.

² M. Yahya Harahap, *Hukum Perseroan Terbatas*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, h. 482.

³ Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis; Prinsip Dan Pelaksanaannya Di Indonesia*, Raja Grafindo Persada, Bekasi, 2012, h. 132.

Persaingan Usaha (KPPU) merupakan lembaga negara komplementer (*state auxiliary organ*)⁴ yaitu lembaga independen yang terlepas dari pengaruh pemerintah dan pihak lain, yang berwenang melakukan pengawasan persaingan dengan kewenangan melakukan pengawasan, penyidikan, konsultasi, pemeriksaan dugaan pelanggaran, mengadili perkara persaingan usaha, dan memutus perkara persaingan usaha.⁵ Berdasarkan Pasal 28 dan 29 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 KPPU berwenang untuk melakukan pengawasan terhadap penggabungan, peleburan dan atau pengambilalihan yang dapat menimbulkan tingkat persaingan di pasar bersangkutan menjadi tidak sehat dan dapat menimbulkan kerugian masyarakat.

Industri bidang transportasi dan perdagangan adalah sektor yang memiliki peran besar dalam menunjang pembangunan ekonomi yang mandiri di Indonesia. Gojek dan Tokopedia merupakan badan usaha yang berbasis teknologi yang melaksanakan kegiatan usaha melalui penyediaan barang dan/atau jasa dengan menghubungkan distributor atau penyedia jasa kepada konsumen yang dilakukan secara daring.

Pasal 126 ayat (1) Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menjelaskan bahwa penggabungan kedua PT dilakukan dengan memperhatikan kepentingan PT terhadap pemegang saham, karyawan, kreditor, dan mitra usaha PT, serta mempertimbangkan dampak terhadap kebutuhan masyarakat dan persaingan usaha. Suatu perseroan

⁴ Lucianus Budi Kagramanto, "Implementasi UU No. 5 Tahun 1999 Oleh KPPU", *Jurnal Ilmu Hukum Yustisia*, Vol. 2, 2007, h. 2.

⁵ Andi Fahmi Lubis *et al.*, *Hukum Persaingan Usaha: Antara Teks dan Konteks*, Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Jakarta, 2017, h. 378.

menggabungkan diri dengan perseroan lain yang telah ada menyebabkan peralihan aktiva dan pasiva secara hukum dari perseroan yang menggabungkan diri kepada perseroan yang menerima penggabungan. Penggabungan menyebabkan badan hukum menjadi satu sehingga status badan hukum perusahaan yang menggabungkan diri berakhir karena hukum. Berdasarkan pasal 1 angka 9 Undang-Undang No. 40 Tahun 2007, penggabungan antara Gojek dan Tokopedia berakibat pada perpindahan aktiva dan pasiva sepenuhnya kepada PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (naungan Gojek) dan pembubaran perusahaan PT Tokopedia terhitung sejak tanggal penggabungan.

Pasal 126 ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (yang selanjutnya akan disebut sebagai Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007) menyebutkan syarat untuk melakukan penggabungan adalah kewajiban untuk mempertimbangkan kepentingan perseroan, pemegang saham minoritas, karyawan, kreditor, dan mitra usaha perseroan, dilakukan dengan memperhatikan masyarakat dan dampak terhadap persaingan sehat⁶ dalam melakukan usahanya. Direksi PT yang menggabungkan diri dan menerima penggabungan menyusun rancangan penggabungan sebagaimana diatur pada pasal 123 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

⁶ Munir Fuady, *Hukum Tentang Merger Cetakan Ketiga*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2009, h. 142.

Pasal 87 ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mensyaratkan keputusan RUPS⁷ diambil berdasarkan musyawarah untuk mufakat oleh pemegang saham minimal sebesar $\frac{3}{4}$ bagian dari jumlah seluruh saham yang hadir atau diwakili dalam RUPS. Rancangan penggabungan yang disetujui dalam RUPS selanjutnya dituangkan ke dalam akta penggabungan. Akta penggabungan perseroan dibentuk di hadapan notaris menggunakan bahasa Indonesia (Pasal 128 ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas)⁸ yang dilampirkan pada pengajuan permohonan penggabungan untuk mendapat persetujuan menteri dan untuk pemberitahuan terhadap perubahan anggaran dasar perseroan yang akan menggabungkan diri sebagaimana dimaksud dalam pasal 21 ayat (1) dan pasal 21 ayat (3) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 28 dan 29 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mewajibkan pelaku usaha untuk melaporkan apabila melakukan penggabungan, peleburan dan atau pengambilalihan kepada KPPU untuk melakukan pengawasan terhadap potensi timbulnya persaingan tidak sehat dan kerugian masyarakat.

Struktur pasar merupakan unsur penting dalam pelaksanaan ekonomi pasar. Pada dasarnya pasar dapat dibagi menjadi 4, diantaranya pasar persaingan sempurna, pasar persaingan monopolistik, pasar oligopoli, dan pasar monopoli. Pasar persaingan sehat berhubungan dengan pasar persaingan

⁷ Munir Fuady, *Perseroan Terbatas Paradigma Baru*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2017, h. 63.

⁸ Mas Rahmah, *Hukum Pasar Modal*, Prenada Media, Jakarta, 2019, h. 313.

sempurna yang terjadi ketika jumlah perusahaan banyak sehingga tidak memiliki kemampuan untuk mempengaruhi harga pasar. Ciri-ciri pasar persaingan sempurna terdiri dari :

1. Banyak Penjual dan Pembeli (*Many Sellers and Buyers*)

Pendapatan para pelaku usaha dibandingkan pendapatan pasar dianggap relatif kecil (*small relatively output*) karena banyaknya jumlah perusahaan yang bersaing.⁹ Produsen dalam industri dianggap melakukan kegiatan secara efisien dengan biaya rata-rata rendah¹⁰ dalam jangka pendek dan jangka panjang.

2. Produk Homogen (*Homogenous Product*)

Produk homogen merupakan produk dengan jenis serupa yang tanpa perlu mengetahui siapa produsennya produk tersebut mampu memberikan kegunaan (*utility*) yang sama kepada konsumen. Dalam jual beli produk konsumen membeli karena fungsi barang bukan berdasarkan merek produk. Perusahaan produk-produk homogen dianggap melakukan produksi terhadap barang dan jasa dengan kualitas dan karakteristik serupa.

3. Bebas Masuk dan Keluar Pasar (*Free Entry and Free Exit*)

Faktor produksi mobilitas dalam persaingan usaha sempurna tidak terbatas dan untuk memindahkan aspek produksi tidak memerlukan pengeluaran biaya. Kemudahan mobilitas terdiri dari perpindahan

⁹ Andi Fahmi Lubis *et al.*, *Op.Cit.*, h. 46.

¹⁰ Munir Fuady, *Hukum Perusahaan dalam Paradigma Hukum Bisnis (Berdasarkan UU Nomor 40 Tahun 2007)*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2009, h. 78.

geografis dan perpindahan pekerjaan. Mobilitas perusahaan dalam mencari keuntungan menyebabkan pelaku usaha mudah untuk masuk atau keluar dari pasar.

4. Informasi Sempurna (*Perfect Knowledge*)

Konsumen dan produsen sebagai pelaku kegiatan ekonomi memiliki pengetahuan tentang nilai dan harga produk yang berlaku di pasar.¹¹

Konsumen yang mengetahui harga jual produk tidak akan mengalami perlakuan harga yang berbeda antar perusahaan karena harga yang ditetapkan pada produk sama. Pelaku usaha dari berbagai faktor produksi hanya memberlakukan satu harga yang sama.

Pasar bersangkutan dalam pasal 1 angka 10 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 dikategorikan menjadi dua, yaitu pasar geografis (*geographic relevant market*). yang ditentukan melalui jangkauan dan wilayah pemasaran produk, dan pasar produk (*product relevant market*) yang terkait dengan kesamaan atau tingkat substitusi produk. dimensi produk (*set of products*) dalam frase: "... atas barang dan/atau jasa yang sama atau sejenis atau substitusi dari barang dan/atau jasa tersebut", dan dimensi wilayah (*relevant geography*) berdasarkan frase: "... berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu...". Struktur pasar adalah perilaku dan kondisi pasar yang dipengaruhi aspek banyaknya penjual dan pembeli, kebebasan pelaku usaha masuk dan keluar pasar, keanekaragaman produk, serta sistem peredaran produk dan penguasaan pangsa pasar.

¹¹ Andi Fahmi Lubis *et al.*, *Op.Cit.*, h. 47.

Pasar menurut produk dibagi menjadi substitusi permintaan dari sisi konsumen (*demand-side substitution*) dan substitusi dari sisi produsen (*supply-side substitution*). Proses pembuktian pasar bersangkutan secara umum dilakukan menggunakan asumsi *hypothetical monopolist test* dengan cara mengidentifikasi serangkaian kecil produk dan produsen yang mengendalikan pasokan produk dengan meningkatkan harga produk di atas harga kompetitif dengan tujuan untuk menambah keuntungan.

Pasar bersangkutan secara geografis ditentukan dari kemudahan konsumen untuk mendapatkan produk serupa dari produsen di daerah lain. Pasar geografis yang relevan memiliki substitusi permintaan dan penawaran pada suatu wilayah. Penentuan ketetapan pasar geografis berdasarkan ketersediaan produk yang sama maupun serupa sebagai obyek analisis. Ketersediaan produk di dalam suatu wilayah geografis dapat ditentukan dari beberapa faktor, yaitu kebijakan perusahaan, biaya pengiriman, waktu pengangkutan, tarif lintas wilayah dan peraturan-peraturan yang membatasi lalu lintas perdagangan antar wilayah.

Cakupan pasar geografis ditentukan dari bukti survei konsumen, perilaku usaha antara perusahaan, perkiraan fleksibilitas harga dalam beberapa wilayah berbeda, dan analisis perubahan harga lintas wilayah. Gojek menyediakan berbagai pilihan pelayanan jasa pada platformnya berupa pelayanan pengiriman makanan, belanja, transportasi, logistik, pembayaran, dan layanan hiburan. Layanan utama dalam kegiatan usaha Gojek adalah jasa transportasi penumpang dan barang. Transportasi penumpang daring (ojek

online) atau GoRide adalah salah satu pelayanan yang disediakan Gojek, bersaing dengan perusahaan Grab. Kegiatan transportasi barang GoSend merupakan salah satu dari jasa pelayanan pengiriman konvensional lainnya yang bersaing dengan ekspedisi seperti JNE, TIKI, Pos Indonesia, Wahana atau SiCepat. Sedangkan di layanan pengiriman sistem *pick-up* GoSend bersaing dengan GrabExpress, Ninja Express, Anter Aja, SiCepat dan lainnya¹².

Tokopedia merupakan perusahaan berbasis mitra penjualan yaitu menghubungkan antara distributor barang dengan konsumen secara daring dengan menyediakan layanan-layanan berupa pengiklanan, jasa keuangan, jasa pengiriman, dan publikasi. Tokopedia bersaing dengan Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli, dan JD.ID¹³.

Gojek dan Tokopedia memiliki kesamaan dalam struktur pasar yaitu berada pada pasar digital yang melibatkan pasar yang multi-sisi (*multi-sided*). *Multi-sided platform* adalah pangsa pasar yang mempertemukan dua atau lebih kelompok pelanggan berbeda namun saling bergantung dalam jalannya pasar. *Platform* tersebut menciptakan nilai sebagai perantara dengan menghubungkan kelompok-kelompok ini.

Kegiatan usaha *multi-sided* mengutamakan perolehan keuntungan melalui aktivitas berupa pengembangan usaha, manajemen usaha, penyedia

¹² Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, "Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020 Kuartal 2", <https://apjii.or.id/survei2019x>, diakses pada 30 September 2021.

¹³ Iprice Group, "The Map Of E-Commerce in Indonesia", <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>, diakses pada 30 September 2021.

layanan, dan promosi platform usaha yang didampingi kegiatan proposisi nilai dan arus pendapatan (*revenue stream*). Proposisi nilai menciptakan keuntungan pada pengelompokan pengguna dengan mencocokkan antar-segmen pelanggan yang kemudian memberikan manfaat dengan menurunkan biaya dengan menyalurkan transaksi melalui layanan yang tersedia dalam kegiatan usaha. *Revenue stream* memberikan pelanggan kenikmatan berupa penawaran gratis atau harga murah yang merupakan subsidi pendapatan dari segmen pelanggan lainnya yang disaring melalui pemilihan segmen dari manajemen platform untuk menentukan harga.

Perusahaan Gojek menyediakan layanan proposisi nilai dan *revenue stream* pada jasa penyedia barang, transportasi penumpang, dan pengiriman barang. Layanan tersebut berupa rekomendasi toko, makanan, dan barang dalam jasa pengiriman makanan dan belanja seperti GoFood dan GoShop, pemberian voucher dan diskon untuk transaksi layanan pengiriman makanan, belanja, transportasi, logistik, pembayaran, hingga hiburan. Misalnya voucher potongan untuk layanan GoRide sebesar Rp10.000,00.

Tokopedia melalui usaha mitra penjualan menyediakan proposisi nilai dan *revenue stream* melalui penyediaan kolom pengiklanan toko dan produk, pemberian voucher dan diskon untuk pembelian barang dan biaya pengiriman. *Revenue stream* dapat berlaku pada distributor dan konsumen, misalnya penjual dapat meningkatkan keuntungan dari fitur pengiklanan gratis yang diberikan oleh platform berdasarkan pendapatan penjual.

Dalam penggabungan Gojek dan Tokopedia, terdapat ekosistem yang dapat digabungkan dari layanan masing-masing. Mulai dari pembayaran, logistik, mitra penjual, pendanaan, hingga ke perbankan digital. Penggabungan kedua perusahaan ini memperkecil eksistensi persaingan di industri ekonomi digital Indonesia menjadi tiga perusahaan sebagai penguasa pasar. Ketiganya adalah Group GoTo, SEA Group, dan Grab-Ovo-Emtek. Hal ini menyebabkan semakin besar hambatan kepada pelaku usaha lain untuk memasuki pasar digital dan menghambat terjadinya persaingan usaha sehat dalam pasar.

Kekuatan utama yang dimiliki perusahaan teknologi adalah pada *networking* dan *big data* guna memperoleh pangsa pasar yang lebih luas. Penggabungan perusahaan Gojek dan Tokopedia menggabungkan layanan *e-commerce*, *on-demand* dan layanan keuangan dan pembayaran serta layanan-layanan lainnya. Penggabungan antara perusahaan yang bergerak dalam pasar teknologi memiliki dampak yang besar terhadap penguasaan pasar. Dampak ini dapat memunculkan potensi terjadinya persaingan usaha tidak sehat dalam *e-commerce*. Merger dan persaingan usaha terkait pada adanya potensi untuk terjadinya monopoli dan penyalahgunaan posisi dominan berpotensi untuk merugikan kesejahteraan konsumen dengan dibatasinya pilihan baik produk, kualitas, dan harga.

Penggabungan dari kedua perusahaan tersebut akan mengakibatkan timbulnya perusahaan internet Indonesia yang mencakup bidang *ride-hailing*, pengiriman, pembayaran *digital*, dan belanja online. Tindakan penggabungan

Gojek dan Tokopedia memiliki potensi untuk menjadi penguasa pasar dalam perdagangan elektronik (*e-commerce*) karena dengan berkurangnya jumlah pesaing dan kemampuan bersaing dalam pasar dapat menimbulkan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

Penggabungan antara Gojek dan Tokopedia apabila dilihat dari perspektif tujuan utama pengadaan penggabungan tersebut adalah peningkatan nilai kedua perusahaan yang bersangkutan sehingga dapat dikatakan bahwa tindakan penggabungan dan akuisisi tidak melanggar ketentuan dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 dan UU No. 11 tahun 2020 Tentang Cipta Kerja. Dampak yang dapat terjadi akibat penggabungan perusahaan juga memiliki manfaat positif diantaranya dengan perkembangan teknologi yang pesat adanya usaha daring dapat meningkatkan taraf perekonomian negara dan menguntungkan masyarakat sebagai konsumen dengan mempermudah transaksi jual beli barang dan/atau jasa dengan memperluas akses dan jangkauan yang dapat diperoleh melalui internet.

1.2.RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah dalam karya tulis ini diantaranya sebagai berikut :

1. Penentuan pasar bersangkutan Gojek dan Tokopedia dalam hukum persaingan usaha Indonesia.

2. Indikasi terhadap pelanggaran penggabungan Gojek dan Tokopedia dengan ketentuan pasar bersangkutan dalam Undang-Undang No. 5 tahun 1999.

1.3. TUJUAN PENELITIAN

1.3.1. Tujuan Umum

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk menganalisis dan menentukan pasar bersangkutan Gojek (PT Aplikasi Karya Anak Bangsa) dan Tokopedia (PT Tokopedia) dalam hukum persaingan usaha yang berlaku di Indonesia.
2. Untuk menganalisis indikasi adanya pelanggaran tindakan penggabungan Gojek dan Tokopedia menjadi GoTo (PT Aplikasi Karya Anak Bangsa) terhadap Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terkait pasar bersangkutan dalam layanan GoTo.

1.3.2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah :

- 1.3.1.1. Menganalisis penerapan pasar bersangkutan kasus penggabungan Gojek dan Tokopedia berkaitan dengan layanan Gojek (PT Aplikasi Karya Anak Bangsa) dan Tokopedia (PT Tokopedia) dari perspektif hukum perseroan terbatas di Indonesia.

1.3.1.2. Menganalisis pengaturan penggabungan perseroan terbatas dan indikasi pelanggaran kasus penggabungan Gojek dan Tokopedia terkait pasar bersangkutan dengan mengacu pada ketentuan UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

1.4.1. Segi Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gagasan bagi ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang hukum perdata terutama dalam bidang pasar bersangkutan dalam persaingan usaha serta menambah pengetahuan dan wawasan informasi ilmiah tentang dampak penggabungan perusahaan terkait pasar bersangkutan.

1.4.2. Segi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pemikiran bagi penulis dan masyarakat terkait dengan pasar bersangkutan Gojek dan Tokopedia dalam hukum persaingan usaha serta indikasi pelanggaran penggabungan Gojek dan Tokopedia terkait dengan pasar bersangkutan.

1.5. METODE PENELITIAN

1.5.1. Tipe Penelitian Hukum

Tipe penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah penelitian hukum. Menurut pendapat Peter Mahmud Marzuki, penelitian

hukum adalah penemuan kebenaran koherensi, terkait ada atau tidak adanya aturan hukum yang sesuai dengan norma hukum, baik berupa perintah atau larangan apakah sudah sesuai atau tidak dengan prinsip hukum, dan kesesuaian norma hukum atau prinsip hukum dalam pelaksanaan suatu perbuatan.¹⁴ Penelitian hukum dilakukan untuk memecahkan isu hukum, sehingga penting seseorang dalam melakukan penelitian memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi masalah hukum, yang dilanjut melakukan penalaran hukum, kemudian menganalisis masalah serta memberikan pemecahan atas masalah hukum atau isu hukum.¹⁵

1.5.2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian ini ada 3 (tiga) metode, yaitu :

- a. *Statute Approach* yaitu pendekatan yang dilakukan dengan menelaah semua peraturan perundang-undangan terkait dan ketentuan lainnya yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang dianalisis.¹⁶
- b. *Conceptual Approach* yaitu pendekatan yang dilakukan dengan mempelajari pendapat-pendapat dan doktrin-doktrin di bidang ilmu hukum.¹⁷ Pendekatan konsep digunakan jika peneliti tidak berangkat dari aturan hukum yang sebelumnya telah ada, hal ini karena masalah

¹⁴ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum Edisi Revisi*, Predana Media, Jakarta, 2017, h. 47.

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ *Ibid.*, h. 133.

¹⁷ *Ibid.*, h. 135.

yang dihadapi belum atau tidak ada aturan hukumnya. Pendekatan konseptual dilakukan untuk memecahkan isu hukum.¹⁸

1.5.3. Bahan Hukum

Bahan hukum yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer berupa norma hukum yang bersifat autoritatif, dan bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah peraturan perundang-undangan, serta putusan hakim.

Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan terkait pasar bersangkutan dan penggabungan (merger) perseroan terbatas yang terdapat dalam UU Nomor 4 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan perubahannya dalam UU Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja, dan Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2010 Tentang Penggabungan Atau Peleburan Badan Usaha Dan Pengambilan Saham Perusahaan Yang Dapat Mengakibatkan Terjadinya Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Bahan hukum sekunder berupa pendapat-pendapat hukum yang berkaitan dengan pasar bersangkutan dan penggabungan yang terdapat dalam buku-buku hukum, putusan hakim, dan referensi artikel-artikel yang diperoleh melalui media internet yang fungsinya untuk memberikan

¹⁸ *Ibid.*, h. 136.

petunjuk, inspirasi dan bahan berpikir bagi peneliti untuk menyusun penelitiannya¹⁹.

Pengumpulan bahan hukum primer maupun sekunder dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan studi pustaka dengan mencari konsep, peraturan perundang-undangan dan berita terkait penelitian hukum ini. Pencarian konsep dilakukan melalui penelusuran buku, jurnal, makalah dan artikel. Sementara pencarian berita yang berkaitan dengan penelitian hukum ini dilakukan melalui penelusuran di internet.

1.5.4. Prosedur Pengumpulan Bahan Hukum

Pengumpulan bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder dilakukan melalui prosedur identifikasi dan inventarisasi dengan menggunakan studi dokumen. Studi dokumen dilakukan dengan penelusuran untuk mencari bahan hukum terkait dengan isu hukum yang akan dibahas. Pengumpulan bahan diperoleh dengan cara mencatat dan menginventarisasikan data-data yang berasal dari dokumen-dokumen, peraturan perundang-undangan, referensi buku, makalah, jurnal hukum, pendapat para sarjana dan pengutipan alamat sebuah situs di internet. Setelah itu bahan-bahan hukum yang terkumpul diidentifikasi menurut permasalahan yang akan dibahas serta dilakukan pengkajian secara mendalam.

¹⁹*Ibid.*, h. 196.

1.5.5. Analisis Bahan Hukum

Bahan hukum diidentifikasi dan diklasifikasi berdasarkan isu hukum yang dibahas dalam penelitian ini. Analisis bahan hukum dilakukan dengan metode penemuan hukum interpretasi dan penerapan asas preferensi hukum. Hukum yang ditemukan melalui interpretasi dan penerapan asas preferensi dari bahan hukum digunakan sebagai dasar dalam memecahkan rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini.

1.6.SISTEMATIKA PENELITIAN

Penulisan hasil penelitian ini penulis menggunakan sistematika penulisan yang terdiri dari empat bab. Bab kesatu berisi tentang pendahuluan yang berisi Latar Belakang Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian, Jenis Data, Metode Pengumpulan Data, dan Metode Analisis Data, dan Sistematika Penulisan.

Setelah menguraikan Bab I tentang pendahuluan sebagaimana dijelaskan diatas, maka sistematika penulisan dalam Bab kedua dan Bab ketiga berisi tentang pembahasan rumusan masalah. Bab kedua membahas tentang Penggabungan Gojek dan Tokopedia dalam hukum persaingan usaha Indonesia. Bab ketiga berisi uraian analisis terhadap Indikasi Pelanggaran Penggabungan Gojek dan Tokopedia dengan Ketentuan dalam Undang-Undang No. 5 tahun 1999. Bab keempat merupakan Bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran.