

**INDIKASI PRAKTIK PREDATORY PRICING PADA
GRABFOOD DI KECAMATAN GENTENG KOTA SURABAYA
DALAM PERSPEKTIF HUKUM POSITIF**

SKRIPSI



Oleh :
Sri Qhamima Nur Masyitoh
NIM : 201102020016

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS SYARIAH
SEPTEMBER 2024**

**INDIKASI PRAKTIK PREDATORY PRICING PADA
GRABFOOD DI KECAMATAN GENTENG KOTA SURABAYA
DALAM PERSPEKTIF HUKUM POSITIF**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddid Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Hukum (S.H)
Fakultas Syariah
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

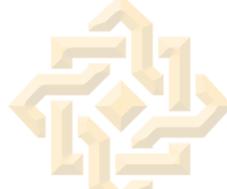


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS SYARIAH
SEPTEMBER 2024**

**INDIKASI PRAKTIK PREDATORY PRICING PADA
GRABFOOD DI KECAMATAN GENTENG KOTA SURABAYA
DALAM PERSPEKTIF HUKUM POSITIF**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Hukum (S.H)
Fakultas Syariah
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah



Oleh :

Sri Qhamima Nur Masyitoh
NIM : 201102020016

Dosen Pembimbing :


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FREDDY HIDAYAT S.H., M.H.
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
NIP. 498808262019031003
J E M B E R

**INDIKASI PRAKTIK PREDATORY PRICING PADA
GRABFOOD DI KECAMATAN GENTENG KOTA SURABAYA
DALAM PERSPEKTIF HUKUM POSITIF**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.)
Fakultas Syariah
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Hari : Selasa
Tanggal : 24 September 2024

Tim Penguji

Ketua


Yudha Bagus Tunggal Putra, M.H.
NIP: 19880419 2019031002

Sekretaris


Afrik Yunari, M.H.
NIP :199201132020122010

Anggota :

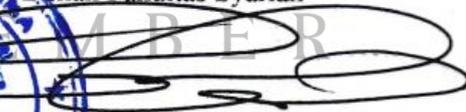
1. Dr. Martoyo, S.HI, M.H.

2. Freddy Hidayat S.H., M.H.

Menyetujui,

Dekan Fakultas Syariah




Dr. Wildani Hefni, M.A.
NIP: 199111072018011004

MOTTO

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخُلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ

أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Artinya: Janganlah kalian memakan harta sesamamu dengan cara yang tidak benar dan jangan membawa urusan harta itu kepada para hakim dengan tujuan agar kalian dapat mengambil sebagian harta orang lain secara dosa, padahal kalian mengetahuinya. (QS. Al-Baqarah ayat 188)¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Al-Qur'an Kemenag, *Al-Qur'an dan Terjemahhan* , (Jakarta, Lajnah Penthasihan Mushaf Al-Qur'an, 2022), 44

PERSEMBAHAN

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada para analis dalam menyelesaikan proposisi ini. Orang yang telah membantu saya sejauh ini yakni :

1. Terimakasih kepada Nenek saya yaitu Ibu Sarilah yang selalu memberikan saran yang bijak kepada saya.
2. Terimakasih kepada Ayah saya yaitu Alm. Bapak Juliono sebelumnya selalu menyemangati saya dan selalu mendoakan saya.
3. Terimakasih Kepada Mama saya Endang Sri Sayuti yang selalu mendoakan saya dan selalu menyemangati saya disaat kuliah ini.
4. Terimakasih Kepada Bapak Karnoto yang selalu memberikan wawasan dan memberikan semangat agar terus bekerja keras untuk saat ini dan di masa depan.
5. Terimakasih kepada Ibu Winarni yang selalu mendoakan saya dalam susah maupun duka. Selain itu juga memberikan saran apabila saya melakukan kesalahan.
6. Terimakasih Kepada Kurniawan Cahyono, S.Tr.T yang telah menemani, membantu dan menggerutu agar lekas diselesaikannya skripsi ini.
7. Terimakasih Kepada Kakak saya Inani Iryadatusholiqah yang telah membantu memberikan wawasan tentang perkuliahan.
8. Terimakasih Kepada Seluruh Keluarga saya terimakasih karena selalu mendoakan dan memberikan semangat yang lebih kepada saya.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah Subhanahu wa ta'ala atas rahmat dan bimbingan-Nya, yang telah memungkinkan penulis untuk menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul **“INDIKASI PRAKTIK PREDATORY PRICING PADA GRABFOOD DI KECAMATAN GENTENG KOTA SURABAYA DALAM PERSPEKTIF HUKUM POSITIF”** Shalawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan kepada Nabi besar Muhammad Sallallahu Alaihi Wasallam, teladan agung bagi seluruh umat manusia. Penyelesaian skripsi ini merupakan persyaratan penting untuk menyelesaikan laporan tugas akhir dengan baik dan lancar.

Postulasi ini tidak mungkin selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Pakar mungkin ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi pada kesiapan laporan terakhir ini. Spesialis mungkin ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. Wildan Hefni, M.A. selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Bapak Freddy Hidayat, S.H., M.H. selaku Koordinator Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan selaku Dosen Pembimbing yang membantu dalam

penyelesaian laporan tugas akhir ini. serta memberikan semangat dan motivasi selama proses pembimbingan berlangsung.

4. Segenap para Dosen Fakultas Syariah semoga ilmu yang diberikan barokah dan bermanfaat.
5. Pengemudi *GrabFood* dan Pedagang yang bermitra dengan *GrabFood* karena telah berkenan melakukan wawancara untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman dekat saya di UIN KHAS Lailatus Sa'adah, Anggraini, Siti Magfiroh, Sari Setianingsih Rohmatillah, Anis Kurlillah, Annisa Az-Zahra Sabira, Diony Ramadhani Putri, Badriah Isnaini Terimakasih telah menjadi sahabat yang baik, meberikan motivasi, dukungan dan memberikan masukan sehingga terselesainya skripsi ini.

Skripsi ini tidak mungkin selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 03 September 2024

Peneliti



Sri Qhamima Nur Masyitoh

ABSTRAK

Sri Qhamima Nur Masyitoh, 2024 : *Indikasi Praktik Predatory Pricing Pada GrabFood di Kecamatan Genteng Kota Surabaya Dalam Perspektif Hukum Positif*
Kata Kunci : *Predatory Pricing, GrabFood, Hukum Positif*

Praktik predatory pricing oleh GrabFood, yang ditandai dengan diskon besar-besaran, menimbulkan berbagai dampak negatif terhadap pelaku usaha di Kecamatan Genteng, Kota Surabaya. Hal ini menyebabkan penurunan pendapatan bagi driver dan penurunan margin keuntungan bagi mitra restoran, sehingga menimbulkan pertanyaan mengenai keberlanjutan kerja sama dan kesejahteraan para pelaku usaha. Selain itu, persaingan usaha menjadi tidak sehat bagi platform pengiriman makanan lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana praktik predatory pricing oleh GrabFood berdampak pada pelaku usaha kecil dan apakah praktik ini melanggar prinsip-prinsip persaingan usaha yang sehat dalam konteks hukum positif di Indonesia.

Berdasarkan konteks penelitian, maka penelitian ini diarahkan untuk mengkaji 1. Bagaimana indikasi praktik *predatory pricing* pada *GrabFood* di Kecamatan Genteng Kota Surabaya ? 2. Bagaimana dampak *predatory pricing* terhadap pelaku usaha lain yang sehat ?

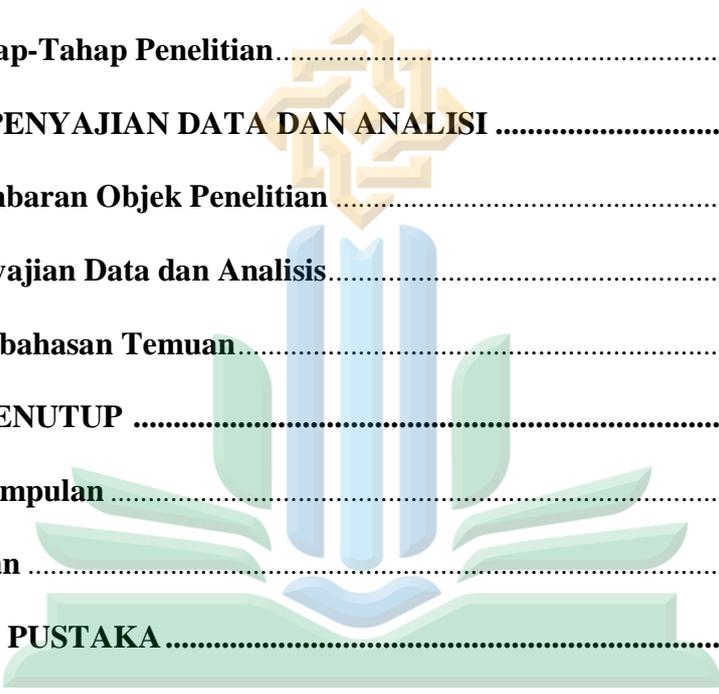
Jenis penelitian yang dilaksanakan ini ialah empiris. Melalui pendekatan sosiologi hukum, peneliti dapat menggali pandangan, pendapat dan pengalaman penjual yang bermitra dengan Grab dan driver GrabFood. Metode dalam mengumpulkan data pada penelitian ini umumnya adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sehingga dapat digunakan untuk mengkaji secara mendalam tentang mekanisme *Predatory Pricing* dan regulasinya dalam konteks hukum Indonesia dan syariah, serta dampaknya terhadap pelaku usaha kecil dan mitra pengemudi yang dilakukan oleh GrabFood di Kecamatan Genteng, Surabaya.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah: 1. Indikasi praktik predatory pricing oleh GrabFood di Kecamatan Genteng, Surabaya, terlihat dari penawaran diskon besar dan tarif pengiriman rendah, terutama dengan promo gratis ongkir. Strategi ini menarik konsumen dengan harga jauh di bawah normal, yang berdampak pada posisi pesaing di pasar. 2. Dampak Praktik ini mengancam kelangsungan UKM dan pelaku usaha sehat lainnya dengan menawarkan diskon agresif yang sulit ditandingi, menciptakan ketidakadilan dalam persaingan. Hal ini menekan profitabilitas mereka, berpotensi menyebabkan penutupan usaha, pengurangan tenaga kerja, dan merusak ekosistem bisnis lokal.

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian :	6
C. Tujuan Penelitian :	7
D. Manfaat Penelitian :	7
E. Definisi Istilah.....	9
F. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
A. Penelitian Terdahulu	14
B. Kajian Teori.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	41

A. Jenis Penelitian dan Metode Pendekatan	41
B. Subyek Penelitian	42
C. Teknik Pengumpulan Data	43
D. Analisa Data	43
E. Keabsahan Data	44
F. Tahap-Tahap Penelitian	44
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISI	46
A. Gambaran Objek Penelitian	46
B. Penyajian Data dan Analisis	48
C. Pembahasan Temuan	60
BAB V PENUTUP	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	78



 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 J E M B E R

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 4.1 Profil Pengemudi	48
Tabel 4.2 Profil Penjual	48



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Daftar Gambar

Gambar 4.1 Logo GrabFood48



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Di Indonesia banyak fenomena yang muncul akibat perkembangan teknologi ini adalah sistem perdagangan elektronik atau *E-Commerce*, yaitu suatu sistem perdagangan yang dilakukan secara *online* melalui internet. *E-Commerce* memiliki banyak keuntungan, seperti kemudahan, efisiensi, dan keterjangkauan, yang membuatnya semakin diminati oleh masyarakat. Di Indonesia banyak sekali *E-Commerce* yang sangat terkenal yaitu *Marketplace*, yaitu suatu *platform online* yang dipetemukannya penjual dengan pembeli dari berbagai produk atau jasa. Salah satu jenis *Marketplace* yang berkembang pesat di Indonesia adalah *Marketplace* makanan, seperti *GrabFood*.²

Selain transportasi, *Grab* juga mempermudah sektor makanan melalui layanan yang disebut *GrabFood*. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk memesan makanan atau minuman secara online. Dengan kemajuan teknologi yang pesat, layanan pesan-antar makanan online dari *Grab* kini memberikan banyak manfaat dan kemudahan bagi masyarakat.³ *GrabFood* telah menjadi salah satu layanan pesan-antar makanan online yang sangat populer. Layanan ini digemari oleh masyarakat, salah satunya karena promosi yang sering ditawarkan. *Grab* juga memberikan beberapa nilai tambah, seperti sistem pengiriman *GrabFood* yang terintegrasi, untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, pengemudi, dan mitra merchant. Selain itu, *Grab* meluncurkan

² Aji, A, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2019), 45

³ Rahmawati, A. Y., & Kasiyati, S. "Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Praktik Jual Beli Makanan Melalui Jasa GrabFood" (Doctoral dissertation, IAIN Surakarta, 2020), 12

fitur inovatif berupa langganan paket hemat dengan harga tetap yang diperbarui secara otomatis setiap siklus penagihan.

Ada beberapa permasalahan yang sering ditemukan adalah *Predatory Pricing*, yaitu pada saat peneliti menjalani magang di KPPU Surabaya, peneliti menemukan indikasi adanya praktik predatory pricing yang dilakukan oleh GrabFood. Praktik ini terlihat dari adanya pemberian diskon besar-besaran pada pemesanan makanan melalui platform GrabFood, sehingga harga yang ditawarkan berada di bawah harga normal. Selama observasi lapangan, peneliti juga menemukan bahwa para driver Grab mengeluhkan kondisi ini, karena diskon yang signifikan berdampak pada berkurangnya pendapatan mereka. Diskon yang diberikan oleh GrabFood menyebabkan margin keuntungan bagi driver menurun, sehingga kesejahteraan para driver menjadi terganggu.

Alasan utama peneliti memilih Kecamatan Genteng, Kota Surabaya sebagai lokasi penelitian ini berawal dari pengalaman magang di Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Surabaya. Selama periode magang tersebut, peneliti mendapatkan informasi langsung dari para driver Grab yang sering mengeluh tentang praktik predatory pricing yang dilakukan oleh GrabFood⁴. Lokasi KPPU yang berada di Kecamatan Genteng memudahkan peneliti untuk melakukan observasi lebih mendalam terhadap kondisi di lapangan, termasuk berinteraksi langsung dengan para driver dan mitra

⁴ Alasan peneliti mengambil penelitian di Kecamatan Genteng Kota Surabaya

restoran yang merasakan dampak dari kebijakan tersebut.⁵ Keberadaan KPPU di Kecamatan ini juga memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengidentifikasi berbagai fenomena terkait, sehingga memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai permasalahan yang terjadi.

Praktik predatory pricing yang diindikasikan oleh GrabFood terlihat dari pemberian diskon besar-besaran untuk pemesanan makanan melalui platform mereka, sehingga harga yang ditawarkan menjadi sangat rendah dan bahkan di bawah harga normal.⁶ Hal ini tidak hanya menguntungkan konsumen tetapi juga membawa dampak negatif bagi pihak lain, terutama para driver dan mitra restoran. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan para driver Grab, banyak di antara mereka yang merasa pendapatan mereka menurun secara signifikan akibat diskon besar-besaran yang diberikan. Meskipun diskon menarik lebih banyak konsumen, pendapatan driver justru terganggu karena potongan yang besar tersebut tidak diimbangi dengan kenaikan insentif atau kompensasi yang memadai. Dampaknya, kesejahteraan para driver terganggu dan banyak di antara mereka yang mengeluhkan situasi ini.⁷

Selain itu, pengamatan peneliti juga menunjukkan bahwa praktik predatory pricing yang dilakukan oleh GrabFood menimbulkan persaingan yang tidak sehat di antara platform pengiriman makanan lainnya. Mitra restoran yang bekerja sama dengan GrabFood cenderung merasa tertekan untuk tetap memberikan harga yang kompetitif, meskipun mereka harus

⁵ Hasil observasi awal di daerah Kecamatan Genteng Kota Surabaya

⁶ Indikator Predatory Pricing yang dilakukan oleh GrabFood

⁷ Hasil Awal dengan Driver GrabFood

menanggung potongan harga yang besar. Situasi ini menimbulkan dilema bagi para pemilik usaha kecil, karena meskipun mereka dapat meningkatkan jumlah pesanan melalui platform GrabFood, margin keuntungan yang didapat menjadi sangat tipis atau bahkan merugi. Kondisi ini pada akhirnya menimbulkan pertanyaan mengenai keberlanjutan kerja sama antara pelaku usaha kecil dan platform pengiriman, serta dampak jangka panjang bagi bisnis mereka.

Kecamatan Genteng, sebagai lokasi penelitian, dipilih karena relevansi empiris dari permasalahan yang ditemukan selama magang peneliti di KPPU Surabaya. Keberadaan masalah ini memberikan peluang bagi peneliti untuk menggali lebih dalam mengenai bagaimana predatory pricing mempengaruhi kesejahteraan para driver, keberlanjutan usaha para mitra restoran, dan persaingan antara platform pengiriman makanan. Dengan melakukan penelitian di Kecamatan Genteng, peneliti berharap dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai dampak dari kebijakan diskon besar-besaran yang dilakukan oleh GrabFood dan bagaimana hal ini mempengaruhi ekosistem ekonomi lokal di wilayah tersebut.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan yang mendalam mengenai bentuk *Predatory Pricing* yang mungkin terjadi dalam *platform GrabFood*, serta implikasinya terhadap perusahaan-perusahaan yang terlibat.⁸ Selain itu, analisis ini dapat memberikan wawasan lain untuk pihak-pihak terkait, seperti otoritas pemerintah atau badan penegak hukum, dalam

⁸ Fara Ayu Kavilla, Prof. M. Hawin, “Analisis Yuridis terhadap Praktik Predatory Pricing (Predatory Pricing) dalam Sistem Perdagangan Elektronik, Dampak Serta Perlindungannya bagi UMKM Ditinjau dari Hukum Persaingan Usaha”, (Skripsi Universitas Gadjah Mada, 2023). 44

merumuskan kebijakan atau langkah hukum yang tepat untuk menghadapinya. *GrabFood*, sebagai *platform* penyedia jasa pengantaran makanan, telah menjadi bagian integral dari ekosistem digital yang mengubah cara konsumen berbelanja dan berinteraksi dengan pelaku usaha.⁹ Dengan maraknya *platform* pengantaran makanan seperti *GrabFood*, perubahan perilaku konsumen dan model bisnis tradisional di sektor kuliner menjadi semakin signifikan.

Adapun keterlibatan pemerintah dalam merumuskan kebijakan dan aturan yang mendukung persaingan usaha yang sehat menjadi elemen kunci dalam konteks ini. Pihak berwenang harus mempertimbangkan perubahan regulasi yang relevan untuk memastikan bahwa aturan yang ada dapat mengakomodasi perkembangan cepat dalam industri layanan pengiriman makanan.¹⁰

Selain itu, praktik ini juga berdampak negatif pada platform pengiriman makanan lainnya, seperti GoFood dan ShopeeFood, yang kesulitan bersaing karena harga mereka tidak sekompetitif *GrabFood*. Dalam perspektif hukum positif di Indonesia, praktik predatory pricing ini dapat dilihat sebagai tindakan yang berpotensi melanggar prinsip persaingan usaha yang sehat. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, tindakan yang mengurangi atau bahkan menghilangkan persaingan usaha dengan cara menurunkan harga

⁹ Rochma, A. "Perlindungan Hukum Bagi Driver Yang Mengalami Kerugian Akibat Order Fiktif Pada Layanan Grab Food." (Studi di PT. *Grab* Indonesia Kota Malang) (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang, 2019), 17

¹⁰ Mohd. Fikryansyah, "Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan *GrabFood* Dalam Aplikasi *Grab* Berdasarkan Pasal 4 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen" (Fakultas Hukum Universitas Islam Riau, 2021.), 87

hingga di bawah biaya produksi dapat dianggap sebagai upaya untuk memonopoli pasar dan merugikan pelaku usaha kecil.¹¹ Dalam hal ini, peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) menjadi sangat penting untuk mengawasi dan mengendalikan praktik-praktik bisnis yang dapat merusak persaingan usaha yang adil.¹²

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diidentifikasi apakah praktik ini sesuai dengan prinsip-prinsip persaingan usaha yang sehat dan bagaimana regulasi hukum positif dapat diterapkan untuk mengatasi permasalahan ini. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai dampak dari praktik predatory pricing terhadap keberlanjutan usaha mitra restoran, driver, serta platform pengiriman lainnya, sehingga tercipta ekosistem bisnis yang lebih adil dan berkelanjutan.¹³

Berdasarkan atas latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk mengkaji skripsi yang berjudul **“Indikasi Praktik Predatory Pricing Pada GrabFood di Kecamatan Genteng Kota Surabaya Dalam Perspektif Hukum Positif”**.

B. Fokus Penelitian :

Perluasan lebih lanjut dari penguraian latar belakang yang telah dijelaskan di atas dapat disebut sebagai fokus penelitian atau dikenal juga

¹¹ Rochma, A. *Perlindungan Hukum Bagi Driver Yang Mengalami Kerugian Akibat Order Fiktif Pada Layanan Grab Food*. (Studi di PT. Grab Indonesia Kota Malang) (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang, 2019), 39

¹² Rochma, A. *Perlindungan Hukum Bagi Driver Yang Mengalami Kerugian Akibat Order Fiktif Pada Layanan Grab Food*. (Studi di PT. Grab Indonesia Kota Malang) (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang, 2019), 39

¹³ Rahmawati, A. Y., & Kasiyati, S. “Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Praktik Jual Beli Makanan Melalui Jasa GrabFood” (IAIN Surakarta, Doctoral dissertation, 2020), 20

sebagai rumusan masalah yang menjadi inti dari pemecahan masalah. Dengan demikian, berdasarkan penjelasan tersebut, fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik *predatory pricing* pada *GrabFood* Di Kecamatan Genteng Kota Surabaya ?
2. Bagaimana dampak *predatory pricing* terhadap pelaku usaha yang sehat ?

C. Tujuan Penelitian :

Dengan mempertimbangkan fokus penelitian tersebut, maka dalam maksud penelitian skripsi ini ialah:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan praktik *predatory pricing* pada *GrabFood* Di Kecamatan Genteng Kota Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan dampak *predatory pricing* terhadap pelaku usaha yang sehat.

D. Manfaat Penelitian :

Manfaat dari penelitian ini adalah sesuatu yang dapat memiliki dampak positif pada beragam hubungan dan mendorong perkembangan yang sudah ada. Oleh karena itu, manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini meliputi:

1. Manfaat Penelitian Teoritis:

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi pada pengembangan teori hukum persaingan usaha dan ekonomi digital, khususnya terkait praktik *predatory pricing* di platform seperti *GrabFood*. Penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai dampak strategi *predatory pricing* terhadap pelaku usaha yang sehat, serta memperluas

pemahaman tentang model hubungan antara strategi penetapan harga yang agresif dan dampaknya pada kelangsungan bisnis UMKM. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pengembangan teori kebijakan publik dalam menjaga persaingan usaha yang adil di era ekonomi digital.

2. Manfaat Penelitian Praktis:

a. **GrabFood**

Penelitian ini dapat memberikan masukan kepada GrabFood untuk mengevaluasi strategi harga yang diterapkan, memastikan praktik bisnis mereka sesuai dengan prinsip persaingan usaha yang sehat. Hal ini penting untuk menjaga reputasi GrabFood di mata konsumen, pelaku usaha, serta regulator.

b. **PelakuUsaha**

Penelitian ini memberikan wawasan kepada pelaku usaha kuliner, terutama UMKM, mengenai strategi bertahan dan beradaptasi menghadapi persaingan yang mungkin tidak menguntungkan. Dengan mengetahui dampak predatory pricing, mereka dapat merumuskan strategi yang lebih baik untuk keberlangsungan bisnis mereka.

c. **LembagaTerkait**

Bagi lembaga pemerintah atau regulator yang menangani persaingan usaha dan ekonomi digital, penelitian ini dapat menjadi dasar untuk memperbaiki kebijakan dan regulasi terkait praktik-praktik predatory pricing. Informasi dari penelitian ini dapat digunakan untuk

mengembangkan aturan yang lebih adil dan melindungi pelaku usaha kecil.

d. **Konsumen**

Penelitian ini juga memberikan manfaat bagi konsumen dengan meningkatkan kesadaran mereka tentang dampak dari praktik predatory pricing. Dengan memahami implikasi harga yang sangat rendah, konsumen dapat membuat keputusan yang lebih bijak dan mendukung persaingan usaha yang sehat, yang pada akhirnya bermanfaat untuk keberlanjutan ekosistem ekonomi lokal.

E. Definisi Istilah

Untuk semacam perspektif dalam menelusuri, menguji, atau memperkirakan factor-faktor dalam penelitian, sehingga peneliti memberikan beberapa pengertian terkait dengan apa yang tercantum di judul yang dicatat sebagai judul ini, yaitu : Indikasi Praktik Predatory Pricing Pada GrabFood di Kecamatan Genteng Kota Surabaya Dalam Perspektif Hukum Positif

1. *Predatory Pricing (Predatory Pricing)*

Predatory Pricing adalah praktik penetapan harga yang sangat rendah oleh suatu perusahaan dengan tujuan untuk mengeliminasi atau mengurangi persaingan, sehingga pesaing tidak mampu bertahan dalam pasar.¹⁴ Setelah pesaing tersingkir, perusahaan tersebut kemudian menaikkan harga kembali untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Praktik ini dianggap sebagai bentuk perilaku anti-kompetitif yang

¹⁴ Efendi, Jonaedi and Gunadi, Ismu and Lutfianingsih, *Kamus Istilah Hukum* (Prenadamedia Group, Jakarta, 2018), 202

dapat merugikan pasar secara keseluruhan karena menciptakan monopoli atau dominasi pasar yang tidak sehat.¹⁵

- a. Undang-Undang 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat¹⁶

Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha di Luar Jalur, atau yang disebut dengan Peraturan Kontra Sindikasi, merupakan landasan utama strategi persaingan usaha di Indonesia. Peraturan ini mengatur secara tegas mengenai keterkaitan antara persaingan usaha dengan perusahaan swasta. Berdasarkan pengaturan ini, larangan tertentu hanya berlaku untuk penghibur bisnis besar dan menengah, sementara penghibur usaha independen tidak termasuk. Pengecualian ini menimbulkan dampak positif bagi usaha kecil dan berbagai pihak terkait lainnya. Kebijakan pengecualian ini memberikan keuntungan bagi UMKM dalam konteks persaingan usaha.

- b. Hukum Ekonomi Syariah

Dalam konteks hukum Islam, istilah "hukum" merujuk pada putusan atau ketetapan yang dibuat berdasarkan prinsip-prinsip yang berasal dari hukum Islam.¹⁷ Menurut Kamus Hukum, Hukum Ekonomi Syariah adalah kumpulan prinsip, aturan, dan ketentuan yang mengatur kegiatan ekonomi dan bisnis berdasarkan ajaran Islam, yang bersumber

¹⁵ Efendi, Jonaedi and Gunadi, Ismu and Lutfianingsih, *Kamus Istilah Hukum*, 202

¹⁶ Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

¹⁷ HA. Hafizh Dasuki, *Ensiklopedi Hukum Islam, PT Ihtiar Baru van Hoeve* (Jakarta: FIK- IMA, 2011), 57

dari Al-Qur'an, Hadis, Ijma' (konsensus ulama), dan Qiyas (analogi). Hukum ini menekankan praktik ekonomi yang sesuai dengan nilai-nilai keadilan, keseimbangan, transparansi, dan saling membantu, serta melarang kegiatan yang mengandung riba (bunga), gharar (ketidakpastian), maysir (judi), dan unsur penipuan.¹⁸ Tujuan utamanya adalah untuk mewujudkan kemaslahatan umum serta mencegah ketidakadilan dan kerugian dalam transaksi ekonomi. Dalam pengertian yang lebih luas, hukum juga mencakup penetapan atau pembatalan sesuatu berdasarkan hukum Islam. Dalam kerangka Hukum Ekonomi Syariah, penelitian ini sangat dipengaruhi oleh prinsip-prinsip Islam, terutama dalam hal regulasi terkait kehalalan dan keharaman. Ini mencerminkan keterkaitan antara hukum, ekonomi, dan syariah. Istilah "ekonomi syariah" atau "perekonomian syariah" digunakan secara spesifik di Indonesia, sementara di negara lain, istilah serupa dikenal sebagai "Hukum Ekonomi Syariah" atau "ilmu Hukum Ekonomi Syariah. Istilah "aliqtishad" dalam konteks ini berarti mencari keseimbangan dan keadilan dalam ekonomi.¹⁹

2. *GrabFood*

GrabFood merupakan *platform* digital yang memfasilitasi pengguna dalam memesan makanan dari berbagai restoran dan penjual

¹⁸ Efendi, Jonaedi and Gunadi, Ismu and Lutfianingsih, *Kamus Istilah Hukum*, 150

¹⁹ Rafiq Yunus Al-mishri, *Ushul Al-Iqtishad Al-Islami*, dalam *Hukum Ekonomi Syariah*, ed Rozalinda (Jakarta: Pt Rajagrafindo Pesada, 2015), 2

makanan lokal melalui aplikasi seluler.²⁰ Layanan ini menawarkan pengiriman makanan yang cepat dan efisien, memungkinkan pengguna untuk memilih lokasi pengiriman yang sesuai dengan kenyamanan mereka. Tujuan utama *GrabFood* adalah untuk mempermudah proses pemesanan makanan, menyediakan pengalaman belanja *online* yang aman dan nyaman, serta mendukung ekosistem makanan lokal dengan mempromosikan restoran dan penjual makanan lokal.²¹

3. Surabaya

Surabaya yaitu kota terbesar di Jawa Timur, Indonesia, sangat berperan sebagai pusat ekonomi, politik, dan budaya dari provinsi tersebut. Kota ini mempunyai sejarah yang panjang dan beragam, termasuk periode kolonial Belanda dan periode perjuangan kemerdekaan Indonesia. Surabaya juga dikenal dengan industri tekstilnya, dan salah satu industri utama di Indonesia. Kota ini memiliki berbagai pusat perbelanjaan, pusat bisnis, dan pusat pendidikan yang menarik, serta memiliki berbagai tempat wisata yang menarik, seperti Taman Mojo, Taman Bunga, dan Monumen Perjuangan.²²

F. sistematika Pembahasan

BAB I : Pendahuluan berisi tentang Konteks Penelitian masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, sistematika pembahasan.

²⁰ Jane Doe, *GrabFood: Mengubah Industri Pengiriman Makanan* (Colifornia, Sage Publikation. 2023), 19

²¹ Efendi, Jonaedi and Gunadi, Ismu and Lutfianingsih, *Kamus Istilah Hukum*, 150

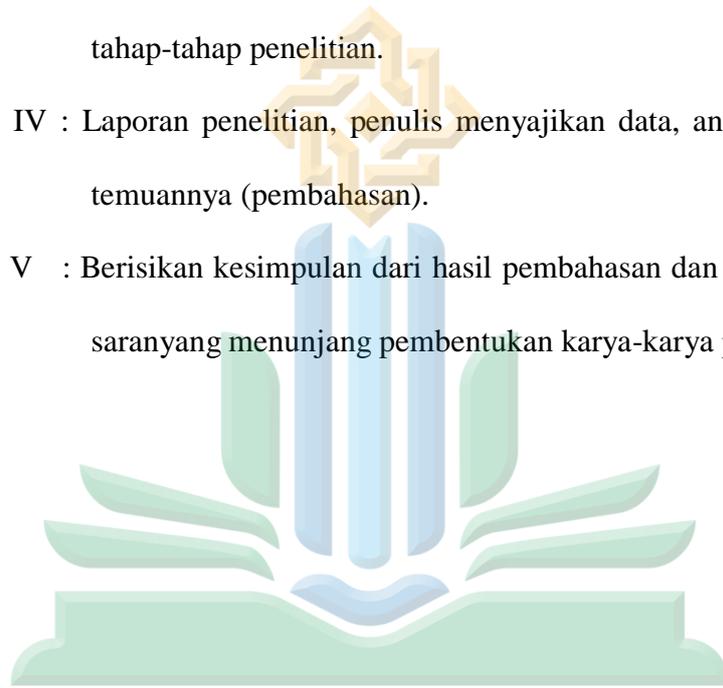
²² Iwan Setiawan , “Sejarah dan Pengembangan Surabaya” (Depok, PT.Raja Grafindo Persada 2013), 53

BAB II : Membahas mengenai kajian pustaka tentang Praktik *Predatory Pricing* Dalam Perspektif Hukum Positif (Pada GrabFood di Kecamatan Genteng Kota Surabaya)

BAB III : Memaparkan metode penelitian yang digunakan, teknik pengumpulan data, teknik analisa data, keabsahan tema dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV : Laporan penelitian, penulis menyajikan data, analisis dan hasil temuannya (pembahasan).

BAB V : Berisikan kesimpulan dari hasil pembahasan dan meliputi saran-saranyang menunjang pembentukan karya-karya penulis lain.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Dalam kajian ini, penulis merangkum temuan dari penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang akan diteliti dengan cara membuat rangkuman pada penelitian-penelitian yang telah dipublikasikan yang belum dipublikasikan, seperti Artikel, Jurnal, Skripsi, dan sejenisnya. Adanya penelitian terdahulu ini digunakan sebagai bahan referensi sekaligus perbandingan untuk mengulas persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Beberapa contohnya penelitian sebelumnya yang dicantumkan oleh penulis antara lainnya:

1. Perlindungan Konsumen Pada Pengguna Layanan *GrabFood* Atas Jaminan Ketersediaan Informasi Kehalalan Produk.²³

Konteks Penelitian ini adalah *Grab* menyediakan fasilitas tambahan dalam bidang kuliner melalui *platform GrabFood*. Layanan ini memungkinkan pengguna untuk melakukan pemesanan makanan atau minuman secara daring. Dengan kemajuan teknologi yang cepat, layanan pesan antar makanan daring seperti *GrabFood* dari penyedia layanan transportasi *online* ini memberikan berbagai keuntungan dan kenyamanan kepada masyarakat. *GrabFood* kini telah menjadi salah satu *platform* pesan antar makanan *online* yang sangat diminati.

²³ Hafida Nur Tamia, "Perlindungan Konsumen Pada Pengguna Layanan Grab Food Atas Jaminan Ketersediaan Informasi Kehalalan Produk", UIN Khas Jember (2022)

Berdasarkan masalah yang ada pada aplikasi *Grab*, fitur *GrabFood* belum menyediakan informasi mengenai status kehalalan makanan yang dijual melalui *platform* tersebut. Meskipun *GrabFood* menjadi fenomena populer di kalangan masyarakat sebagai penyedia produk makanan, kehalalan produk yang ditawarkan masih belum jelas atau belum diketahui. Akibatnya, konsumen harus memeriksa sendiri dengan teliti apakah makanan yang mereka pesan halal atau haram.

Kesimpulan dari penelitian dalam skripsi ini adalah bahwa mekanisme penyediaan informasi kehalalan produk di *platform GrabFood*, yang dievaluasi dari sudut pandang pedagang seperti *Boy'z Juice* dan Terang Bulan Batavia Kaliwates, telah memenuhi persyaratan hak konsumen sesuai dengan Pasal 4 huruf a Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Meskipun demikian, pengaturan informasi kehalalan produk di *GrabFood* dari *Boy'z Juice* dan Terang Bulan Batavia Kaliwates belum sepenuhnya sesuai dengan ketentuan Pasal 24 Undang-Undang Jaminan Produk Halal.²⁴

Persamaan dari skripsi ini adalah membahas tentang analisis tentang Aplikasi *GrabFood* yang harus di analisis lebih lanjut. Sedangkan Perbedaannya adalah Skripsi ini lebih fokus kepada perlindungan konsumen terhadap pelanggan yang membeli di *GrabFood*.

²⁴ Tamia, "Perlindungan Konsumen Pada Pengguna Layanan Grab Food Atas Jaminan Ketersediaan Informasi Kehalalan Produk".

2. Dampak Kegiatan *Predatory Pricing* (*Predatory Pricing*) Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha.²⁵

Konteks Penelitian Penelitian ini adalah Di dunia bisnis, sering kali kita menyaksikan tindakan tidak etis. Para pelaku usaha sering berusaha memperoleh kekuatan pasar dan mengatur harga. Mereka bisa melakukan berbagai tindakan yang merugikan pesaing, seperti menyusun strategi untuk membatasi pangsa pasar, menciptakan hambatan bagi pesaing baru, bersekongkol untuk mengendalikan harga, membatasi jumlah barang yang tersedia, mengontrol pasar, dan menjalankan praktik anti-persaingan lainnya.

Menurut Pasal 1 ayat 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, "pelaku usaha" mencakup semua individu atau badan usaha, baik berbadan hukum maupun tidak, yang beroperasi di Indonesia, baik secara mandiri maupun melalui kesepakatan, dan terlibat dalam berbagai aktivitas ekonomi.²⁶ Ketidakseimbangan di pasar dapat memunculkan praktik monopoli, di mana satu pelaku usaha menguasai pasar dengan kekuatan yang dominan. Salah satu faktor yang mendorong praktik monopoli adalah kurangnya pengawasan pemerintah terhadap regulasi. Beberapa regulasi atau undang-undang bahkan secara langsung menciptakan pasar monopoli untuk jenis barang atau jasa tertentu.

²⁵ Rezmia Febrina, "Dampak Kegiatan *Predatory Pricing* (*Predatory Pricing*) Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha" (Universitas Lancang Kuning , 2017).

²⁶ Febrina, "Dampak Kegiatan *Predatory Pricing* (*Predatory Pricing*) Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha".

Praktik monopoli *Predatory Pricing* (*Predatory Pricing*) adalah salah satu contoh praktik yang bisa muncul akibat kurangnya pengawasan tersebut. *Predatory Pricing* adalah tindakan yang dilarang menurut Aturan *Vernunft* (*Rule of Reason*), yang memungkinkan pengadilan mempertimbangkan faktor-faktor persaingan dan menentukan apakah suatu tindakan yang menghambat perdagangan dapat dibenarkan atau tidak.²⁷

Persamaan dari Jurnal ini adalah membahas tentang *Predatory Pricing* yang dilakukan oleh pelaku usaha. Sedangkan perbedaannya yaitu jurnal ini focus ke dampak *Predatory Pricing* yang dilakukan oleh pelaku usaha yang ada di Indonesia, sedangkan focus penelitian ini yaitu *Predatory Pricing* yang dilakukan oleh pihak *GrabFood* di wilayah Surabaya.

3. Persaingan Usaha Pasar Tradisional dengan Pasar Modern Waralaba di Kec. Puger Kab. Jember dalam Perspektif Undang- Undang No. 5 Tahun 1999.²⁸

Konteks Penelitian Ini adalah Saat pasar tradisional di Kecamatan Puger masih mempertahankan popularitasnya, beberapa pelaku usaha dari minimarket waralaba merasa terdampak. Hal ini terjadi karena semakin banyak konsumen yang lebih memilih berbelanja di pasar tradisional. Menyadari persaingan yang semakin ketat, minimarket

²⁷ Febrina, “Dampak Kegiatan *Predatory Pricing* (*Predatory Pricing*) Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha”.

²⁸ Melindasari, “Persaingan Usaha Pasar Tradisional dengan Pasar Modern Waralaba di Kec. Puger Kab. Jember dalam Perspektif Undang- Undang No. 5 Tahun 1999” (UIN KHAS Jember, 2018).

mengambil langkah-langkah untuk menarik minat masyarakat agar berbelanja di tempat mereka. Salah satu strategi yang digunakan minimarket adalah perang harga, yaitu dengan menawarkan promosi atau diskon besar-besaran kepada konsumen pada waktu-waktu tertentu. Promosi ini disebarakan melalui brosur, baliho, atau spanduk, dan harganya seringkali jauh lebih rendah dibandingkan dengan harga di pasar tradisional.

Pendekatan kualitatif digunakan dalam metode penelitian ini, yang melibatkan penelitian lapangan. Metode ini menitikberatkan pada prinsip-prinsip umum yang menjadi dasar bagi fenomena yang terjadi dalam kehidupan manusia, serta pola-pola yang dianalisis dari gejala-gejala sosial budaya dengan memperhatikan konteks budaya dari masyarakat yang sedang diselidiki.²⁹

Kesimpulan dari skripsi ini adalah sebagai berikut: Pertama, tempat berbelanja di minimarket menawarkan kenyamanan yang lebih dibandingkan dengan pasar tradisional yang sering terkesan kumuh. Terlebih lagi, karena minimarket sering berada dalam jarak yang cukup dekat dengan pasar tradisional dan jumlah gerainya cukup banyak, persaingan usaha semakin terasa bagi pedagang pasar tradisional, bahkan membuat beberapa dari mereka gulung tikar karena kalah bersaing.

Kedua, harga barang di pasar tradisional cenderung lebih murah dibandingkan di minimarket modern. Selain itu, minimarket seringkali

²⁹ Melindasari, "Persaingan Usaha Pasar Tradisional dengan Pasar Modern Waralaba di Kec. Puger Kab. Jember dalam Perspektif Undang- Undang No. 5 Tahun 1999"

melakukan praktik tidak jujur dengan menampilkan harga produk di rak toko yang tidak sesuai dengan harga yang tertera di struk pembayaran.

Persamaan dari skripsi ini adalah Persaingan usaha antara sesama penjual. Sedangkan perbedaannya yaitu skripsi ini fokus kepada penjual tradisional dengan marketplace, sedangkan focus penelitian skripsi ini yaitu *Predatory Pricing* yang dilakukan oleh PT.*Grab*.

4. Analisis Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *GrabFood* Di Masa Covid-19³⁰

Konteks Penelitian Penelitian Ini adalah Saat ini, bisnis berbasis aplikasi semakin menjamur di Indonesia, salah satunya adalah bisnis jasa transportasi *online* yang menghadirkan berbagai inovasi yang beragam. Salah satu bentuk inovasi yang terus berkembang adalah layanan pengiriman makanan secara *online*, yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat dengan cepat dan instan, contohnya melalui aplikasi *Grab*. Menurut data yang dikutip dari (Astutik, 21,7 Juta Masyarakat Indonesia Pakai Transportasi *Online*, 2020), *Grab* dianggap sebagai *platform* penyedia jasa transportasi *online* yang aman dan inovatif, memungkinkan para konsumen untuk menyesuaikan dan memenuhi kebutuhan mereka. *Grab* berupaya membangun manfaat ekonomi digital bagi masyarakat pengguna melalui produknya, termasuk *GrabFood*, yang merupakan bisnis pemesanan makanan secara *online*.

³⁰ Reza Maulana Kahvi, “Analisis Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *GrabFood* Di Masa Covid-19” (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022).

Kehadiran *Grab* memberikan kemudahan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama di sektor kuliner, dalam menjangkau pelanggan secara *online*.³¹ Terutama di tengah pandemi Covid-19, yang telah memberikan dampak negatif bagi bisnis UMKM dengan menyebabkan penurunan usaha mereka karena adanya pandemi tersebut.

Fokus penelitian ini mencakup hal-hal berikut: 1. Bagaimana dampak promosi terhadap kepuasan pelanggan pada layanan *GrabFood* selama pandemi Covid-19? 2. Bagaimana dampak persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada layanan *GrabFood* selama pandemi Covid-19? 3. Bagaimana dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan *GrabFood* selama pandemi Covid-19? 4. Bagaimana dampak promosi, persepsi harga, dan kualitas pelayanan secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan *GrabFood* selama pandemi Covid-19?

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa metode deskriptif kuantitatif adalah teknik penelitian yang digunakan untuk memeriksa hubungan fenomena yang diteliti melalui variabel penelitian dengan mengelompokkan dan menyajikan data sesuai dengan variabel dari semua responden yang terkumpul, serta menjawab pertanyaan penelitian yang dirumuskan melalui pengujian hipotesis penelitian dan menganalisis data dengan

³¹ Kahvi, "Analisis Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *GrabFood* Di Masa Covid-19".

menguraikan angka atau hasil statistik penelitian.³² Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengevaluasi pengaruh antara variabel independen dan dependen dengan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS untuk memproses data penelitian.

Kesimpulan dari skripsi ini adalah bahwa variabel promosi, persepsi harga, dan kualitas pelayanan secara individual memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara khusus, promosi memiliki pengaruh sebesar 22,9%, persepsi harga sebesar 47,4%, dan kualitas pelayanan sebesar 32,2%. Namun, ketika dianalisis bersama-sama, ketiga variabel tersebut secara simultan memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 73,5%. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat promosi yang tinggi, persepsi harga yang sesuai, dan kualitas pelayanan yang baik secara kolektif memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh.³³

Persamaan dari skripsi ini adalah membahas tentang promosi yang ada di dalam *GrabFood* yang mengakibatkan peneliti saat ini mencurigai adanya *Predatory Pricing*, sedangkan perbedaannya yaitu skripsi ini focus membahas tentang Promosi, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *GrabFood*, sedangkan penelitian ini membahas tentang promosi yang berindikasi terjadinya *Predatory Pricing*.

³² Kahvi, "Analisis Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan GrabFood Di Masa Covid-19".

³³ Kahvi, "Analisis Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan GrabFood Di Masa Covid-19".

5. Keterkaitan Promo *Gojek* Dengan Konsep *Predatory Pricing* Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha.³⁴

Konteks Penelitian Penelitian Ini adalah Teknologi komunikasi dan informasi membawa banyak manfaat, terutama dalam bisnis seperti transportasi *online*. *Gojek*, yang didirikan oleh Nadiem Makarim pada 2010, telah berkembang pesat di Indonesia, menjadi solusi yang dibutuhkan dalam mobilitas kota. Pengguna *Gojek* mendapat kemudahan dalam bertransaksi sehari-hari, dengan tarif yang tertera jelas di aplikasi. Ini tidak hanya menguntungkan penumpang, tetapi juga pengemudi, sementara teknologi ini memberikan peluang ekonomi dan hubungan yang lebih baik antara pelaku usaha dan konsumen. Dengan promosi yang diterapkan di aplikasi, *Gojek* berhasil menarik minat dan kesetiaan pelanggan, menciptakan lingkungan yang dinamis dan menguntungkan bagi semua pihak.³⁵

Persamaan dari skripsi ini adalah membahas tentang promosi yang ada di dalam *GrabFood* yang mengakibatkan peneliti saat ini mencurigai adanya *Predatory Pricing*, sedangkan perbedaannya yaitu skripsi ini focus membahas tentang Promosi yang dilakukan oleh *GoFood*, sedangkan penelitian ini membahas tentang promosi yang berindikasi terjadinya *Predatory Pricing*.

³⁴ Yolanda Eka Eriyanti, "Keterkaitan Promo *Gojek* Dengan Konsep *Predatory Pricing* Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha" (Universitas Jember Fakultas Hukum, 2019).

³⁵ Eriyanti, "Keterkaitan Promo *Gojek* Dengan Konsep *Predatory Pricing* Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha".

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Perbedaan	Persamaan
1	Hafida Nur Tamia, UIN Khas Jember	Perlindungan Konsumen Pada Pengguna Layanan <i>GrabFood</i> Atas Jaminan Ketersediaan Informasi Kehalalan Produk	Skripsi ini lebih fokus kepada perlindungan konsumen terhadap pelanggan yang membeli di <i>GrabFood</i>	Membahas tentang analisis tentang Aplikasi <i>GrabFood</i> yang harus di analisis lebih lanjut
2	Rezmia Febrina, Universitas Lancang Kuning	Dampak Kegiatan <i>Predatory Pricing</i> (<i>Predatory Pricing</i>) Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha	Fokus ke dampak <i>Predatory Pricing</i> yang dilakukan oleh pelaku usaha yang ada di Indonesia	Membahas tentang <i>Predatory Pricing</i> yang dilakukan oleh pelaku usaha
3	Melindasari, UIN Khas Jember	Persaingan Usaha Pasar Tradisional dengan Pasar Modern Waralaba di Kec. Puger Kab. Jember dalam Perspektif Undang-Undang No. 5 Tahun 1999	skripsi ini fokus kepada penjual tradisional dengan marketplace, sedangkan focus penelitian skripsi ini yaitu <i>Predatory Pricing</i> yang dilakukan oleh PT. <i>Grab</i> .	Membahas tentang Persaingan usaha antara sesama penjual.
4	Reza Maulana Kahvi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta	Analisis Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan <i>GrabFood</i> Di Masa Covid-19	Fokus membahas tentang Promosi, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan	Membahas tentang promosi yang ada di dalam <i>GrabFood</i> yang mengakibatkan peneliti saat ini mencurigai adanya

			Pelanggan <i>GrabFood</i>	<i>Predatory Pricing</i>
5	Yolanda Eka Eriyanti, Universitas Jember Fakultas Hukum	Keterkaitan Promo Dengan Konsep <i>Predatory Pricing</i> Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha	Fokus membahas tentang Promosi yang dilakukan oleh <i>GoFood</i>	Membahas tentang promosi yang ada di dalam <i>GrabFood</i> yang mengakibatkan peneliti saat ini mencurigai adanya <i>Predatory Pricing</i>

B. Kajian Teori

Bagian ini mengeksplorasi teori-teori yang menjadi dasar penelitian. Pembahasan teori yang relevan bertujuan untuk memperluas dan mendalami pemahaman penelitian terhadap Isu yang hendak diselesaikan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Dalam konteks penelitian kualitatif, teori dianggap sebagai perspektif atau alat analisis, bukan sebagai objek yang diuji seperti dalam penelitian kuantitatif. Berikut beberapa bagian yang akan dijelaskan seputar judul penelitian yang telah diambil yaitu :

1. Tinjauan Umum Tentang *Predatory Pricing*

a. Pengertian *Predatory Pricing*

Predatory Pricing, atau harga predator, adalah Strategi yang diterapkan oleh perusahaan adalah dengan menetapkan harga di bawah biaya produksi mereka untuk mengatasi pesaing. Sasaran utama dari taktik ini adalah untuk mencegah pesaing baru masuk ke pasar atau mengurangi daya saing perusahaan yang telah ada. Setelah berhasil

mengusir semua pesaing dari pasar, perusahaan kemudian dapat meningkatkan harga mereka.³⁶ Meskipun mungkin mengalami kerugian selama periode ini, namun hal tersebut merupakan bagian dari strategi untuk membuat pesaing bangkrut dan meraih dominasi di pasar.

Kerugian yang dialami oleh perusahaan selama periode ini lebih besar dibandingkan dengan kerugian yang dialami oleh pesaingnya. Konsumen mendapatkan manfaat dari harga yang lebih rendah, tetapi setelah perusahaan meningkatkan harga, konsumen akan mengalami kerugian. Jika strategi ini berhasil, perusahaan dapat mengambil kendali penuh atas aset pesaing.

Misalnya, perusahaan yang baru masuk ke pasar mungkin menggunakan harga promosi untuk menarik konsumen.³⁷ Meskipun ini bisa dianggap sebagai bagian dari strategi promosi, hal ini menunjukkan bahwa menentukan apakah sebuah perusahaan melakukan harga predator bukanlah tugas yang mudah, dan memerlukan pendekatan yang lebih kompleks dan beragam.

Perusahaan jarang memperoleh profit dari operasi di mana Harga di bawah biaya marjinal dalam periode pendek, kecuali bila terdapat keuntungan jangka panjang lainnya, karena menetapkan harga di bawah biaya marjinal dalam jangka pendek tidak rasional tanpa

³⁶ P. Areeda dan D. Turner, "Predatory Pricing and Related Practices under Section 2 of the Sherman Act", (Cambridge, *Harvard Law Review* 88, no. 4, 2011), 350

³⁷ P. Areeda dan D. Turner, "Predatory Pricing and Related Practices under Section 2 of the Sherman Act", 350

adanya peluang keuntungan jangka panjang. Ini menunjukkan bahwa perusahaan harus memiliki strategi atau taktik khusus yang memungkinkan mereka untuk meraih keuntungan dalam jangka panjang jika ingin menetapkan harga di bawah biaya margin pada periode pendek.

Namun, semua metode untuk mendeteksi praktik harga predator ini masih memiliki tantangan, terutama dalam mengumpulkan data yang diperlukan dan dalam menentukan apakah perusahaan melakukan praktik ini tanpa adanya bukti langsung. Misalnya, perusahaan yang baru masuk ke pasar mungkin menggunakan harga promosi untuk menarik konsumen. Meskipun ini bisa dianggap sebagai bagian dari strategi promosi, hal ini menunjukkan bahwa menentukan apakah sebuah perusahaan melakukan harga predator bukanlah tugas yang mudah, dan memerlukan pendekatan yang lebih kompleks dan beragam.

Selain aspek promosi, ada situasi di mana perusahaan menetapkan harga di bawah biaya marjinal jangka pendek yang masuk akal, terutama jika perusahaan mampu mengurangi biaya produksi melalui pendekatan yang dikenal sebagai "*learning by doing*".³⁸ Ini berarti perusahaan mampu meningkatkan efisiensi produksi mereka, yang pada gilirannya dapat mengurangi biaya produksi. Dengan memulai dengan harga yang lebih rendah, perusahaan dapat

³⁸ P. Areeda dan D. Turner, "*Predatory Pricing and Related Practices under Section 2 of the Sherman Act*", 700-703.

meningkatkan volume penjualan, sehingga memiliki kesempatan untuk belajar dan mengurangi biaya produksi di masa mendatang. Meskipun harga saat ini berada di bawah biaya produksi, namun ada harapan untuk mengurangi biaya di masa depan. Dengan menggunakan informasi dan pengetahuan yang tersedia saat ini, dapat disimpulkan bahwa menetapkan harga yang lebih rendah pada saat ini bisa dianggap sebagai investasi untuk masa depan.

2. Tinjauan Umum Tentang Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

a. Pengertian dan Dilarangnya Kegiatan dalam Hukum Persaingan Usaha

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang menegaskan larangan terhadap praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat, dianggap sebagai dasar bagi konsep Demokrasi Ekonomi. Hal ini mencerminkan upaya mencapai keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum, sebagaimana yang ditegaskan dalam Pasal 2 undang-undang tersebut. Pasal tersebut menekankan pentingnya mempertimbangkan keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan publik dalam melakukan kegiatan bisnis di Indonesia.

Asri Sitompul menjelaskan bahwa prinsip Demokrasi Ekonomi adalah fondasi bagi perekonomian masa depan, yang akan diwujudkan melalui perekonomian yang berbasis pada sistem pasar terbuka. Hal ini berarti menghapuskan segala bentuk hambatan yang dibuat oleh penguasa atau pelaku usaha yang dominan.³⁹ Salah satu tanda khas dari ekonomi yang mengadopsi sistem pasar bebas adalah keberadaan kebebasan total untuk memasuki dan meninggalkan pasar yang relevan.

Tujuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang mengatur larangan praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat adalah untuk melindungi kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional. Usaha ini mencakup peningkatan kesejahteraan masyarakat, penciptaan lingkungan usaha yang kondusif, pencegahan praktik monopoli, serta peningkatan efisiensi dan efektivitas dalam dunia bisnis. Guna memastikan penerapan dan penegakan hukum yang sesuai dengan prinsip-prinsip dan tujuannya, Komisi Pengawas Persaingan Usaha didirikan. Komisi ini beroperasi secara independen dan melapor langsung kepada Presiden.

³⁹ Asri Sitompul, *Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Tinjauan terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999)*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1999), 13

Secara keseluruhan, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat bertujuan untuk memastikan bahwa kompetisi di antara para pengusaha tetap dalam keadaan sehat, melindungi konsumen dari eksploitasi. Setiap kata oleh sebagian pelaku bisnis, serta memperkuat sistem ekonomi pasar yang dijalankan oleh negara.⁴⁰ Membangun lingkungan usaha yang sehat, kondusif, dan kompetitif di Indonesia memerlukan perubahan paradigma dan perilaku dari semua pihak yang terlibat, termasuk pemerintah sebagai regulator, pelaku usaha, dan masyarakat. Untuk mencapai tujuan ini, tantangan seperti perubahan cara berpikir dan bertindak dari semua pihak terlibat, termasuk pemerintah sebagai regulator, pelaku usaha, dan konsumen, harus diatasi, yang mencakup perubahan dalam cara menjalankan bisnis.

Dalam usaha menciptakan lingkungan bisnis yang sehat, kondusif, dan kompetitif sesuai dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, keterlibatan serta konsistensi dari berbagai pihak menjadi sangat penting. Tidak hanya tugas Komisi Pengawas Persaingan Usaha, tetapi juga pemerintah sebagai pembuat kebijakan,

⁴⁰ Insan Budi Maulana, *Catatan Singkat Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, (Bandung, Citra Aditya Bakti, 2000), 15

aparatus penegak hukum, pelaku usaha, dan masyarakat perlu aktif terlibat dalam proses ini. Keterlibatan serta dukungan dari seluruh pihak menjadi faktor utama dalam menjaga penerapan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang bertujuan untuk mencegah praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang memuat ketentuan mengenai larangan praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat, terdiri dari 11 Bab, 53 Pasal, dan 26 Bagian, yang mencakup enam aspek pengaturan utama.⁴¹ Ini meliputi larangan terhadap perjanjian tertentu, kegiatan yang dilarang, penetapan posisi dominan, peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha, mekanisme penegakan hukum, dan ketentuan lainnya. Dalam enam aspek tersebut, tiga bagian terkait menekankan larangan Dalam arena persaingan usaha, ini melibatkan larangan terhadap kesepakatan, aktivitas tertentu, dan pengaturan dominasi.⁴² Dua aspek utama dalam undang-undang ini adalah Perjanjian yang tidak diizinkan dan tindakan yang dilarang. Kegiatan yang Dilarang merujuk pada tindakan unilateral yang Dilakukan oleh satu atau beberapa pengusaha tanpa keterlibatan langsung dengan pengusaha lainnya. Dalam konteks ini, "kegiatan"

⁴¹ Maulana, *Catatan Singkat Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, 17

⁴² Maulana, *Catatan Singkat Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, 17

merujuk pada aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh satu atau lebih pelaku bisnis yang terhubung dengan proses. operasional bisnis mereka.

3. Tinjauan Umum Tentang Hukum Ekonomi Syariah

a. Pengertian Hukum Ekonomi Syariah

Dalam bahasa Indonesia, istilah "hukum" berasal dari bahasa Arab yang mengacu pada putusan atau ketetapan. Menurut ensiklopedia hukum Islam, hukum merujuk pada penetapan atau pembatalan sesuatu berdasarkan hukum Islam. Kajian ilmu Hukum Ekonomi Syariah sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai Islam, terutama dalam pengaturan halal dan haram, yang merupakan salah satu aspek dari kajian hukum. Ini menunjukkan hubungan yang erat antara hukum, ekonomi, dan syariah. Istilah "ekonomi syariah" atau "perekonomian syariah" hanya dikenal di Indonesia. Di negara-negara lain, istilah ini dikenal sebagai "Hukum Ekonomi Syariah" atau "Ilmu Hukum Ekonomi Syariah". Dalam konteks ini, "al-iqtishad" merujuk pada upaya mencari keseimbangan dan keadilan dalam konteks ekonomi.⁴³

b. Karakteristik Hukum Ekonomi Syariah

Yusuf Al Qaradhawi menyoroti empat nilai utama dalam Hukum Ekonomi Syariah, yaitu:

⁴³ Rafiq Yunus Al-mishri, *Ushul Al-Iqtishad Al-Islami*, dalam *Hukum Ekonomi Syariah*, ed. Rozalinda (Jakarta, Pt Rajagrafindo Pesada, 2015), 12

- 1) Iqtishad rabbani : Dalam Hukum Ekonomi Syariah, semua aktivitas ekonomi harus berasal dari Allah dan bertujuan untuk mendapatkan ridha-Nya. Aktivitas yang dilakukan sesuai dengan syariat dan niat ikhlas dianggap sebagai ibadah kepada Allah.
- 2) Iqtishad akhlaqi : Dalam ekonomi akhlak, seorang Muslim tidak hanya bekerja untuk kepentingan pribadi atau kelompok, tetapi juga mempertimbangkan iman dan akhlak dalam setiap aktivitas ekonomi. Ini berarti bahwa setiap tindakan ekonomi harus dilakukan dengan mempertimbangkan nilai-nilai moral dan etika.⁴⁴
- 3) Iqtishad insani : Yusuf Al- Qardhawi menekankan pentingnya ekonomi kemanusiaan, yang berarti menciptakan kehidupan yang baik bagi manusia. Dalam Islam, kehidupan yang baik mencakup keseimbangan antara aspek materi dan spiritual.
- 4) Iqtishad washatbi : Islam menekankan pentingnya keseimbangan dan keadilan dalam ekonomi.⁴⁵

c. Tujuan Hukum Ekonomi Syariah

Secara umum, penerapan Hukum Ekonomi Syariah bertujuan untuk:⁴⁶

- 1) Mengintegrasikan prinsip-prinsip syariat Islam ke dalam struktur ekonomi suatu negara secara menyeluruh, karena Hukum Ekonomi Syariah dianggap sebagai landasan bagi pembangunan masyarakat

⁴⁴ Ghufon A. Masadi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2012), 141

⁴⁵ Masadi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, 141

⁴⁶ Abdul Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2013), 18

yang menciptakan keseimbangan antara aspek spiritual dan material.

- 2) Menghilangkan kemiskinan ekonomi di kalangan masyarakat Muslim yang semakin buruk karena sistem kapitalis dan komunis, serta mengatasi kesenjangan ekonomi di antara individu atau negara-negara Muslim.
- 3) Menanamkan prinsip-prinsip Islam dalam semua aspek kegiatan ekonomi dan menjaga moralitas umat dari konsekuensi negatif materialisme dan hedonisme.
- 4) Membangun struktur ekonomi yang memperkuat persatuan dan solidaritas dalam bingkai prinsip-prinsip Islam.
- 5) Mencapai kesejahteraan (fallah) secara menyeluruh bagi masyarakat.

d. Asas-Asas (Prinsip) Ekonomi Syariah

Sebelum mengerti dasar-dasar ekonomi syariah, penting untuk memahami filosofi yang mendasari Hukum Ekonomi Syariah, yang menjadi landasan bagi prinsip-prinsipnya, yakni :⁴⁷

- 1) Semua harta benda, kepemilikan, dan sumber penghasilan di alam semesta ini dianggap sebagai milik Allah Yang Maha Kuasa. Allah mengatur segala sesuatunya sesuai dengan kehendak-Nya. Manusia

⁴⁷Abdul Ghofur, *Pengantar Hukum Ekonomi Syariah*, 19

hanya memiliki kontrol terbatas atas harta tersebut, sesuai dengan ketentuan dan tujuan-Nya.⁴⁸

- 2) Allah, sebagai pencipta tunggal alam semesta ini, memiliki kekuasaan yang mutlak atas segala ciptaan-Nya. Manusia, sebagai bagian dari ciptaan-Nya, memiliki hak dan kewajiban yang sama sebagai perwakilan Allah di dunia. Mereka diminta untuk menjaga hubungan persaudaraan, memberikan bantuan kepada sesama, dan bekerja sama dalam segala aktivitas, termasuk dalam urusan ekonomi, guna memenuhi kebutuhan hidup mereka.
- 3) Keimanan pada hari pembalasan adalah prinsip yang sangat penting dalam kerangka Hukum Ekonomi Syariah, karena hal ini akan mempengaruhi perilaku ekonomi seseorang. Kesadaran akan adanya hari perhitungan di akhirat mengendalikan tindakan ekonomi seseorang, karena mereka menyadari bahwa semua perbuatan mereka, termasuk yang berkaitan dengan ekonomi, akan dimintai pertanggungjawaban oleh Allah di hari akhirat.

4. Tinjauan Umum Tentang *GrabFood*

a. Definisi *GrabFood*

Grab adalah sebuah perusahaan teknologi yang berakar dari Malaysia dan berpusat di Singapura. Mereka menyajikan sebuah *platform* aplikasi untuk layanan transportasi umum, yang mencakup kendaraan baik roda dua maupun roda empat. *Grab*, sebagai sebuah

⁴⁸ Monzer kahf, *A Contribution To The Theory Of Consumer Behaviour" Dalam Studies In Islamic Economics, Ed Kursid Ahmad*, (Jeddah: Islamic Fondation, 2012), 22-23

perusahaan teknologi, fokus pada pengembangan dan pengelolaan aplikasi, sedangkan kendaraan yang dipergunakan dimiliki oleh mitra-mitra yang telah bermitra dengan PT *Grab* Indonesia.⁴⁹

GrabFood adalah satu-satunya layanan pengiriman makanan yang telah beroperasi di Indonesia di antara tujuh negara di Asia Tenggara, dengan cakupan layanan pesan-antar makanan terluas di kawasan tersebut. Layanan ini merupakan salah satu fitur dari aplikasi *Grab*.⁵⁰

b. Manfaat dari *GrabFood* Indonesia

Berikut adalah beberapa keuntungan yang diberikan oleh *Grab* :

1) Efisien

Manfaat yang ditawarkan oleh *Grab* termasuk peningkatan efisiensi waktu, terutama di kota-kota besar yang padat, di mana banyak orang enggan untuk keluar rumah karena waktu yang terbuang di perjalanan. Tetapi ketika keadaan memaksa Anda untuk

berangkat, *Grab* hadir sebagai solusi yang membantu Anda dengan cepat. Dengan menggunakan layanan *Grab*, Anda dapat menyelesaikan tugas-tugas lain di dalam rumah sambil menunggu *Grab* menyelesaikan perjalanannya. Dengan demikian, waktu Anda dapat dimanfaatkan dengan efisien.

⁴⁹ Grab (Perusahaan), Profil , Tujuan, Manfaat, Fitur (PT.Grab Indonesia, 13 Maret 2024) <https://www.Grab.com/id/about/>.

⁵⁰ Grab (Perusahaan), Grab Food Luncurkan Empat Fitur Baru untuk Mengubah Pengalaman Kulinermu (PT.Grab Indonesia, 13 Maret 2024). <https://www.grab.com/id/press/others/grabfood-luncurkan-empat-fitur-baru-untuk-mengubah-pengalaman>

2) Mudah

Banyak orang menginginkan kemudahan, meskipun seringkali harus melewati tantangan yang sulit dan melelahkan, bahkan mungkin jauh. Terkadang, mereka lebih memilih solusi yang terlihat mudah meskipun itu sebenarnya menawarkan tantangan. Salah satu manfaat utama dari *Grab* dalam dunia yang dipenuhi dengan kemajuan teknologi ini adalah kemudahannya. Anda bisa dengan sederhana mengakses layanan *Grab* secara *online*, baik itu dari rumah atau dari lokasi mana pun Anda berada, tanpa harus melakukan tindakan konvensional yang merepotkan yang tidak menggunakan *platform* daring.

3) Praktis

Selain manfaat yang telah disebutkan sebelumnya, ada manfaat lain yang signifikan, yaitu kemudahan dan kenyamanan. Kemudahan ini memungkinkan Anda untuk mengirimkan barang

kepada teman atau mengatur penjemputan di lokasi yang macet, misalnya di kota padat seperti Jakarta, tanpa perlu merasa kesulitan atau bingung.⁵¹

4) Nyaman

Kenyamanan menjadi prasyarat utama dalam membuka layanan seperti *Grab*. Ketika pelanggan merasa nyaman, kemungkinan besar mereka akan tetap setia menggunakan layanan tersebut. Yang membuat *Gojek* sangat diminati adalah kenyamanan

⁵¹ Grab (Perusahaan), Profil, Tujuan, Manfaat, Fitur (PT.Grab Indonesia, 13 Maret 2024) <https://www.Grab.com/id/about/>.

yang diberikan dalam pelayanannya. Semua orang pasti menginginkan kenyamanan.⁵² Dengan kenyamanan yang dirasakan, sulit bagi mereka untuk beralih ke layanan lain. Oleh karena itu, kenyamanan sangatlah penting dalam kehidupan sehari-hari.

5) Mudah

Salah satu keuntungan yang ditawarkan oleh *Grab* adalah kemudahan bagi para pelanggan. Jika Anda telah menggunakan layanan *Grab* sebelumnya, Anda pasti merasakan kemudahan yang disediakan. Oleh karena itu, sulit bagi Anda untuk beralih ke layanan serupa dari perusahaan lain. Dengan merasakan kemudahan, Anda akan terhindar dari masalah yang mungkin Anda hadapi jika tidak menggunakan layanan *Grab* ini.

6) Sopan

Dapat melihat kesopanan dari pengendara *Gojek* dari pakaian yang mereka kenakan. Jangan ragu dengan penampilan sopan mereka, karena cara mereka menjalankan tugas juga dilakukan dengan sopan dan ramah. Kesopanan ini menunjukkan bahwa Anda sebagai pelanggan mereka dihargai secara istimewa. Sikap sopan yang mereka tunjukkan menjadi suatu keharusan yang telah mereka pelajari selama beberapa hari saat pelatihan sebelum mereka resmi menjadi pengendara *Gojek*.

⁵² Grab (Perusahaan), Profil, Tujuan, Manfaat, Fitur (PT.Grab Indonesia, 13 Maret 2024) <https://www.Grab.com/id/about/>.

7) Cepat

Jika Anda ingin pergi ke suatu tempat seperti kampus dan jalanan sangat padat, mungkin Anda akan terjebak macet jika menggunakan transportasi umum. Hal ini bisa membuat Anda terlambat sampai di kampus. Namun, Anda bisa menggunakan layanan *Grab* untuk tiba lebih cepat di tujuan. *Grab* dapat membantu Anda sampai di tujuan dengan cepat. Jika Anda perlu mengirim barang, Anda juga bisa menggunakan layanan *Grab* untuk memastikan barang Anda sampai dengan cepat. Dengan menggunakan layanan ini, Anda tidak perlu ragu-ragu lagi.⁵³

8) Aman

Grab memberikan perlindungan keamanan yang menyeluruh, tidak hanya bagi pengemudi tetapi juga bagi penumpang dengan menyediakan fasilitas keamanan yang handal saat berkendara. Saat menggunakan layanan *Gojek*, Anda juga akan diberikan helm untuk melindungi kepala Anda selama perjalanan menuju tujuan.

c. Fitur Aplikasi *Grab*

Grab menawarkan berbagai fitur layanan yang meliputi:

- 1) *GrabTaxi*: Layanan yang memudahkan penumpang untuk menemukan taksi terdekat dengan aman.

⁵³ Grab (Perusahaan), Profil, Tujuan, Manfaat, Fitur (PT.Grab Indonesia, 13 Maret 2024) <https://www.Grab.com/id/about/>.

- 2) *GrabCar*: Penyewaan kendaraan pribadi dengan sopir yang menawarkan kenyamanan dan gaya berkendara yang *fleksibel*.
- 3) *GrabBike*: Layanan transportasi sepeda motor yang memberikan kemudahan dan kecepatan dalam perjalanan tanpa menunggu lama.
- 4) *GrabExpress*: Layanan kurir *ekspres* berbasis aplikasi.
- 5) *GrabFood*: Layanan pesan antar makanan dengan beragam pilihan restoran.
- 6) *GrabHitch*: Layanan tebengan dengan harga terjangkau yang memungkinkan bertemu dengan teman baru sambil mengurangi kemacetan.⁵⁴

d. Langkah Pemesanan di *Grab-Food*

Sebelum memilih makanan di aplikasi *GrabFood*, pengguna harus memahami proses pemesanan. Berikut adalah langkah-langkahnya:

- 1) Buka aplikasi *GrabFood* dan pilih opsi "Makanan".
 - 2) Ketik atau cari makanan yang diinginkan di menu pencarian.
 - 3) Setelah menemukan tempat dan makanan yang diinginkan, klik gambar makanan yang dipilih.
 - 4) Tekan ikon "+" untuk menambahkan makanan ke keranjang.
- Setelah selesai, klik "Lanjutkan".

⁵⁴ Grab (Perusahaan), Profil , Tujuan, Manfaat, Fitur (PT.Grab Indonesia, 13 Maret 2024) <https://www.Grab.com/id/about/>.

- 5) Total harga makanan dan biaya pengiriman akan ditampilkan.
Setelah memeriksa, klik "Pesan".
- 6) Pemesan akan dihubungi oleh pihak karyawan terkait pesanannya
agar tidak salah dan sampai di tujuan dengan cepat.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam proses penulisan karya ilmiah, pemilihan metode penelitian menjadi sangat penting, tidak hanya untuk memudahkan proses penelitian tetapi juga sebagai cara yang efektif dan logis untuk mencapai hasil penelitian yang maksimal. Selain itu, penelitian berperan sebagai alat ilmiah yang mendukung kemajuan dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, sehingga pilihan metode penelitian harus sesuai dengan bidang ilmu yang menjadi dasarnya.

A. Jenis Penelitian dan Metode Pendekatan

Penelitian yang dipilih adalah penelitian hukum empiris, suatu jenis penelitian yang melibatkan pengamatan langsung terhadap fenomena atau objek yang ada dalam masyarakat. Fokus utamanya adalah mengumpulkan fakta dan data yang relevan. Selain itu, penelitian hukum empiris juga memberikan kerangka kerja yang berguna untuk memverifikasi atau menguji validitas informasi. Pendekatan ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang akurat dan terperinci serta menggambarkan kondisi aktual dalam masyarakat.⁵⁵

Dalam penelitian ini, digunakan metode pendekatan sosiologi hukum, yang memfokuskan pada studi perilaku masyarakat sehari-hari, termasuk sikap, tindakan, dan interaksi yang terkait dengan topik penelitian. Metode ini melibatkan pengumpulan data melalui penelitian lapangan.

⁵⁵ Nur Solikin, *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum* (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2021), 68 <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/4034485>

B. Subyek Penelitian

Subjek Penelitian merujuk pada suatu objek, fenomena, atau lokasi yang menjadi sumber informasi untuk mengumpulkan variabel penelitian. Subjek penelitian dianggap sebagai elemen kunci yang menjadi fokus pertanyaan. Peneliti melakukan pengumpulan data, baik melalui pengamatan langsung di lapangan maupun menggunakan data tertulis, secara terus menerus selama proses penelitian dan analisis data.⁵⁶

Tujuan dari ini adalah untuk mencapai konsistensi dalam data yang terkumpul, terkait dengan pandangan, opini, atau pemikiran terhadap isu yang sedang diteliti, sehingga data yang dikumpulkan memiliki tingkat keakuratan yang tinggi. Penelitian ini memiliki dua sumber utama bahan hukum, yaitu:

1. Data primer merujuk pada informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber-sumber kepustakaan, seperti Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
2. Data sekunder dalam penelitian ini akan mengevaluasi Praktik Penetapan Harga Rendah yang dilakukan oleh *GrabFood* di Kecamatan Genteng, Surabaya, berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, dan juga prinsip-prinsip ekonomi syariah. Fokus kajian ini adalah pada penjual

⁵⁶ Solikin, *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum*, 68

yang bermitra dengan *Grab* dan driver *GrabFood*, Untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang mekanisme *Predatory Pricing* dan regulasinya dalam konteks hukum Indonesia dan syariah, serta dampaknya terhadap pelaku usaha kecil dan mitra pengemudi.

C. Teknik Pengumpulan Data

Secara umum, teknik pengumpulan data yang umum digunakan dalam penelitian hukum meliputi studi dokumen atau kepustakaan, wawancara, dan pengamatan. Meskipun begitu, studi dokumen tetap menjadi bagian penting dalam penelitian hukum empiris, karena dapat memberikan tambahan informasi untuk menjelaskan isu hukum yang sedang diselidiki. Lebih lanjut, peneliti memilih teknik pengumpulan data berdasarkan kebutuhan penelitian, yang bergantung pada tujuan dan cakupan penelitian hukum yang dilakukan serta jenis data yang diperlukan.

Metode ini digunakan oleh peneliti sebagai bukti serta untuk analisis informasi yang dikumpulkan. Dalam penelitian ini, dokumentasi berupa gambar atau foto digunakan sebagai sumber data.

D. Analisa Data

Proses analisis data dalam studi ini mengikuti beberapa langkah penting. Pertama, informasi dan data yang telah dikumpulkan melalui interaksi wawancara dengan pihak yang relevan diproses dengan mengklasifikasikan dan memilih data berdasarkan keakuratan dan relevansinya.⁵⁷ Kemudian, data yang telah diproses ini dikaitkan dengan teori dan hukum yang diidentifikasi

⁵⁷ Solikin, *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum*, 68

dari studi literatur. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat menemukan solusi atas tantangan yang dihadapi dalam penelitian ini.

E. Keabsahan Data

Dalam keabsahan data ini penulis memakai triangulasi adalah metode yang menggunakan informasi tambahan atau sumber lain untuk memeriksa atau membandingkan data yang telah dikumpulkan, bertujuan untuk memverifikasi keakuratannya. Apabila terdapat perbedaan dalam data, Peneliti akan berdiskusi lebih lanjut dengan sumber data yang relevan atau dengan sumber lainnya guna memverifikasi ketepatan informasi tersebut, atau bahkan memastikan kebenaran seluruh data tersebut. dengan mempertimbangkan sudut pandang yang beragam.

Selain itu, triangulasi waktu dilakukan dengan memeriksa ulang data pada waktu atau situasi yang berbeda. Terkadang, hasil wawancara pada waktu tertentu dapat berbeda ketika diulang, oleh karena itu perlu dilakukan pengecekan ulang. Jika hasil pengujian menghasilkan data yang berbeda, proses pengecekan akan diulang berkali-kali hingga kepastian data ditemukan.

F. Tahap-Tahap Penelitian

Berikut adalah beberapa fase yang diikuti dalam proses penelitian:

1. Fase Persiapan Lapangan Fase ini mencakup beberapa langkah penting termasuk :⁵⁸
 - a. Pembuatan Rencana Penelitian Pada tahap ini, peneliti harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang berbagai metode dan teknik

⁵⁸ Solikin, *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum*, 80

penelitian, yang kemudian dirangkum menjadi tahapan-tahapan penelitian. Kualitas penelitian diukur berdasarkan seberapa baik pemahaman dan penyusunan teori yang teliti dalam rangka pelaksanaan penelitian.

- b. Pembuatan Daftar Pertanyaan atau Pertanyaan Fokus
 - c. Pemilihan Narasumber untuk Wawancara
2. Fase Kegiatan Lapangan Fase ini mencakup beberapa langkah utama⁵⁹, termasuk:
- a. Pemahaman Tujuan dan Konteks Penelitian Objek Penelitian
 - b. Pengumpulan Data Melalui Wawancara, Dokumentasi, dan Studi Kepustakaan
 - c. Analisis Data Sesuai dengan Prosedur yang Telah Ditetapkan
3. Fase Akhir Penelitian Fase ini mencakup beberapa langkah penting, termasuk:⁶⁰
- a. Pengorganisasian dan Penyusunan Data yang Telah Dikumpulkan
 - b. Penarikan Kesimpulan
 - c. Saran

⁵⁹ Solikin, *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum*, 81

⁶⁰ Solikin, *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum*, 81

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

Peneliti telah mengkaji penelitiannya pada lokasi penelitian yang sesuai dengan fokus penelitian peneliti. Lokasi yang telah diteliti yaitu *Predatory Pricing* yang dilakukan oleh *GrabFood* yang ada di Kecamatan Genteng, Kota Surabaya. Berikut gambaran lokasi penelitian:

1. *GrabFood* di Kecamatan Genteng, Kota Surabaya

GrabFood di Kecamatan Genteng, Kota Surabaya merupakan platform digital yang memfasilitasi warga Genteng dalam memesan makanan dari berbagai restoran dan penjual makanan lokal melalui aplikasi seluler. Layanan ini menawarkan pengiriman makanan yang cepat dan efisien, memungkinkan pengguna untuk memilih lokasi pengiriman yang sesuai dengan kenyamanan mereka.

Tujuan utama *GrabFood* di Kecamatan Genteng, Kota Surabaya adalah untuk mempermudah proses pemesanan makanan, menyediakan pengalaman belanja *online* yang aman dan nyaman, serta mendukung ekosistem makanan lokal dengan mempromosikan restoran dan penjual makanan lokal. *GrabFood* juga memudahkan pembayaran dengan *GrabPay*, layanan pembayaran digital, yang memungkinkan transaksi tanpa uang tunai. Selain itu, sering ada promo dan diskon yang menarik.⁶¹

Kecepatan pengiriman adalah salah satu keunggulan *GrabFood*, dengan banyak warga Genteng beralih ke *GrabFood* untuk memenuhi

⁶¹ Doe, *GrabFood: Mengubah Industri Pengiriman*, 25

kebutuhan makan sehari-hari secara aman. Berlokasi strategis di pusat bisnis dan perbelanjaan Surabaya, *GrabFood* di Genteng memastikan akses mudah dan cepat bagi para driver untuk mengambil dan mengirim pesanan. Teknologi canggih seperti kecerdasan buatan digunakan untuk memprediksi permintaan dan mengoptimalkan rute pengiriman, sehingga layanan menjadi lebih efisien. Selain itu, *GrabFood* juga menawarkan layanan lain seperti *GrabMart* untuk pengiriman bahan makanan dan *GrabExpress* untuk layanan kurir.

GrabFood juga berpartisipasi dalam inisiatif keberlanjutan dengan mengurangi penggunaan plastik sekali pakai dan mendukung usaha kecil dan menengah (UKM) untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Secara keseluruhan, *GrabFood* menyediakan layanan pengiriman makanan yang mudah digunakan, cepat, dan terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan konsumen di seluruh Indonesia.⁶²

2. Profil *Grab*

Profil Perusahaan : Jl. Bendungan Hilir No.114A, RT 13/06, Bendungan Hilir, Tanah Abang, Jakarta Pusat, DKI Jakarta

10210

No. Telepon : 021-80648777

Alamat Website : www.Grab.com

Alamat Email : support.id@Grab.com

Pendiri : Anthony Tan, Hoor Ling Tan

⁶² Doe, *GrabFood: Mengubah Industri Pengiriman Makanan* , 40

Kegiatan Usaha : Bergerak sebagai penyedia layanan jasa transportasi *Online*

3. Logo

Gambar 4.1 Logo GrabFood



4. Data Pengemudi dan Penjual

Tabel 4.1 Profil Pengemudi

No	Nama Pengemudi (Driver)	Jumlah Orderan
1	Krisna Amukti	553
2	Mokhammad Aris Setiawan	781
3	Yoga Setiawan Sawahan	541

Tabel 4.2 Profil Penjual

No	Nama	Berjualan	Lama Berjualan
1.	Giati	Rujak Cingur	13 Tahun
2.	Kujia Kusuma	Nasi Ayam Geprek	4 Tahun

B. Penyajian Data dan Analisis

1. Indikasi Praktik *Predatory Pricing* Pada *GrabFood* Di Kecamatan Genteng Kota Surabaya

Predatory Pricing atau praktik *Predatory Pricing* merupakan strategi bisnis di mana perusahaan menjual produk atau layanan dengan harga di bawah biaya produksi atau harga pasar dalam jangka pendek

dengan tujuan untuk mengeliminasi pesaing dari pasar.⁶³ Pada layanan *GrabFood*, *Predatory Pricing* mungkin terjadi ketika perusahaan memberikan diskon besar-besaran atau penawaran khusus yang menyebabkan harga makanan dan pengiriman menjadi jauh lebih murah dibandingkan biaya yang harus dikeluarkan oleh restoran atau biaya operasional *GrabFood* sendiri. *GrabFood* sering menawarkan diskon besar-besaran atau penawaran khusus, seperti pengiriman gratis atau potongan harga signifikan, yang mungkin tidak bisa ditandingi oleh pesaing kecil atau lokal.

Untuk mempertahankan harga rendah, *GrabFood* mungkin memberikan subsidi besar kepada pengemudi dan restoran, yang membuat layanan ini tetap kompetitif meskipun tidak menguntungkan dalam jangka pendek. Dengan menetapkan harga di bawah biaya produksi, *GrabFood* dapat menarik pelanggan dari pesaing lain yang tidak mampu menandingi harga tersebut. Pesaing yang lebih kecil mungkin dipaksa keluar dari pasar karena tidak mampu bersaing secara finansial. Setelah pesaing-pesaing tersebut tersingkir, *GrabFood* dapat meningkatkan harga kembali, yang pada akhirnya merugikan konsumen karena berkurangnya pilihan dan meningkatnya harga. Praktik *Predatory Pricing* sering mendapat perhatian dari otoritas antimonopoli dan regulator perdagangan yang mungkin menganggap tindakan ini sebagai pelanggaran hukum persaingan

⁶³ Laili Hidayati Sakdiyah, "Kerjasama Pelaku Usaha dengan Aplikasi Grabfood Merchant Menurut Undang-Undang dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah", (Bandung, Journal of Islamic Business Law, Volume 5 Issue 3 2021), 68.

yang sehat.⁶⁴ Meskipun strategi ini dapat mempercepat pertumbuhan pasar dan akuisisi pelanggan bagi *GrabFood*, potensi dampaknya terhadap persaingan yang sehat dan kesejahteraan konsumen menjadi perhatian utama bagi pembuat kebijakan dan regulator.

Dari hasil penelitian di lapangan yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yaitu dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi serta catatan-catatan yang berkaitan dengan dengan penelitian ini. Peneliti telah melakukan wawancara kepada beberapa pengemudi *GrabFood* yang bernama “Krisna Amukti Akbar” Terkait *Predatory Pricing* yang dilakukan *GrabFood*:

“Jelas tentu ,karena banyaknya customer yang tergiur karena harganya yang sangat murah apalagi jika mendapatkan gratis ongkir. Untuk harga makanan itu driver tidak ikut campur untuk masalah harga makanan karena untuk penilaian harga makanan itu pembeli ,dan klo biaya pengiriman ya terlalu rendah ,karena biaya pengiriman atau pengantaran jarak dekat itu di harga 6400. Iyaa sangat mempengaruhi karena dapat meningkatkan penghasilan kita lebih signifikan. Tidak pernah karena disisi lain kebijakan harga dan promosi dari *GrabFood* juga meningkatkan penghasilan restoran karena membuat restoran jadi banjir orderan dan membuat customer merasa harganya ramah dikantong. Ketika *GrabFood* membuat diskon besar besaran itu akan berdampak pada peningkatan ekonomi penjualan di restoran dan pendapatan di driver *GrabFood* sedangkan layanan pengiriman yang tidak mengadakan diskon besara besar akan kalah saing atau kurangnya minat pembeli karena para pembeli lebih memilih harga yang lebih murah karena adanya diskon.”⁶⁵

Sebagian besar dari wawancara diatas yaitu menurut pengemudi “Krisna” bahwa untuk pembeli sendiri banyak yang memesan disaat waktu diskon besar-besaran dan mengakibatkan banyaknya orderan yang masuk

⁶⁴ Sakdiyah, “Kerjasama Pelaku Usaha dengan Aplikasi *Grabfood Merchant* Menurut Undang-Undang dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah”.,68.

⁶⁵ Krisna Amukti, diwawancara oleh Penulis, 16 Mei 2024

kepada pengemudi. Selain itu untuk masalah harga dari pihak pengemudi tidak pernah ikut campur karena itu sudah ditetapkan oleh pihak *GrabFood* dan apabila ada diskon besar-besaran, pengemudi masih diberi gaji dari pihak *GrabFood*. Untuk saran dari pihak pengemudi yaitu agar tidak terlalu menurunkan harga karena bisa mempengaruhi restoran yang bermitra dengan *GrabFood* dan membuat *platform* lain kalah saing karena terlalu besarnya diskon yang dilakukan oleh *GrabFood*.

Peneliti telah melakukan wawancara kepada beberapa pengemudi *GrabFood* yang bernama “Mokhamad Aris Setiawan” Terkait *Predatory Pricing* yang dilakukan *GrabFood* :

“Iya benar, orderan meningkat ketika ada promo atau diskon ga seperti biasanya. Menurut saya terlalu rendah soalnya ga sebanding sama ongkos bensin nya, apalagi kalo misal dapet orderan pke promo tapi jaraknya agak jauh. Terkadang si kalo itu tapi kalo di tolak juga tambah rugi di saya nya karna ngaruh ke rating. Kalo itu masih belum pernah, soalnya menurut saya lebih menguntungkan customer. Kalo soal persaingan si pasti ada ya tpi kalo makin lama makin besar diskon nya ya driver nya rugi”⁶⁶

Sebagian wawancara yang dilakukan bersama “Mokhamad Aris Setiawan” bahwa untuk pembelian memang banyak, tetapi untuk penghasilannya tidak sebanding karena merugi di biaya bensin. Selain itu untuk complain dari pembeli sendiri tidak pernah karena penurunan harga yang dilakukan oleh *GrabFood* sangatlah menguntungkan bagi customer tetapi tidak untuk penjual. Untuk saran yang diberikan oleh pengemudi yaitu semua jual beli pastinya ada yang namanya persaingan tetapi apabila terlalu berlebihan sangat tidak sehat dalam berusaha.

⁶⁶ Mokhamad Aris Setiawan, diwawancarai oleh Penulis, 16 Mei 2024.

Peneliti telah melakukan wawancara kepada beberapa pengemudi *GrabFood* yang bernama “Yoga Setiawan Sawahan” Terkait *Predatory Pricing* yang dilakukan *GrabFood* :

“Lumayan banyak orderan dari sebelumnya ada promo. Harganya sangat rendah dari *ShopeeFood* dan *GoFood*. Untuk Pendapatan sih tidak tetapi saya kasihan dengan yang penjual yang bekerja sama dengan *GrabFood* kelihatannya akan rugi kalau harganya sangat rendah. Pernah sekali atau dua kali oleh penjual soalnya merasa rugi kan dibawah harga normal. karena saya memiliki dua akun yaitu di *Grab* dan *shopee* jadi menurut saya mending yang di *shopee* karena tidak meresahkan penjual dan tidak ada komplain.”⁶⁷

Sebagian besar wawancara bersama “Yoga Setiawan Sawahan” yaitu disaat banyaknya promo dipastikan banyaknya pembeli di *GrabFood* tetapi menurut Yoga terlalu rendahnya harga sehingga sangat merugikan penjual dan *platform* lainnya yang membuka jasa pengiriman makanan. Pengemudi juga menyampaikan bahwa sempat dua kali penjual mengeluh bahwa harganya sangat rendah dibawa harga jual.

Dari hasil penelitian di lapangan yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yaitu dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi serta catatan-catatan yang berkaitan dengan dengan penelitian ini. Peneliti juga telah melakukan wawancara kepada beberapa Pedagang yang bermitra dengan *GrabFood* yang bernama “Ibu Giati” Terkait *Predatory Pricing* yang dilakukan *GrabFood* :

“Saya merasakan dirugikan karena terlalu banyak diskon sampai merugikan saya. Iyaa di bawa produksi saya. Kalau di aplikasi lainnya tidak terlalu banyak diskon jadi saya tidak sampai rugi. Untuk jangka panjang kayaknya tidak karena terlalu beresiko untuk

⁶⁷ Yoga Setiawan Sawahan, diwawancarai oleh Penulis, 12 Mei 2024.

usaha saya. Semoga Grab seperti aplikasi lainnya karena ini sangat merugikan bagi usaha saya.”⁶⁸

Dari hasil wawancara bersama “Ibu Giati” bisa disimpulkan bahwa kebijakan diskon besar-besaran yang diterapkan oleh *GrabFood* telah menyebabkan kerugian bagi pelaku usaha. Diskon yang berlebihan membuat harga jual produk lebih rendah daripada biaya produksi, sehingga tidak menguntungkan bagi penjual. Pelaku usaha merasa bahwa kebijakan ini terlalu berisiko dan tidak berkelanjutan untuk jangka panjang. Mereka berharap *GrabFood* dapat menyesuaikan kebijakannya agar lebih seimbang seperti aplikasi lain yang tidak memberikan diskon berlebihan, sehingga tidak merugikan usaha mereka.

Dari hasil penelitian di lapangan yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yaitu dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi serta catatan-catatan yang berkaitan dengan dengan penelitian ini. Peneliti telah melakukan wawancara kepada beberapa

Pedagang yang bermitra dengan *GrabFood* yang bernama “Ibu Kujia Kusuma” Terkait *Predatory Pricing* yang dilakukan *GrabFood*:

“Saya merasa terbantu tetapi disisi lain kurang menguntungkan karena dengan adanya diskon tersebut ikut mempromosikan yang saya jual namun disisi lain turunnya omset yang saya dapatkan karena potongan yang besar dari pihak Grab. Untuk harga yang di tetapkan saat promosi masih belum bisa dikatakan dibawah biaya karena tetap mendapatkan laba meskipun hanya sedikit. Untuk layanan di *GrabFood* jika dibandingkan dalam promosi tentu sangat baik karena bisa amencapai target yang saya inginkan dibandingkan dengan marketplace lainnya. Namun untuk segi laba marketplace lainnya yang lebih unggul. Jika dilakukan diskon besar-besaran terus menerus akan merasa dirugikan dari sisi

⁶⁸ Giati, diwawancarahi oleh Penulis, 11 Mei 2024.

penjual namun jika ditetapkan diskon disaat-saat tertentu saja mungkin bisa dipertimbangkan dan akan melanjutkan kerja sama dengan GrabFood. Diberlakukan diskon saat-saat tertentu saja contohnya pada saat tanggal kembar atau sebulan sekali disaat tanggal gajian.”⁶⁹

Dari hasil wawancara bersama “Ibu Kujia Kusuma” bisa disimpulkan bahwa meskipun kebijakan diskon *GrabFood* membantu dalam mempromosikan produk dan mencapai target penjualan, diskon besar yang diterapkan juga mengurangi keuntungan penjual. Meskipun harga promosi tidak di bawah biaya produksi dan masih memberikan laba meskipun kecil, penjual merasa bahwa diskon besar-besaran secara terus menerus akan merugikan mereka dalam jangka panjang. Untuk menjaga keseimbangan antara promosi dan keuntungan, penjual menyarankan agar diskon besar hanya diterapkan pada saat-saat tertentu, seperti tanggal kembar atau waktu gajian, sehingga kerjasama dengan *GrabFood* dapat berlanjut dengan lebih menguntungkan.

Dari hasil penelitian di lapangan yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yaitu dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi serta catatan-catatan yang berkaitan dengan dengan penelitian ini. Peneliti telah melakukan wawancara kepada beberapa Driver GoFood Sebagai Pembanding platform lain yang bernama (Khoirul dan Andre) Terkait *Predatory Pricing* yang dilakukan *GrabFood*:

“Tentu saja, Menurut saya, praktik predatory pricing oleh GrabFood berdampak negatif pada persaingan dengan GoFood. Diskon besar-besaran membuat GrabFood lebih menarik bagi konsumen, sehingga pesanan di GoFood menurun. Kondisi ini

⁶⁹ Kujia Kusuma, diwawancarai oleh Penulis, 11 Mei 2024.

tidak adil karena GrabFood menggunakan kekuatannya untuk mengeliminasi pesaing. Untuk kebijakan diskon GrabFood cenderung negatif. Diskon besar-besaran menguntungkan konsumen tetapi merugikan driver, karena membuat pendapatan kami berkurang. Kami merasa tidak dilibatkan dalam kebijakan ini dan harus bekerja lebih keras hanya untuk mempertahankan pendapatan yang sama. Ya, kebijakan diskon besar-besaran GrabFood berdampak negatif pada kesejahteraan driver GoFood karena membuat konsumen lebih memilih GrabFood, sehingga orderan di GoFood berkurang dan pendapatan kami sebagai driver ikut menurun. Saya melihat diskon besar-besaran dari GrabFood membuat GoFood sulit bersaing, karena banyak konsumen yang lebih memilih GrabFood karena harga yang lebih murah, sehingga pesanan di GoFood berkurang. Ya, saya rasa praktik predatory pricing oleh GrabFood memang bertujuan untuk melemahkan posisi GoFood agar konsumen lebih memilih GrabFood dan mengurangi persaingan.”⁷⁰

Dari hasil wawancara bersama “Khoirul dan Andre” bisa disimpulkan bahwa para driver, dapat disimpulkan bahwa praktik predatory pricing yang dilakukan oleh GrabFood berdampak negatif pada persaingan dengan GoFood. Diskon besar-besaran yang ditawarkan GrabFood menarik banyak konsumen, tetapi menyebabkan penurunan pesanan di GoFood, sehingga berdampak langsung pada pendapatan para driver GoFood. Para driver merasa bahwa kebijakan diskon ini tidak adil dan merugikan kesejahteraan mereka, karena mereka harus bekerja lebih keras untuk mempertahankan pendapatan yang sama. Selain itu, banyak driver meyakini bahwa strategi GrabFood bertujuan untuk melemahkan posisi GoFood sebagai kompetitor, yang memperburuk kondisi persaingan di pasar.

⁷⁰ Khoirul dan Andre diwawancarai oleh penulis 28 September 2024.

Dari hasil penelitian di lapangan yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yaitu dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi serta catatan-catatan yang berkaitan dengan dengan penelitian ini. Peneliti telah melakukan wawancara kepada beberapa Driver ShopeeFood Sebagai Pembanding platform lain yang bernama (Ahmad, Aldi Dan Gian) Terkait *Predatory Pricing* yang dilakukan *GrabFood*:

“Ya, menurut saya, predatory pricing GrabFood berdampak negatif pada persaingan dengan ShopeeFood karena konsumen lebih memilih GrabFood yang menawarkan harga lebih murah, sehingga pesanan di ShopeeFood menjadi berkurang. Menurut kami tentang kebijakan diskon ShopeeFood umumnya positif. Diskon tersebut membantu menarik lebih banyak pelanggan, tetapi kami juga berharap agar insentif untuk driver ditingkatkan agar seimbang. Ya, kebijakan diskon besar-besaran GrabFood berdampak negatif pada kesejahteraan driver ShopeeFood, karena membuat konsumen lebih memilih GrabFood, sehingga orderan kami berkurang. Saya melihat dampak diskon besar-besaran GrabFood membuat ShopeeFood kesulitan bersaing, karena konsumen cenderung memilih GrabFood yang menawarkan harga lebih rendah. Ya, saya percaya praktik predatory pricing GrabFood bertujuan untuk melemahkan ShopeeFood agar lebih sulit bersaing di pasar.”⁷¹

Dari hasil wawancara bersama “Ahmad, Aldi Dan Gian” bisa disimpulkan bahwa para driver, dapat disimpulkan bahwa driver ShopeeFood menunjukkan bahwa praktik predatory pricing yang diterapkan oleh GrabFood memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap persaingan dengan ShopeeFood. Banyak konsumen lebih memilih GrabFood karena tawaran harga yang lebih murah, yang menyebabkan penurunan jumlah pesanan di ShopeeFood. Meskipun

⁷¹Ahmad, Aldi Dan Gian diwawancarai oleh penulis 28 September 2024

kebijakan diskon yang diberikan oleh ShopeeFood umumnya dianggap positif karena menarik lebih banyak pelanggan, para driver berharap insentif untuk mereka juga ditingkatkan agar seimbang. Selain itu, para driver merasa bahwa kebijakan diskon besar-besaran GrabFood tidak hanya berdampak buruk pada pendapatan mereka, tetapi juga bertujuan untuk melemahkan posisi ShopeeFood dalam persaingan pasar. Keseluruhan, situasi ini menciptakan tantangan bagi driver ShopeeFood untuk tetap bersaing dan mempertahankan kesejahteraan mereka.

2. Dampak *Predatory Pricing* Terhadap Pelaku Usaha Lain Yang Sehat

Predatory pricing dapat berdampak signifikan terhadap pelaku usaha yang sehat, terutama dalam konteks persaingan bisnis yang adil. Salah satu dampak utamanya adalah pengurangan persaingan, di mana pelaku usaha yang sehat mungkin tidak mampu bersaing dengan harga yang sangat rendah yang ditetapkan oleh perusahaan yang menerapkan *predatory pricing*.

Hal ini dapat menyebabkan mereka keluar dari pasar, sehingga mengurangi tingkat persaingan dan pilihan bagi konsumen. Selain itu, usaha yang sehat mungkin mengalami kerugian finansial yang signifikan karena mereka harus menurunkan harga untuk tetap kompetitif, yang mengurangi margin keuntungan mereka. Praktik *predatory pricing* juga dapat menciptakan ketidakstabilan dalam pasar, di mana pesaing yang keluar dari pasar atau menghadapi tekanan serius dapat menyebabkan

fluktuasi dalam pasokan dan permintaan, yang pada akhirnya mengganggu keseimbangan pasar.

Berdasarkan wawancara dengan pengemudi GrabFood, pedagang yang bermitra, dan pengemudi dari platform lain seperti GoFood dan ShopeeFood, dapat disimpulkan bahwa praktik predatory pricing yang dilakukan oleh GrabFood memberikan dampak signifikan terhadap pelaku usaha yang sehat di industri pengantaran makanan.

Para pengemudi GrabFood, seperti Krisna Amukti Akbar, Mokhammad Aris Setiawan, dan Yoga Setiawan Sawahan, menyatakan bahwa

“Meskipun diskon besar-besaran menarik lebih banyak konsumen, hal ini berdampak negatif pada pendapatan mereka. Diskon yang tinggi menyebabkan biaya pengantaran menjadi rendah dan berpengaruh langsung pada bagi hasil yang mereka terima, seringkali tidak sebanding dengan biaya operasional seperti bensin.”

Wawancara dengan pedagang seperti Ibu Giati dan Ibu Kujia

Kusuma mengungkapkan bahwa

“Kebijakan diskon GrabFood tidak hanya merugikan driver, tetapi juga sangat berdampak pada pedagang. Diskon yang terlalu besar membuat harga jual mereka turun di bawah biaya produksi, sehingga mereka merasa dirugikan dan menghadapi risiko kebangkrutan dalam jangka panjang.”

Meskipun Ibu Kujia mengakui bahwa promosi GrabFood meningkatkan visibilitas produk, potongan besar dari pihak Grab membuatnya sulit untuk mencapai laba yang layak.

Wawancara dengan pengemudi GoFood dan ShopeeFood menunjukkan bahwa

“Kebijakan predatory pricing GrabFood berdampak pada persaingan di pasar. Banyak pengemudi mengeluhkan bahwa diskon besar-besaran yang ditawarkan GrabFood membuat konsumen lebih memilih layanan mereka, sehingga pesanan di platform lain seperti GoFood dan ShopeeFood berkurang.”

Hal ini menciptakan ketidakadilan dalam persaingan, di mana platform dengan kebijakan diskon yang lebih bersahabat dengan pedagang dan driver tidak dapat bersaing secara efektif.

Para driver dan pedagang berharap agar kebijakan diskon dapat lebih seimbang dan tidak dilakukan secara terus-menerus. Sebagian dari mereka menyarankan agar diskon diterapkan pada waktu-waktu tertentu, seperti saat tanggal gajian atau promosi khusus, untuk meminimalisir dampak negatif terhadap kesejahteraan mereka.

Kesimpulannya yaitu, praktik predatory pricing yang dilakukan oleh GrabFood telah mengakibatkan ketidakadilan di pasar, merugikan pelaku usaha yang sehat, baik driver maupun pedagang. Dalam jangka panjang, strategi ini tidak hanya akan membahayakan kesejahteraan mereka tetapi juga dapat merusak ekosistem pasar secara keseluruhan.

Oleh karena itu, penting bagi otoritas regulasi untuk mempertimbangkan pengawasan yang lebih ketat terhadap praktik-praktik yang merugikan ini untuk menjaga persaingan yang adil dan keberlanjutan ekonomi di sektor pengantaran makanan.

C. Pembahasan Temuan

1. Indikasi Praktik *Predatory Pricing* di Kecamatan Gentang, Kota Surabaya

Dalam Temuan Peneliti di Kecamatan Gentang, Kota Surabaya seperti yang telah dijelaskan diatas Praktik *Predatory Pricing* oleh *GrabFood* telah menarik perhatian otoritas antimonopoli dan regulator perdagangan karena potensi pelanggaran terhadap hukum persaingan yang sehat. Wawancara dengan pengemudi *GrabFood*, yang disebutkan Pengemudi mengungkapkan bahwa strategi penetapan harga ini memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumen dan ekonomi para pihak yang terlibat. Konsumen cenderung tertarik pada penawaran harga yang sangat murah, termasuk gratis ongkir, yang dapat meningkatkan permintaan secara signifikan.

Munir Fuady dalam bukunya "Hukum Persaingan Usaha di Indonesia" menjelaskan bahwa *Predatory Pricing* adalah strategi di mana sebuah perusahaan menetapkan harga yang sangat rendah untuk jangka waktu tertentu dengan tujuan mengeliminasi pesaing dari pasar. Setelah pesaing tersingkir, perusahaan tersebut kemudian menaikkan harga untuk memperoleh keuntungan monopoli.⁷² Jika terbukti bahwa *GrabFood* sengaja menetapkan harga sangat rendah untuk mengeliminasi pesaing, maka *GrabFood* dapat dianggap melanggar ketentuan tentang persaingan usaha yang sehat.

⁷² Fuady, Munir. *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti. (2002),37

Dalam konteks *GrabFood*, hal ini berarti harga yang ditawarkan harus mencerminkan biaya yang sebenarnya dan konsumen harus diberikan informasi yang transparan mengenai harga dan biaya pengiriman.⁷³ Pengemudi *GrabFood* menunjukkan bahwa harga yang terlalu rendah dapat menyesatkan konsumen mengenai biaya yang sebenarnya dan dampaknya terhadap operasional dan keuntungan.

Munir Fuady dalam "Hukum Persaingan Usaha di Indonesia" menjelaskan bahwa *Predatory Pricing* melanggar UU No. 5 Tahun 1999 jika tujuannya adalah mengeliminasi pesaing untuk kemudian menaikkan harga. Hermansyah dalam "Hukum Perlindungan Konsumen" menekankan pentingnya transparansi dan kejujuran informasi mengenai harga. Harga yang terlalu rendah dapat menyesatkan konsumen dan merugikan mitra pengemudi dan penjual. Oleh karena itu, diperlukan regulasi dan pengawasan terhadap praktik harga di *platform* seperti *GrabFood* untuk memastikan persaingan yang sehat serta perlindungan konsumen dan mitra.

Munir Fuady dalam bukunya "Hukum Persaingan Usaha di Indonesia" menjelaskan bahwa *Predatory Pricing* adalah strategi di mana sebuah perusahaan menetapkan harga yang sangat rendah untuk jangka waktu tertentu dengan tujuan mengeliminasi pesaing dari pasar. Setelah pesaing tersingkir, perusahaan tersebut kemudian menaikkan harga untuk

⁷³ Hermansyah, *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group 2006), 22

memperoleh keuntungan monopoli.⁷⁴ Menurut Munir Fuady, *Predatory Pricing* melanggar UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Jika terbukti bahwa *GrabFood* sengaja menetapkan harga sangat rendah untuk mengeliminasi pesaing, maka *GrabFood* dapat dianggap melanggar ketentuan tentang persaingan usaha yang sehat. Pengemudi *GrabFood* menunjukkan bahwa harga yang terlalu rendah dapat menyesatkan konsumen mengenai biaya yang sebenarnya dan dampaknya terhadap operasional dan keuntungan.

Berdasarkan wawancara dengan pengemudi *GrabFood* dan analisis literatur hukum, kesimpulan penelitian ini adalah bahwa kebijakan harga sangat rendah oleh *GrabFood* dapat dianggap sebagai bentuk *Predatory Pricing*. Krisna Amukti Akbar menyatakan bahwa banyak konsumen tertarik dengan harga murah dan gratis ongkir, sementara Mokhammad Aris Setiawan dan Yoga Setiawan Sawahan menyebutkan bahwa harga rendah tidak sebanding dengan biaya operasional dan bisa merugikan penjual.

Menurut Peneliti dari membandingkan hasil wawancara dan literatur hukum dengan isi buku, peneliti menyimpulkan bahwa sementara kebijakan harga rendah dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan memperluas pangsa pasar, kebijakan ini perlu diimbangi dengan regulasi yang memastikan keadilan dan keberlanjutan bagi semua pihak yang terlibat. Regulasi dan pengawasan yang ketat diperlukan untuk mencegah praktik *Predatory Pricing* dan memastikan bahwa semua pihak dalam

⁷⁴ Fuady, Munir. *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2002), 37

ekosistem layanan pengiriman makanan dapat beroperasi secara adil dan berkelanjutan.

Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, praktik-praktik *Predatory Pricing* yang merugikan pesaing dapat dianggap sebagai bentuk persaingan usaha tidak sehat yang melanggar hukum⁷⁵. Pedagang mitra *GrabFood* dapat mempertimbangkan untuk melaporkan praktik *Predatory Pricing* yang mereka alami kepada otoritas yang berwenang, seperti Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), dengan merujuk pada ketentuan dalam Undang-Undang Persaingan Usaha.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan hak kepada konsumen untuk dilindungi dari praktik bisnis yang merugikan. Diskon yang ekstrem yang ditawarkan oleh *GrabFood* mungkin dianggap merugikan konsumen dengan mengurangi kualitas layanan atau produk yang mereka terima⁷⁶. Konsumen juga memiliki hak untuk dilindungi dari praktik bisnis yang merugikan menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Oleh karena itu, pihak terkait, termasuk pemerintah dan badan pengawas, mungkin perlu mengevaluasi

⁷⁵ Wirjono, I. A. *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia: Tinjauan Terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*. (Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2010), 49

⁷⁶ Komisi Nasional Perlindungan Konsumen. *Penjelasan atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Komisi Nasional Perlindungan Konsumen. 1999), 70

apakah praktik diskon yang dilakukan oleh *GrabFood* sesuai dengan ketentuan perlindungan konsumen yang ada.

Dari sini bisa dilihat bahwa Praktik *Predatory Pricing* yang dilakukan oleh *GrabFood* telah merugikan pedagang mitranya, seperti Ibu Giati dan Ibu Kujia Kusuma, dengan menyebabkan penurunan keuntungan dan dampak negatif terhadap hasil produksi serta omset. Hal ini bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Selain itu, praktik diskon yang ekstrem juga dapat merugikan konsumen dengan mengurangi kualitas layanan atau produk yang mereka terima, melanggar Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penting bagi pedagang dan pemerintah untuk mengambil tindakan yang sesuai, termasuk melaporkan praktik tersebut kepada otoritas yang berwenang dan mengevaluasi kepatuhan dengan ketentuan hukum yang ada.

Menurut Peneliti dengan membandingkan hasil wawancara dan isi buku, peneliti menyimpulkan bahwa meskipun kebijakan harga rendah dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan memperluas pangsa pasar, regulasi dan pengawasan yang ketat diperlukan untuk mencegah praktik *Predatory Pricing* dan memastikan persaingan yang sehat. Penting bagi pedagang dan pemerintah untuk mengambil tindakan yang sesuai, termasuk melaporkan praktik tersebut kepada otoritas yang berwenang

seperti Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dan mengevaluasi kepatuhan dengan ketentuan hukum yang ada, demi menciptakan ekosistem bisnis yang adil dan berkelanjutan.

Dalam penelitian mengenai praktik predatory pricing yang dilakukan oleh GrabFood di Kecamatan Genteng, Kota Surabaya, temuan wawancara dengan pengemudi dan pedagang menunjukkan bahwa strategi harga yang sangat rendah dan diskon besar-besaran adalah ciri khas dari praktik ini. Pengemudi seperti Krisna Amukti Akbar dan Mokhamad Aris Setiawan mengungkapkan bahwa penawaran harga murah dan promo gratis ongkir menarik banyak pelanggan, namun mereka tidak terlibat dalam penetapan harga.

Hal ini sejalan dengan pembahasan dalam buku "Kebijakan Harga dan Ekonomi" (KHES) oleh S. S. Santoso, yang menjelaskan bahwa predatory pricing adalah strategi di mana perusahaan menetapkan harga di bawah biaya untuk mengalahkan pesaing dan menarik konsumen.⁷⁷ Selain itu, Ibu Giati dan Ibu Kujia Kusuma, pedagang yang bermitra dengan GrabFood, menyatakan bahwa diskon yang sangat besar membuat harga jual produk mereka menjadi tidak kompetitif, yang sejalan dengan analisis dalam KHES yang menunjukkan bahwa praktik ini dapat menciptakan ketidakseimbangan dalam persaingan pasar.

Buku tersebut menekankan bahwa predatory pricing sering digunakan sebagai alat untuk memperlemah posisi kompetitor, dan praktik

⁷⁷ S. S. Santoso, *Kebijakan Harga dan Ekonom (KHES)*, (Yogyakarta:Diandra Kreatif, 2020)

ini terlihat jelas dalam konteks GrabFood, di mana strategi harga agresif dapat mengubah dinamika kompetisi di sektor pengantaran makanan. Temuan ini menunjukkan bahwa praktik predatory pricing oleh GrabFood di Kecamatan Genteng tidak hanya menarik konsumen, tetapi juga menciptakan tantangan bagi pedagang dan pengemudi dalam mempertahankan keberlanjutan usaha mereka.

2. Dampak *Predatory Pricing* Terhadap Pelaku Usaha Lain Yang Sehat

Analisis praktik predatory pricing yang dilakukan oleh GrabFood di Kecamatan Genteng, Kota Surabaya, perlu dijelaskan dalam konteks hukum dan regulasi yang ada di Indonesia, terutama terkait dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Berdasarkan wawancara dengan pengemudi dan pedagang, terlihat bahwa diskon besar-besaran yang diterapkan oleh GrabFood tidak hanya menarik perhatian konsumen, tetapi juga berdampak negatif terhadap pelaku usaha lain yang beroperasi secara sehat, seperti GoFood dan ShopeeFood. Praktik ini dapat dianggap sebagai upaya untuk menghilangkan pesaing dengan cara yang tidak adil, yang melanggar Pasal 19 huruf c UU No. 5/1999 yang melarang penetapan harga yang dilakukan dengan tujuan untuk menguasai pasar dengan cara merugikan pelaku usaha lain.⁷⁸ Misalnya, pengemudi GrabFood seperti Krisna Amukti Akbar dan Mokhammad Aris Setiawan mengungkapkan bahwa meskipun mereka

⁷⁸ N. H. Lestari, *Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), 2017. 55

mendapatkan lebih banyak orderan saat ada promo, dampak jangka panjang dari harga yang sangat rendah dapat merugikan pendapatan dan keberlangsungan usaha mereka.

Selain itu, pedagang seperti Ibu Giati menyatakan bahwa harga yang ditetapkan oleh GrabFood sering kali di bawah biaya produksi mereka, sehingga mengancam keberlangsungan usaha mereka. Sumber bacaan yang relevan untuk mendalami isu ini adalah buku "Hukum Persaingan Usaha" oleh N. H. Lestari, yang membahas tentang regulasi terkait praktik predatory pricing dan dampaknya terhadap pelaku usaha yang beroperasi secara sehat.⁷⁹

Kesimpulannya yaitu berdasarkan analisis perbandingan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa praktik diskon besar-besaran oleh GrabFood di Kecamatan Genteng, Kota Surabaya, memiliki indikasi praktik predatory pricing yang berpotensi melanggar Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Dampak negatif yang dialami pengemudi dan pedagang menunjukkan adanya ketidakadilan dalam persaingan usaha, yang bertujuan menghilangkan pesaing dengan cara yang merugikan. Oleh karena itu, penting bagi pihak berwenang untuk menegakkan regulasi terkait guna menjaga ekosistem persaingan usaha yang sehat dan adil.

Untuk membandingkan hasil wawancara dengan sumber dari buku "Kebijakan Harga dan Ekonomi" (KHES) oleh Tjiptono dan Chandra, kita perlu mengidentifikasi poin-poin kunci dari wawancara dan

⁷⁹ N. H. Lestari, *Hukum Persaingan Usaha*, 55

membandingkannya dengan teori dan konsep yang dijelaskan dalam buku tersebut.⁸⁰

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan driver GrabFood Krisna dan Mokhamad Aris Setiawan mengungkapkan bahwa diskon besar dari GrabFood meningkatkan jumlah pesanan, tetapi pendapatan per pengantaran menurun karena biaya operasional yang tinggi. Dampak yang dirasakan oleh Mitra Pedagang Ibu Giati dan Ibu Kujia Kusuma merasakan bahwa diskon besar merugikan mereka karena mengurangi margin keuntungan dan membuat bisnis mereka tidak berkelanjutan. Sedangkan Persaingan Pasar atau Pengemudi dari GoFood dan ShopeeFood mencatat bahwa GrabFood menarik pelanggan dengan diskon besar, yang mengurangi orderan di platform lain, sehingga menciptakan ketidakadilan dalam persaingan.

Buku KHES menjelaskan pentingnya menetapkan harga yang tidak hanya menarik bagi konsumen tetapi juga berkelanjutan bagi seluruh rantai nilai, termasuk produsen dan distributor.⁸¹ Diskon yang berlebihan dapat merugikan mitra bisnis dan menciptakan ketidakstabilan ekonomi. Dampak Ekonomi dari Diskon dalam KHES membahas bahwa kebijakan diskon yang tidak terencana dapat menyebabkan penurunan pendapatan bagi mitra dan pengemudi, yang sejalan dengan pengalaman yang diceritakan oleh pengemudi dan pedagang. Buku ini menjelaskan bahwa praktik predatory pricing dapat merusak struktur pasar dengan

⁸⁰ Tjiptono, F., & Chandra, G. *Kebijakan Harga dan Ekonomi*. (Yogyakarta: Andi. 2016), 40

⁸¹ Tjiptono, F., & Chandra, G. *Kebijakan Harga dan Ekonomi*. 47

menghilangkan pesaing yang lebih kecil. Hal ini konsisten dengan pengalaman pengemudi dari platform lain yang merasakan dampak negatif dari strategi harga GrabFood.

Untuk Perbandingan Hasil wawancara menunjukkan dampak negatif yang sama dengan yang dijelaskan dalam KHES. Pengemudi dan mitra pedagang merasakan efek langsung dari penetapan harga yang agresif, yang menciptakan ketidakstabilan dalam pendapatan mereka. KHES menekankan pentingnya kebijakan harga yang berkelanjutan⁸², dan wawancara menunjukkan bahwa baik pengemudi maupun pedagang merasa bahwa praktik diskon yang dilakukan oleh GrabFood tidak berkelanjutan dalam jangka panjang. Pengemudi dari platform lain merasakan dampak dari predatory pricing GrabFood, yang sesuai dengan argumen dalam KHES bahwa praktik ini dapat menciptakan ketidakadilan dan merugikan pesaing yang tidak memiliki sumber daya yang cukup untuk bersaing.

Kesimpulan Hasil wawancara dengan pengemudi dan mitra pedagang memberikan bukti empiris yang mendukung teori dan konsep yang dijelaskan dalam buku KHES. Keduanya menunjukkan bahwa praktik predatory pricing yang diterapkan oleh GrabFood berdampak negatif tidak hanya pada pengemudi dan mitra pedagang tetapi juga pada struktur persaingan pasar secara keseluruhan. Rekomendasi dari KHES untuk kebijakan harga yang lebih berkelanjutan dapat membantu

⁸²Tjiptono, F., & Chandra, G. *Kebijakan Harga dan Ekonomi*, 65

memperbaiki kondisi ini dan menciptakan ekosistem yang lebih seimbang bagi semua pihak yang terlibat.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian diatas, dapat diambil kesimpulan yakni :

1. Indikasi praktik predatory pricing yang dilakukan oleh GrabFood di Kecamatan Genteng, Kota Surabaya, terlihat jelas melalui penawaran diskon besar-besaran dan tarif pengiriman yang sangat rendah. GrabFood menarik perhatian konsumen dengan harga makanan yang jauh di bawah harga normal, terutama saat adanya promo gratis ongkir. Praktik ini menciptakan kondisi di mana GrabFood menggunakan strategi harga agresif untuk menarik konsumen, yang pada gilirannya dapat memengaruhi posisi pesaing di pasar.
2. Dampak dari praktik ini tidak hanya menurunkan volume penjualan bagi pelaku usaha yang sehat, tetapi juga mengancam keberlangsungan pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) dengan menawarkan diskon agresif yang sulit ditandingi, sehingga menciptakan ketidakadilan dalam persaingan usaha. Selain itu dapat memicu tekanan pada profitabilitas mereka, yang dapat mengakibatkan penutupan usaha dan pengurangan tenaga kerja, serta merusak ekosistem bisnis lokal secara keseluruhan.

B. Saran

Dikemukakan saran yang cocok yakni :

1. Pemerintah perlu menerapkan regulasi ketat dan meningkatkan pengawasan terhadap praktik predatory pricing pada platform pengiriman makanan untuk menjaga persaingan usaha yang sehat. Selain itu, penegakan hukum dan mediasi antara platform, mitra usaha, serta driver harus difasilitasi agar kebijakan yang diambil adil bagi semua pihak.
2. Untuk menciptakan ekosistem bisnis yang lebih adil dan berkelanjutan di Kecamatan Genteng Kota Surabaya, pelaku usaha sebaiknya mengevaluasi kerja sama dengan GrabFood dan mendiversifikasi saluran penjualan agar tidak bergantung pada satu platform, serta meminta kebijakan diskon yang realistis. Konsumen diharapkan lebih kritis dalam memilih layanan, dengan mempertimbangkan dampak jangka panjang dari penggunaan diskon besar-besaran pada pelaku usaha kecil. Driver GrabFood perlu mengadvokasi perubahan kebijakan terkait insentif dan menjaga kualitas layanan. KPPU harus meningkatkan pengawasan terhadap praktik predatory pricing, merumuskan regulasi terkait kebijakan diskon besar, dan bertindak sebagai mediator antara pelaku usaha, platform, dan driver untuk mencapai kesepakatan yang adil.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdurahman, dkk., *Fiqih Muamalah*. Jakarta: Prenada Media Group, 2010.
- Aji, A. *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Jakarta: Kencana, 2019.
- Al-Mishri, Rafiq Yunus. "Ushul Al-Iqtishad Al-Islami", *Dalam Hukum Ekonomi Syariah, Ed Rozalinda*. Jakarta: Pt Rajagrafindo Pesada, 2015.
- Bungin, Burhan. *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Rajawali, 2012.
- Dasuki, HA. Hafizh. *Ensiklopedi Hukum Islam, PT Ichtiar Baru van Hoeve*. Jakarta: FIK- IMA, 2011.
- Dr. John C. Hitt. *Predatory Pricing : A Strategic Analysis*. Columbia Business School 2010
- Ghofur, Abdul. *Pengantar Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013.
- Kahf, Monzer. *A Contribution To The Theory Of Consumer Behaviour" Dalam Studies In Islamic Economics, Ed Kursid Ahmad*. Jeddah: Islamic Fondation, 2012.
- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum (Edisi Revisi), Cet.12*. Jakarta : Prenada Media Group 2016.
- Masadi, Ghufron A. *Fiqh Muamalah Kontekstual*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Maulana, Insan Budi. *Catatan Singkat Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000.
- Praja, Juhaya S. *Filsafat Hukum Islam*. Bandung :LPPM UNIV. Islam Bandung, 2013.
- Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Hukum Ekonomi Syariah (P3EI) UII. *Hukum Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012.
- Qardhawi, Muhammad Yusuf. *Halal wal haram fil Islam. Terj. Mu'ammal Hamidy. Halal dan Haram dalam Islam*. Surabaya: PT Bina Ilmu, 1980.

- Rifa'i, Moh. *Terj Khulasoh Kifayatu al-Ahyar*. Semarang: CV. Toha Putra, 2001.
- Sabiq, Sayyid. *Terj. H. Kamaluddin, A. Marzuki, Fiqh al-Sunnah, Jilid 12*. Bandung, ALMa'arif, 2001.
- Sitompul, Asri. *Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Tinjauan terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat)*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 1999.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta : Rajawali Pers, 2014.
- Sunggono, Bambang. *Metodelogi Penelitian Hukum*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013.
- Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember*. Jember: UIN KHAS Jember, 2020.
- Wijaya, Andika. *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online*. Jakarta Timur: Sinar Grafika 2016.
- Ya'kub, Hamzah. *Kode Etik Dagang Menurut Islam (Pola Pembinaan Hidup Dalam Berekonomi)*. Bandung: Diponegoro, 2015.
- Nur Solikin , *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum* (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2021)
- Efendi, Jonaedi and Gunadi, Ismu and Lutfianingsih, *KAMUS ISTILAH HUKUM* (Prenadamedia Group, Jakarta, 2018)
- Tjiptono, F., & Chandra, G. *Kebijakan Harga dan Ekonomi*. (Yogyakarta: Andi. 2016)
- Jurnal**
- Nazhari, Akhmad Farhan dan Naufal Irkham. “*Analisis Dugaan Praktik Predatory Pricing dan Penyalahgunaan Posisi Dominan dalam Industri E-Commerce*” *Jurnal Persaingan Usaha* 13, no.1 (Juni 2023).
- P. Areeda dan D. Turner. “*Predatory Pricing and Related Practices under Section 2 of the Sherman Act*” . *Harvard Law Review* 88, no. 4 (April1975):700-703.
- Septanto, Heri. “*Ekonomi Kreatif Dan Inovatif Berbasis TIK Ala Gojek Dan Grab*” <http://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/BIICT/article/view/818> diakses pada tanggal 13 Maret 2024.

Skripsi

- Cahayani, Mimi. *“Analisis Keberadaan GoFood Dan GrabFood Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram”*. Skripsi Universitas Islam Al-Azhar, 2021.
- Eriyanti, Yolanda Eka. *“Keterkaitan Promo Gojek Dengan Konsep Predatory Pricing Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha”*. Skripsi Universitas Jember Fakultas Hukum, 2019.
- Febrina, Rezmia. *“Dampak Kegiatan Jual Rugi (Predatory Pricing) Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha”*. Skripsi Universitas Lancang Kuning, 2017.
- Fikryansyah, Mohd. *“Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan GrabFood Dalam Aplikasi Grab Berdasarkan Pasal 4 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”* . Skripsi Universitas Islam Riau, 2021.
- Kahvi, Reza Maulana. *“Analisis Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan GrabFood Di Masa Covid-19”*. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022.
- Kavilla, Fara Ayu, dan M. Hawin. *“Analisis Yuridis terhadap Praktik Predatory Pricing (Jual Rugi) dalam Sistem Perdagangan Elektronik, Dampak Serta Perlindungannya bagi UMKM Ditinjau dari Hukum Persaingan Usaha”*. Skripsi Universitas Gadjah Mada, 2023.
- Nasher, Agiel Siraj. *“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Prilaku Bisnis Jual Rugi (Predatory Pricing) di E-Commerce di Indonesia”* (Skripsi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2022)
- Pratama, Dave Avi, dan Prof. Dr. Lasiyo. *“Indikasi Praktik Predatory Pricing pada Perusahaan Startup Gojek dan Grab di Indonesia Ditinjau dari Prinsip Saling Menguntungkan dalam Etika Bisnis”* (Skripsi Universitas Gadjah Mada, 2021).

Artikel

- Doe. Jane. *“GrabFood: Mengubah Industri Pengiriman Makanan”* . 2023.
- Efendi, Jonaedi. *“Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris”*. 2016.
- Setiawan, Budi. *“Ekonomi: Prinsip dan Praktek”*. Medan, 2023.
- Setiawan, Budi. *“Studi Kasus: Dampak Predatory Pricing pada Ekosistem Makanan Lokal”* .

Setiawan, Iwan. “*Sejarah dan Pengembangan Surabaya*”. Surabaya, 2013.

Website

PT.*Grab* Indonesia. Diakses Pada 13 Maret 2024.

<https://www.Grab.com/id/about/>

PT.*Grab* Indonesia. Diakses Pada 13 Maret 2024

<https://www.Grab.com/id/terms-policies/transport-delivery-logistics/>

Peraturan Perundang-Undangan

Konsiderans Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Lampiran Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 2 Tahun 2010 tentang Pedoman Pasal 22 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tentang Larangan Persekongkolan dalam Tender.

Pasal 3 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Pasal 30 ayat (3) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bersangkutan dibawah ini :

Nama : Sri Qhamima Nur Masyitoh

NIM : 201102020016

Program Study : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq
Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi yang berjudul “**Indikasi Praktik Predatory Pricing Pada GrabFood di Kecamatan Genteng Kota Surabaya Dalam Perspektif Hukum Positif**” secara keseluruhan ialah hasil penelitian atau karya penelitian sendiri, kecuali yang terdapat bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 24 September 2024

Saya yang menyatakan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E



Sri Qhamima Nur Masyitoh

NIM : 201102020016

PEDOMAN WAWANCARA

A. Pertanyaan Untuk Pengemudi *GrabFood*

1. Apakah Anda merasakan adanya peningkatan pesanan ketika *GrabFood* menawarkan diskon besar-besaran atau promosi khusus?
2. Bagaimana pandangan Anda tentang harga makanan dan biaya pengiriman yang ditetapkan oleh *GrabFood*? Apakah menurut Anda harga tersebut realistis atau terlalu rendah?
3. Apakah Anda pernah merasa bahwa strategi diskon besar-besaran oleh *GrabFood* mempengaruhi pendapatan harian Anda secara signifikan?
4. Apakah Anda pernah menerima keluhan dari pelanggan atau restoran mengenai kebijakan harga dan promosi yang dilakukan oleh *GrabFood*?
5. Bagaimana pendapat Anda tentang persaingan antara *GrabFood* dan layanan pengiriman makanan lainnya yang tidak menawarkan diskon besar-besaran?

B. Pertanyaan Untuk Penjual

1. Bagaimana pengalaman Anda dengan kebijakan diskon dan promosi yang sering dilakukan oleh *GrabFood*? Apakah Anda merasa terbantu atau dirugikan?
2. Bagaimana pandangan Anda tentang harga makanan yang ditetapkan selama masa promosi? Apakah harga tersebut berada di bawah biaya produksi Anda?

3. Bagaimana Anda membandingkan keuntungan bekerja sama dengan *GrabFood* dengan *platform* pengiriman makanan lainnya yang tidak sering menawarkan diskon besar?
4. Apakah Anda mempertimbangkan untuk tetap beroperasi dengan *GrabFood* di masa depan jika kebijakan diskon besar-besaran ini terus diterapkan?
5. Apa saran Anda kepada *GrabFood* untuk memastikan bahwa kebijakan promosi mereka tetap adil bagi semua mitra restoran?

C. Pertanyaan untuk GoFood dan ShopeeFood

1. Menurut Anda, apakah praktik predatory pricing oleh *GrabFood* berdampak negatif pada persaingan dengan *GoFood* / *ShopeeFood* ?
2. Bagaimana tanggapan Anda atau driver lainnya mengenai kebijakan diskon yang dilakukan oleh *GrabFood/ShopeeFood* ?
3. Menurut Anda, apakah kebijakan diskon besar-besaran *GrabFood* berdampak negatif pada kesejahteraan driver *GoFood/ShopeeFood*?
4. Bagaimana Anda melihat dampak diskon besar-besaran yang diberikan *GrabFood* terhadap kompetisi dengan *GoFoodFood/ShopeeFood* ?
5. Menurut Anda, apakah praktik predatory pricing yang dilakukan oleh *GrabFood* bertujuan untuk melemahkan posisi *GoFood/ShopeeFood* sebagai kompetitor?

LAMPIRAN

Dokumentasi Wawancara Saat Observasi Lapangan Dengan Pihak KPPU



Dokumentasi Wawancara Dengan Pedangan Rujak Cingur (Ibu Giati)



Dokumentasi Wawancara Dengan Pedangan Ayam Geprek (Ibu Kujia Kusuma)



Dokumentasi Wawancara Dengan Pengemudi *GrabFood* (Mokhamad Aris Setiawan)

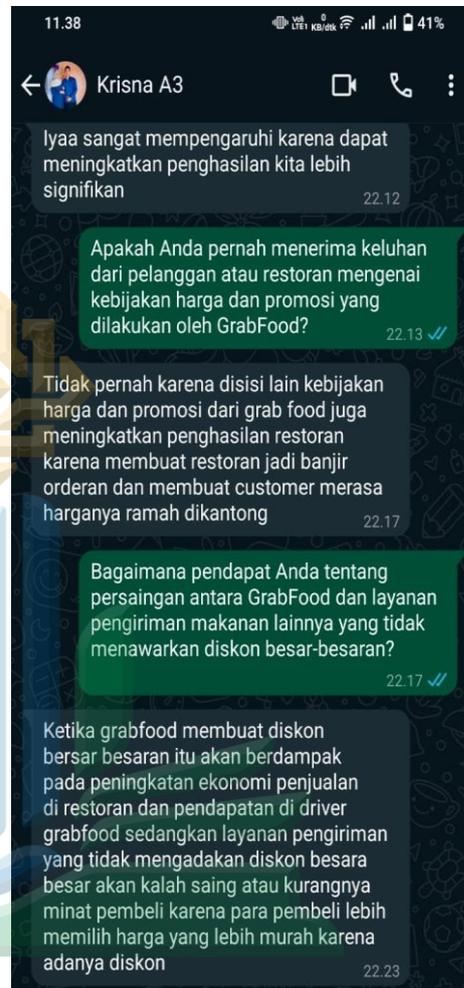
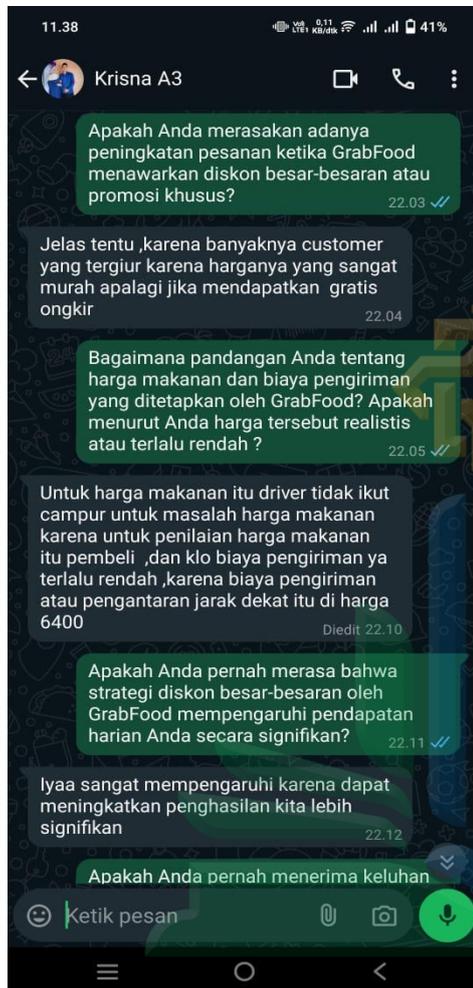


Dokumentasi Wawancara Dengan Pengemudi *GrabFood* (Yoga Setiawan
Sawahan)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Dokumentasi Wawancara Dengan Pengemudi *GrabFood* (Krisna Amukti)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Dokumentasi Wawancara Dengan Pengemudi ShopeeFood Dan GoFood



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Bukti *Predatory Pricing* yang dilakukan oleh *GrabFood*

No. Order (Pesanan) GF-124

Kami sudah menerima pesanannya!

Martabak Pecenongan 78 - Bontang

36, Jalan Polo Air 2 RT.35

Pesananmu

1x	Martabak Spesial 2 Telor Daging Sapi Telor Bebek	70.000
----	--	--------

Subtotal Rp70.000
Ongkos kirim 13.000
Biaya pemesanan 2.500
KOTA SOBAT 10rb min 40rb -10.000
Diskon Rp500 untuk ongkos kirim -500
Diskon 100% up to Rp50.000 -50.000
Diskon 20% s.d. Rp20.000 -14.000

Total Harga Rp11.000

Profil Pribadi

Batalan Pesanan

Mbahe Geprak dan Kremes - Banj...

Ongkos kirim dihitung pada 18:16:40

4x Paket Ayam Geprak Bakar sambal bawang 60.000

Yang lain pesen ini juga

Es Teh 6.000	krupuk 1.500
--------------	--------------

Subtotal Rp60.000
Ongkos kirim 11.000
Biaya pemesanan 1.000
KOTA HEMAT 10rb min 30rb -10.000
Diskon 50% s.d Rp20.000 -20.000
Discount 75% up to Rp30.000 -30.000
Diskon Rp5.000 -1.000

Eco-friendly options

Dana Netral Karbon Rp200

Total Harga **Rp11.000**
Asik, kamu hemat Rp61.000

Pesan

Pesananmu

1x	Terang Bulan Besar Original, 1/2Keju 1/2 Coklat Kacang	53.000
1x	Martabak Telur Ayam, Istimewa Telur 5 Daging Sapi	65.000

Subtotal Rp118.000
Ongkos kirim 11.000
Biaya pemesanan 1.500
KOTA HEMAT 10rb min 30rb -10.000
Discount 100% up to Rp50.000 -50.000
Diskon 50% s.d. Rp40.000 -40.000
Diskon Rp4.000 -4.000
Rp25.000 GrabGifts Food Voucher -25.000

Total Harga Rp4.500

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BIODATA PENULIS



Nama : Sri Qhamima Nur Masyitoh
NIM : 201102020016
Tempat/Tgl Lahir : Sidoarjo, 26 Mei 2001
Alamat : Dusun Jabaran, RT 007/RW003, Desa Jabaran, Kec.
Balongbendo, Kab. Sidoarjo
Jurusan/Fakultas : Hukum Ekonomi Syariah/Fakultas Syariah,
Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq

Jember
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Email : sriqhamima@gmail.com
Riwayat Pendidikan : TK Darmawanita Jabaran (2006-2008)
SDN Jabaran (2008-2014)
SMPN 2 Tarik (2014-2017)
SMAN 3 Kota Mojokerto (2017-2020)