

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern memunculkan beragam teknologi yang semakin canggih dalam segala bidang. Teknologi yang semakin canggih ini mendorong masyarakat untuk mengandalkan smartphone dalam kehidupan sehari – hari, smartphone itu mempunyai kelebihan yaitu mudah digunakan dan dibawa kemanapun serta dengan pilihan harga yang sesuai dengan kualitasnya. Di era yang serba digital ini mendorong pelaku usaha untuk menciptakan inovasi baru yang praktis dan memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Salah satunya pemanfaatan Teknologi Informasi khususnya dalam industri keuangan yang mengalami perubahan dari konvensional menjadi digital.¹

Teknologi Informasi dalam industri keuangan ini biasa disebut *Fintech* (*Financial Technology*). *Fintech* mempengaruhi gaya hidup dan mampu meningkatkan standar hidup masyarakat dunia (mengatasi kemiskinan).² *Fintech* merupakan model bisnis baru yang membantu masyarakat dalam melaksanakan transaksi keuangan tanpa mempunyai rekening bank.³ Hingga saat ini *Fintech* dapat semakin berkembang yang dipengaruhi oleh pengguna smartphone dan internet yang semakin banyak dengan tujuan lebih praktis serta efisien.

¹ Emi Amelia ,”Analisis Perilaku Minat menggunakan Mobile Payment dengan Pendekatan Technology Acceptance model 3”, Universitas Pendidikan Indonesia,2019, hal. 1.

² Ibid, hal. 1.

³ Ibid, hal. 2.

Perkembangan *Fintech* serta penggunaan *smartphone* yang semakin meningkat ini memunculkan layanan *mobile payment* yang sangat bermanfaat.⁴ Inovasi layanan *mobile payment* inilah yang memunculkan beragam aplikasi pembayaran digital dengan berbagai fungsi serta promo menarik salah satunya OVO. OVO hanya salah satu dari jasa pembayaran digital yang berbasis aplikasi dari sekian banyaknya aplikasi dompet digital lainnya yang sering digunakan oleh masyarakat. OVO merupakan aplikasi pembayaran digital yang memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam berbagai transaksi. OVO didirikan pada tahun 2017 dan dikelola oleh PT Visionet Internasional.⁵

Sebelum adanya OVO maupun aplikasi pembayaran digital lainnya, masyarakat masih menggunakan uang cash, kartu debit, kartu kredit maupun alat pembayaran lainnya untuk melakukan transaksi. Setelah OVO maupun aplikasi pembayaran digital lainnya muncul sedikit demi sedikit berbagai dompet digital ini membuat masyarakat tidak perlu membawa uang tunai lagi dan bertransaksi menjadi lebih praktis. OVO telah menjalin kerja sama dengan banyak sekali *merchant* (restaurant, supermarket, toko alat tulis, salon,dll). Hingga saat ini OVO sudah bekerja sama dengan kurang lebih 600.000 *merchant* di seluruh Indonesia dan kurang lebih 500.000 diantaranya ialah UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah).⁶ Aplikasi OVO mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi dalam berbagai hal dari belanja, membeli atau membayar pulsa, listrik, kuota internet, membayar parkir, membayar BPJS,dll. OVO juga memberikan pilihan dalam melakukan pembayaran menggunakan *pay later* (bisa di bayar di kemudian hari) dengan limit yang cukup besar.

⁴ Ibid, hal. 5.

⁵ Ahmad Iliyini, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan terhadap keputusan Penggunaan OVO PT Visionet Data Internasional”, Universitas Diponegoro, 2019, hal. 2.

⁶ Aditya L Djono, “Ovo menjadi Perusahaan Jasa Layanan “Fintech” Terintegrasi Terbesar”, <https://www.beritasatu.com/aditya-l-djono/ekonomi/661163/ovo-menjadi-perusahaan-jasa-layanan-fintech-terintegrasi-terbesar> ,diakses 31 Oktober 2020.

Hingga saat ini OVO menjadi alat pembayaran tunggal selain *cash* yang dapat digunakan untuk membeli makanan misalnya di Food Junction Universitas Pelita Harapan, koperasi gedung B, pembayaran denda keterlambatan pengembalian buku di perpustakaan Universitas Pelita Harapan yang sebelumnya menggunakan NOBU. OVO juga digunakan untuk membayar parkir di Universitas pelita Harapan yang sebelumnya hanya dapat menerima pembayaran *cash*.

Bahkan OVO sudah berhasil menjadi *startup unicorn* (perusahaan yang memiliki nilai valuasi minimal sebesar USS 1 milyar) yang memiliki valuasi USD 2,9 milyar atau sekitar 40,9 triliun rupiah.⁷ Indonesia memiliki 5 (lima) *startup* yang telah berstatus *unicorn* (Gojek valuasi USD 10 milyar, Tokopedia valuasi USD 7 Milyar, Traveloka valuasi USD 2 Milyar, Bukalapak valuasi USD 1 Milyar, OVO valuasi USD 2,9 Milyar)⁸, bahkan salah satunya telah berstatus *decacorn* (Gojek valuasi USD 10 milyar).

OVO menggunakan metode *Two Sided Market* (pasar dua sisi) yaitu merupakan sebuah metode ekonomi yang memiliki dua sisi pasar pengguna yang saling berkaitan dan memberikan manfaat antara satu dengan lainnya. Penggunaan metode ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah konsumen yang menjadikan OVO sebagai alat pembayaran digital.⁹ Dari berbagai alat pembayaran digital yang ada konsumen lebih memilih menggunakan OVO dalam bertransaksi khususnya dalam penggunaan aplikasi Grab. Sama halnya dengan Grab yang menjadikan OVO sebagai alat pembayaran utama dalam menggunakan layanan yang disediakan oleh Grab (Grabcar, Grabbike, Grabfood,dll).

⁷ Syafni Dawaty, “UNICORN”, Universitas Raharja, 2 Desember 2020.

⁸ Ibid.

⁹ “Two-Sided Market Defined”, <https://www.investopedia.com/terms/t/two-sidedmarket.asp>, Diakses pada 17 Maret 2020, 2020).

Grab merupakan sebuah aplikasi dengan berbagai layanan yang ditujukan kepada masyarakat. Awalnya Grab didirikan oleh Anthony Tan dan Hooi Ling Tan di Malaysia dan mereka memiliki ide untuk membuat aplikasi pemesanan transportasi (taksi), kemudian aplikasi yang mereka ciptakan dinobatkan dalam ajang *Harvard Business School's*.¹⁰ Pada Juni 2012 Grab telah hadir di Indonesia sebagai aplikasi pemesanan taksi serta beragam pilihan transportasi yang tersedia (mobil maupun ojek).¹¹ Perkembangan bisnis Grab yang sangat cepat ini memunculkan beragam layanan yang menawarkan pilihan layanan dalam pemesanan makanan, pengiriman barang, pembelian pulsa dan data serta pembayaran berbagai tagihan,dll.

Grab juga memiliki beberapa cara pembayaran yang diawali dengan uang tunai sehingga Grab membuat pembayaran semakin mudah dengan adanya grabpay (alat pembayaran non tunai hanya di Grab). Di pertengahan tahun 2018, Grab bekerja sama dengan OVO sebagai alat pembayaran saat bertransaksi di Grab.¹² Grab menawarkan penggunanya untuk menggunakan OVO sebagai alat pembayaran jika ingin mendapatkan promo diskon pada setiap layanan yang ditawarkan. Adanya kerja sama antara OVO dan Grab saling menguntungkan kedua pihak serta mendorong masyarakat untuk *cashless* agar mempercepat Indonesia menuju ekonomi digital.¹³

Tidak hanya sebagai alat pembayaran di Grab, OVO juga dapat digunakan untuk belanja *online* di aplikasi Tokopedia. Tokopedia merupakan perusahaan *online* yang didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada 17 Agustus 2009 yang berhasil menjadi

¹⁰ Sayyidi, “Analisis Layanan Ojek Online PT. Grab Indonesia Wilayah Surabaya dalam Perspektif Bisnis Islam”, *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, Vol 3, Nomor 1 Januari 2020, hal. 149.

¹¹ Ibid.

¹² Dea Chadiza Syafina, “Ada Gurita Lippo di Balik Strategi Grab gandeng OVO”, <https://amp.tirto.id/ada-gurita-lippo-di-balik-strategi-grab-gandeng-ovo-cPdN> ,diakses 31 Oktober 2020.

¹³ Dinda Ayu Widiastuti, “Ovo jalin kerjasama dengan 4 perusahaan, Grab salah satunya”, <https://.tek.id/tek/ovo-jalin-kerja-sama-dengan-4-perusahaan-salah-satunya-b1U2p9bND> ,diakses 31 Oktober 2020.

perusahaan internet di Indonesia dengan pertumbuhan yang sangat pesat.¹⁴ Pada tahun 2016 Tokopedia berhasil menghadirkan produk *Fintech* yang terdiri dari dompet digital (toko cash), investasi terjangkau, kredit modal bisnis, kartu kredit virtual, investasi,dll. Hingga akhirnya Tokopedia bekerja sama dengan OVO yang merupakan salah satu aplikasi pembayaran digital yang paling banyak digunakan.¹⁵ Tokopedia mengganti Tokocash menjadi OVO dengan tujuan pengguna Tokopedia yang juga merupakan pengguna OVO dapat bertransaksi dengan mudah di platform Tokopedia.¹⁶ Tokopedia juga memberikan promo menarik bagi penggunanya yang bertransaksi menggunakan OVO.

Selain kemudahan dalam pembayaran serta beragam promo yang ditawarkan oleh OVO, terdapat dugaan bahwa tindakan yang dilakukan oleh OVO dalam praktik bisnisnya terindikasi pelanggaran yang dapat menimbulkan dampak negatif. Terkait dengan aturan dalam undang – undang nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat yang mengatur tentang perjanjian yang dilarang dan kegiatan yang dilarang.

Berdasarkan pasal 1313 KUHPerdara menyatakan bahwa :

“Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.”

Dalam UU nomor 5 tahun 1999 ini mengatur secara khusus apa yang dimaksud perjanjian.

Berdasarkan pasal 1 angka 7 UU Antimonopoli yang dimaksud

¹⁴ Anita Tobagus, “Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Satisfaction pada Pengguna di Situs Tokopedia”, AGORA, Vol 6, nomor 1 (2018), hal. 2.

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Nuriman Jayabuana, “Ini Alasan Tokopedia mengganti Tokocash menjadi OVO”, <https://teknologi.bisnis.com/read/20181108/105/857731/ini-alasan-tokopedia-mengganti-tokocash-menjadi-ovo> ,diakses 31 Oktober 2020.

“Perjanjian adalah suatu perbuatan satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikatkan diri terhadap satu atau lebih pelaku usaha lain dengan nama apapun, baik tertulis maupun tidak tertulis”.

Perjanjian yang tidak tertulis umumnya dianggap tidak begitu kuat ketika ingin digunakan sebagai alat bukti di pengadilan namun masuknya perjanjian tidak tertulis sebagai bukti adanya kesepakatan yang dilakukan oleh para pelaku usaha dalam Hukum Persaingan Usaha adalah hal yang tepat dan sesuai dengan rezim Hukum Persaingan Usaha yang berlaku di berbagai Negara. Berbeda dengan perjanjian kerja sama diantara para pelaku usaha tidak semuanya membuat perjanjian secara tertulis yang dapat dibuktikan jika bertentangan dengan Undang – undang nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat.

Larangan kegiatan dalam UU Antimonopoli ini pada dasarnya dilihat dari aspek perbuatan hukum yang dilakukan oleh pelaku usaha yang menyebabkan persaingan usaha tidak sehat. Perbuatan hukum menurut Logemann adalah perbuatan hukum itu perbuatan yang bermaksud menimbulkan kewajiban hukum (melenyapkan atau mengubah kewajiban hukum). Dapat disimpulkan bahwa perbuatan hukum adalah perbuatan yang sengaja dilakukan oleh subjek hukum dan menimbulkan akibat hukum. Kegiatan yang dilarang dapat dikatakan sebagai perbuatan melawan hukum jika memenuhi semua unsur perbuatan melawan hukum. Unsur perbuatan melawan hukum pada pasal 1365 KUHPerdara¹⁷ : adanya suatu perbuatan, perbuatan melawan hukum, adanya kesalahan dari pihak pelaku, adanya kerugian bagi korban, adanya hubungan kausalitas antara perbuatan dengan kerugian.

¹⁷ Pasal 1365 KUHPerdara.

Banyaknya bidang usaha yang bermunculan mengakibatkan persaingan antar pelaku usaha yang satu dengan pelaku usaha lainnya. Persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang wajar dan memang hal tersebut tidak dapat dihindari oleh para pembisnis. Adanya persaingan tidak sehat inilah yang membuktikan persaingan dalam dunia bisnis ini dapat merugikan konsumen maupun pelaku usaha lainnya. Faktanya cara yang tidak sehat dalam memajukan bisnis adalah hal yang biasa dilakukan oleh mereka yang menginginkan bisnisnya meningkat.¹⁸ Padahal pelaku usaha di Indonesia harus menjalankan usahanya didasarkan adanya sistem ekonomi pancasila yang memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha maupun kepentingan umum.¹⁹

Praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat dalam sebuah usaha dapat memberikan resiko yang tidak baik. Persaingan usaha yang tidak sehat akan mengakibatkan berkurangnya persaingan antar pelaku usaha, terjadi monopoli dan terjadi eksploitasi konsumen dengan menjual barang mahal tanpa kualitas yang sesuai. Dampak negatif yang ditimbulkan oleh penyalahgunaan posisi monopoli tidak hanya berdampak langsung kepada konsumen melainkan pada kesejahteraan pasar secara menyeluruh²⁰, sehingga diperlukan pengaturan yang mengatur tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Oleh karena itu, Pemerintah membuat aturan tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Undang - Undang nomor 5 tahun 1999 ini mengatur tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang akan menjadi patokan pelaku usaha untuk cermat dalam resiko yang akan terjadi dalam menjalankan usahanya.

¹⁸ “ Monopoli dan Perbuatan Curang” (<https://www.hukumonline.com/berita/baca/hol8378/monopoli-dan-perbuatan-curang/>, Diakses pada tanggal 25 Februari 2020,2020)

¹⁹ Ahmad Yani dan Gunawan Widjaja, *Anti Monopoli*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 1999),hal 4.

²⁰ Peraturan KPPU nomor 11 tahun 2011 tentang Pedoman pasal 17 Undang – Undang Antimonopoli.

Berdasarkan pasal 1 angka 2 dalam Undang – Undang nomor 5 tahun 1999 yang dimaksud dengan praktek monopoli:

“Pemusatan kekuatan ekonomi oleh salah satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan/atau pemasaran atas barang dan/atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum”.²¹

Praktik Monopoli pada dasarnya adalah pemanfaatan posisi dominan antara satu atau beberapa pelaku usaha untuk menguasai secara nyata suatu pasar, sehingga dapat menentukan harga barang dan atau jasa.²² Sedangkan monopoli merupakan suatu kegiatan dimana satu orang atau kelompok tertentu menguasai pasar dan mengendalikan harga.

Undang – Undang Anti Monopoli bukan melarang pelaku usaha untuk menjadi perusahaan besar, namun mendorong pelaku usaha agar dapat bersaing pada pasar yang bersangkutan. Persaingan inilah yang mengacu pada pelaku usaha untuk melakukan efisiensi serta inovasi untuk menghasilkan produk yang berkualitas dengan harga yang kompetitif dibandingkan dengan kualitas produk serta harga jual dari pesaingnya.²³

Penentuan pasar bersangkutan (*relevant market*) secara tepat sangat diperlukan untuk mengukur struktur pasar dan batasan dari perilaku anti persaingan yang dilakukan. Dengan mengetahui pasar bersangkutan maka dapat diidentifikasi pesaing nyata dari pelaku usaha dominan yang dapat membatasi perilakunya. Seperti yang tertulis di Undang – Undang nomor 5 tahun 1999 pasal 1 angka 10 mendefinisikan pasar bersangkutan sebagai :

²¹ Undang – Undang nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat.

²² Galuh Puspaningrum, *Hukum Persaingan Usaha*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2013), hal. 103.

²³ Andi Fahmi Lubis, *Hukum Persaingan Usaha : Antara Teks dan Konteks*, (Jakarta: GTZ,2009),hal. 166.

“Pasar bersangkutan adalah pasar yang berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu oleh pelaku usaha atas barang dan atau jasa yang sama atau sejenis atau substitusi dari barang dan atau jasa tersebut”.

Dapat disimpulkan bahwa pasar bersangkutan merupakan batasan persaingan baik secara geografis (*geographic relevant market*) maupun ketersediaan alternatif produk (*product relevant market*) sehingga memungkinkan terjadinya proses substitusi antarproduk²⁴. Aspek geografis menyangkut tempat atau area dimana penjual dan pembeli berada, sedangkan aspek produk yang menyangkut keberadaan produk yang akan di berikan ke pasar itu sendiri.

Peranan peraturan perundang – undangan di bidang persaingan usaha akan memegang peranan yang strategis dalam menciptakan tatanan serta norma dalam menjalankan suatu kegiatan ekonomi, sehingga tercipta suatu arena bagi pelaku usaha untuk bersaing secara sehat. Persaingan sehat itu diperlukan yang mengungkapkan suatu pendapat bahwa monopoli mengakibatkan terjadinya penurunan kesejahteraan dikarenakan kesalahan alokasi terhadap sumber daya yang ada.²⁵ Oleh karena itu, hukum persaingan usaha itu diperlukan karena berfungsi untuk mengontrol semua kekuatan ekonomi dari para pelaku usaha agar tercipta persaingan usaha yang sehat.

Hal ini sesuai dengan UU Antimonopoli yang di buat dengan tujuan menegakkan aturan hukum dan memberikan perlindungan yang sama bagi setiap pelaku usaha.²⁶ Undang – Undang Antimonopoli ini mempunyai peranan yang sangat penting dan strategis untuk menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi nasional sebagai upaya meningkatkan

²⁴ Peraturan KPPU nomor 3 tahun 2009 tentang Pedoman penerapan pasal 1 angka 10 tentang pasar bersangkutan berdasarkan Undang – Undang Antimonopoli.

²⁵ Op. cit., hal. 59.

²⁶ Ahmad Yani dan Gunawan Widjaja, op. cit., hal. 8.

kesejahteraan masyarakat, mencegah praktik monopoli atau persaingan usaha yang tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha, terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.²⁷ Pelaku usaha yang dalam menjalankan bisnisnya melakukan kecurangan sehingga membuat Lembaga Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) turut campur untuk membuktikan pelanggaran yang terjadi. KPPU merupakan sebuah Lembaga independen yang tugasnya mengawasi para pelaku usaha dalam kegiatannya agar tidak melakukan persaingan usaha yang tidak sehat.

Terkait dengan putusan KPPU dalam Perkara Nomor 13/KPPU-I/2019 mengenai Grab dan PT TPI, penulis tertarik untuk menulis skripsi mengenai dugaan pelanggaran yang dilakukan oleh OVO dalam praktik bisnisnya. Berdasarkan pelanggaran yang dilakukan oleh Grab dan PT TPI dapat dianalogikan terhadap praktik bisnis OVO. Khususnya dalam pasal 19 yang secara tidak langsung dilakukan oleh OVO dalam menjalankan praktik bisnisnya. Pasal 19 tentang penguasaan pasar yang diatur dalam UU Antimonopoli ini berimplikasi dengan pasal 25 tentang posisi dominan. Oleh karena itu, penulis mengkajinya dalam bentuk skripsi dengan judul “Analisis Yuridis mengenai Dugaan Penerapan pasal 19 huruf b jo pasal 25 dalam Undang – Undang nomor 5 tahun 1999 terhadap Praktik bisnis OVO”. Hingga penulisan skripsi ini pihak Grab dan PT TPI (Teknologi Pengangkutan Indonesia) sedang mengajukan perkara nomor 13/KPPU-I/2019 ke Pengadilan Negeri.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah penulis paparkan di atas, maka penulis merumuskan pokok permasalahannya sebagai berikut :

²⁷ Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia , Dalam Teori dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012),hal. 4-5.

Berdasarkan putusan KPPU (Perkara Nomor 13/KPPU-I/2019), mengenai Grab dan PT TPI apakah terhadap OVO dalam menjalankan transaksi digital dengan mitra usahanya dapat didakwakan, pasal 19 huruf b jo pasal 25 berdasarkan Undang – Undang nomor 5 tahun 1999?

1.3 Tujuan penelitian

Penelitian skripsi ini merupakan penelitian hukum yang memiliki tujuan sebagai

1. Untuk menganalisa tindakan yang dilakukan oleh OVO dan para mitra usahanya.

1.4 Manfaat Penelitian

Perumusan dari manfaat penelitian mempunyai tujuan untuk menilai bagaimana manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini. Beberapa manfaat yang akan didapat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu hukum dan menambah kajian ilmu hukum yang berkaitan dengan hukum persaingan usaha, khususnya yang berkaitan dengan permasalahan persaingan usaha tidak sehat maupun praktik monopoli.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna sebagai sarana peneliti agar dapat menerapkan Hukum Persaingan Usaha yang telah dipelajari selama kuliah dan untuk menambah pengetahuan peneliti tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi baru kepada pembaca tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan usaha tidak Sehat dan dapat menjadi panduan untuk mencegah terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

1.5 Sistematika Penelitian

Untuk lebih mempermudah dan memahami keseluruhan materi yang dituangkan di dalam skripsi ini, maka sistematika penulisannya mengacu pada pedoman penulisan karya ilmiah (skripsi) program Strata I (S-1) Ilmu Hukum Universitas Pelita Harapan. Skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab yang saling terkait satu dengan yang lainnya. Untuk lebih jelasnya, maka akan diuraikan dalam sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terbagi dalam 5 (lima) sub bab, yaitu : Latar Belakang yang menguraikan mengenai tindakan yang dilarang dan perjanjian yang dilarang yang diduga dilakukan oleh Grab bersama OVO, Rumusan Masalah yang menjadi titik tumpu dan basis penelitian, Tujuan Penelitian yang merupakan pencapaian dari penelitian ini, Manfaat Penelitian yang diharapkan penulis bisa berguna bagi pembaca, dan Sistematika Penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terbagi menjadi 2 (dua) sub bab, yaitu Kerangka Teori dan Kerangka Konseptual, dimana dalam bab ini penulis menguraikan pengertian dari *Two*

Sided Market (pasar dua sisi), posisi dominan, penjelasan mengenai *rule of reason* dan *per se illegal* serta pengaturan mengenai larangan praktek monopoli serta peraturan – peraturan yang terkait di dalam penulisan skripsi ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terbagi menjadi 6 (enam) sub bab, yaitu Pengertian Metode Penelitian, Jenis Penelitian Hukum, Jenis Data, Teknik Pengumpulan Data, Sifat Analisa dan Hambatan yang dihadapi oleh penulis dalam penelitian (materi yang digunakan penulis untuk membuat tulisan ini).

BAB IV HASIL PENELITIAN dan ANALISIS

Dalam Bab IV ini berisi penjelasan penulis serta hasil analisa dari penelitian yang dilakukan dengan tujuan menjawab permasalahan yang didasarkan dengan teori serta dasar hukum yang telah ditetapkan.

BAB V PENUTUP

Dalam Bab ini, penulis menguraikan kesimpulan sebagai jawaban atas rumusan masalah dalam penelitian ini, serta saran penulis yang dapat diberikan terkait dengan aplikasi pembayaran digital (OVO) terhadap para mitra usahanya.