

REGULATING DISRUPTIVE INNOVATION: PLAUSIBILITY AND FAIRNESS *)

Oleh: Munrokhim Misanam

Komisioner KPPU RI **)

Inovasi merupakan suatu ciri pembentuk bisnis masa kini yang menengarai era eksponensial yang mana perubahan tidak lagi bisa dihitung dengan pola pertambahan maupun perkalian namun sudah mengikuti pola pemangkatan (*powering*) mengikuti konsep matematika dalam pemangkatan suatu bilangan. Kalau pada waktu yang lalu jargon bisnis yang mengemuka adalah *diffentiate or die* sekarang menjadi *innovate or die*. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya inovasi dalam dunia bisnis.

Sebelum masuk pada pokok pembahasan perlu kiranya di sini diberikan terlebih dahulu mengenai perbedaan antara *invention* (penemuan) dan inovasi. Hal ini dirasa penting mengingat perbedaan antara keduanya mempunyai implikasi yang berbeda pada area bisnis dan kompetisi. Pada pokoknya *invention* adalah penemuan yang baru sama sekali. Dalam kurun waktu-waktu yang lampau sejarah mencatat adanya berbagai penemuan, antara lain penemuan bola lampu oleh Edison, ketel uap oleh James Watt, Telephone oleh Alexander Graham Bell, dll. Sifat *invention* atau penemuan menemukan sesuatu yang tadinya tidak ada menjadi ada. Bisa digambarkan bahwa penemuan adalah perubahan dari angka 0 (nol) menjadi angka 1 (satu).

Sementara inovasi mengubah sesuatu yang sudah ada menjadi meningkat nilainya yang bisa digambarkan sebagai perubahan dari angka 1 (satu) menjadi angka 4(empat) atau angka 9(sembilan) atau berapapun bergantung pada derajat manfaat yang ditimbulkannya. Adapun karakteristik dari inovasi itu sendiri bisa dibedakan antara inovasi yang biasa yang lebih bersifat *big improvement* di area yang sama. Jenis yang lain adalah inovasi yang akibatnya mampu mengganggu (*disrupt*) pola-pola lama yang pada periode waktu sebelumnya sudah terbentuk secara mapan. Dilihat dari sisi

ekonomi inovasi jenis ini bisa menghasilkan manfaat yang sangat besar pada perekonomian atau jika digambarkan dalam grafik dia menunjukkan pola *exponential*.

Sebagaimana sifatnya yang mengganggu, *disruptive innovation* yang terjadi pada area bisnis menimbulkan adanya shock baik pada pelaku *incumbent* maupun pada sisi konsumen. Sebagai gambaran mengenai hal ini adalah kemunculan moda transportasi berbasis aplikasi. Hal ini ditandai oleh munculnya taksi Uber. Taksi Uber ini tidak asli Indonesia melainkan berasal dari San Francisco, CA. Jasa transportasi ini berbasis pada aplikasi IT di mana calon penumpang diberi informasi mengenai harga yang harus dibayar untuk tujuan yang diminta. Jika harga tersebut disetujui oleh calon penumpang maka yang bersangkutan akan memesan jasa uber dan armada akan menjemput penumpang pada lokasi yang ditunjukkan oleh GPS.

Model bisnis yang mereka bangun adalah menghubungkan pemilik mobil dengan calon penumpang melalui aplikasi on-line. Dengan demikian maka mereka memposisikan diri mereka hanya sebagai pemilik aplikasi yang akan memungut fee dari pembayaran yang dilakukan penumpang. Walaupun hanya memposisikan diri sebagai pemilik aplikasi namun mereka sepenuhnya memegang kontrol pada bisnis mereka. Hal ini ditunjukkan oleh hak untuk menentukan harga dan berbagai kebijakan perusahaan yang sepenuhnya ada di tangan mereka. Sementara para pemilik taksi yang menjadi rekanan harus memenuhi semua aturan yang telah mereka tetapkan. Aturan-aturan yang mereka tetapkan tidak hanya sebatas tarif saja namun juga mengenai promo, kontrol kualitas dan pembayaran.

Hal yang demikian kemudian disusul oleh kemunculan Grab jek dan Go Jek yang mana yang terakhir adalah merupakan perusahaan pemula baru yang asli Indonesia walaupun pada awalnya mereka berdua ini memberikan jasa ojek. Namun di belakang hari mereka kemudian juga menawarkan jasa untuk transportasi mobil.

Kemunculan mereka ini tidak saja menarik perhatian banyak orang namun juga menyentak dan mengubah dengan sangat cepat situasi bisnis pada area ini. Umumnya para pelaku usaha dan mereka yang terlibat di dalamnya tidak cukup siap untuk menghadapi perubahan peta persaingan yang demikian cepat. Hal ini ditunjukkan dengan adanya berbagai demo yang dilancarkan oleh pihak-pihak yang tidak setuju dengan kemunculan ini. Ketidak siapan atau bisa dikatakan sebagai perasaan terancam ini mereka ekspresikan melalui tuntutan kepada pemerintah untuk melakukan suatu tindakan yang pada intinya ditujukan untuk membatasi ojek on-line.

Memang terdapat pro dan kontra dalam masyarakat atas kemunculan pelaku-pelaku usaha yang baru dengan model bisnis yang baru pula. Berbeda dengan *incumbent* yang merasa terancam konsumen merasa diuntungkan. Hal ini disebabkan tidak saja proses pemesanan taxi atau ojek menjadi lebih mudah namun juga tarifnya yang terbilang murah yang terpaut mencolok jika dibandingkan dengan taxi konvensional. Lebih dari itu calon penumpang bisa memilih jenis kendaraan yang akan dipakai, dari yang biasa hingga yang premium.

Selain itu pada umumnya konsumen merasakan bahwa kualitas dari jasa yang diberikan memuaskan. Hal ini bisa dilihat dari "kekuasaan" yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen untuk memberikan penilaian terhadap seorang driver dari taxi on-line. Di tangan penumpang karier seorang driver bisa berlanjut atau habis. Hal ini berpulang pada driver yang bersangkutan. Jika dia tidak mampu membahagiakan konsumen maka dipastikan akan memperoleh penilaian buruk yang akan menjatuhkan reputasi driver dalam perusahaan dan begitu juga sebaliknya.

Pergeseran Peta Persaingan

Belum lagi masalah keterkejutan ini bisa diatasi oleh para pelaku usaha *incumbent*, di pasar telah pula terjadi adanya pergeseran peta persaingan. Pelaku usaha *incumbent*

yang tadinya mengira bahwa perkembangan yang terjadi ini tidak akan mengimbas pada sektor yang mereka tekuni, namun ternyata tidak demikian. Katakanlah pelaku usaha angkutan kota yang biasa disebut angkot, mereka mengira bahwa Grab-Jek maupun Go-jek tidak akan berpengaruh pada sektor yang mereka kuasai. Anggapan ini bisa terbentuk karena kondisi sebelumnya yang dibentuk oleh teknologi beserta mekanisme mekanisme yang menyertainya pada waktu-waktu sebelumnya> Pada waktu-waktu yang lalu pasar dari taksi, angkot dan ojek adalah terpisah, walaupun ada interseksi di antara mereka *magnitude* nya tidak *substansial*. Taksi konvensional mempunyai konsumen dengan karakteristik pendapatan kelas menengah yang melakukan perjalanan yang jaraknya relatif jauh dan kecepatan waktu menjadi pertimbangan. Adapun karakteristik konsumen angkot adalah konsumen dengan pendapatan rendah yang melakukan perjalanan jarak relatif lebih pendek dan bisa menerima waktu tempuh yang lebih lama. Adapun ojek pangkalan biasanya mengangkut penumpang untuk tujuan-tujuan yang tidak dijangkau oleh angkot atau di kota-kota besar biasanya dipakai dalam keadaan ekstrem, misalnya dalam keadaan macet parah. Biasanya pengguna ojek konvensional ini rela membayar dengan tarif yang jauh lebih mahal dibanding dengan angkot.

Dari pemaparan di atas bisa dirasakan bahwa pasar diantara ketiga moda transport tidaklah sama sehingga kemunculan ojek dan taksi on-line awalnya tidak dirasakan sebagai ancaman oleh pelaku usaha angkot. Namun pada prakteknya perkembangan menunjukkan hal yang sebaliknya. Penumpang yang tadinya harus jalan kaki berangkat dari rumah untuk menuju pangkalan angkot menjadi tidak perlu melakukan hal itu ketika dia naik ojek on-line. Diapun yang tadinya harus pindah angkot dua atau tiga kali untuk mencapai tujuan maka dengan naik ojek on-line mereka bisa langsung sampai tujuan. Ditilik dari sisi biaya pun ojek on-line sangat terjangkau sehingga banyak penumpang angkot yang pindah menggunakan ojek on-line dan para pelaku angkotpun merasakan imbas yang besar.

Masalah Regulasi

Ketika tekanan semakin besar dirasakan oleh pelaku usaha incumbent maka seperti biasanya mereka mengadukan masalahnya ke pemerintah. Di sisi lain pemerintah pun masih belum memahami sepenuhnya keadaan yang sedang terjadi dan terus berkembang. Bahkan pemerintah terkesan gagap dalam menangani hal tersebut. Hal ini bisa dilihat bagaimana transportasi berbasis aplikasi yang pada waktu itu dihadapkan dan sekaligus dinilai berdasar regulasi yang ada pada waktu itu yang belum diubah sehingga mereka terkesan seperti tidak memenuhi dan tidak mematuhi aturan yang berlaku.

Memang masalah regulasi ini menjadi masalah yang pelik bagi pemerintah. Regulasi resmi pemerintah pernah keluar yang isinya melarang ojek on-line. Namun kebijakan tersebut mendapat tentangan yang sangat kuat dari publik yang kemudian tidak kurang Presiden RI sendiri ikut turun tangan yang meminta Menteri Perhubungan untuk membatalkan peraturan tersebut. Setelah vakum beberapa waktu belum ada regulasi mengenai hal ini baru pada bulan November 2016 keluar Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 32/2016 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak Dalam Trayek. Awalnya peraturan Menteri inipun ditolak oleh pelaku usaha taksi berbasis aplikasi, namun pemerintah tetap melaksanakan aturan tersebut dan hanya melakukan revisi yang kurang berarti.

Sebelum melakukan telaah yang dimaksudkan perlu disampaikan terlebih dahulu mengenai terminologi persaingan sehat. Persaingan sehat merupakan suatu ungkapan yang seringkali didengar baik dalam dunia akademis maupun dalam pengertian umum. Namun nampaknya makna persaingan sehat yang berkembang saat ini penafsirannya telah dikuasai oleh pihak tertentu yang justru menyimpang dari makna yang sebenarnya sebagaimana dimaksud oleh Undang-undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Anti Monopoli dan Anti Persaingan Tidak Sehat.

Seringkali kita dengar bersama dan bahkan pikiran kita dengan tidak sengaja sudah digiring ke arah sana yaitu adanya pengertian bahwa persaingan yang sudah menyentuh esensi harga dianggap sebagai persaingan yang tidak sehat. Hal ini mungkin dikaitkan dengan situasi yang bersifat game theoretic yang equilibriumnya berada pada situasi ketika semua pelaku/pemain mengalami kerugian semua. Padahal belum tentu demikian. Di berbagai negara pada beberapa sektor tertentu terlihat adanya persaingan yang nampaknya saling memberikan potongan harga kepada konsumennya. Namun di pihak lain para pemain di sektor tersebut pada saat yang sama mengalami peningkatan yang berkelanjutan dalam harga saham mereka di bursa saham. Hal ini menunjukkan bahwa situasi yang nampaknya pelaku usaha saling berlomba untuk memberi potongan harga yang dilakukan tidak hanya sekali, ternyata hal ini merupakan dinamika persaingan biasa. Oleh karenanya tidak bisa hal seperti itu dikatakan sebagai persaingan yang tidak sehat.

Terkait praktik pemotongan harga ini, dia akan terkategori sebagai persaingan yang tidak sehat jika hal itu dilakukan dengan tujuann untuk mematikan pesaingnya sehingga pada akhirnya hanya pelaku usaha yang bersangkutan yang akan tinggal di pasar tanpa pesaing dan pada akhirnya melakukan tindakan-tindakan yang dikategorikan sebagai praktik monopoli. Dalam bahasa *antitrust* hal ini biasa disebut sebagai *predatory pricing*.

Secara lebih umum Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 mendiktekan suatu definisi dan pengertian mengenai persaingan yang tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 1 butir 6 yang bunyinya:

“Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksidan atau pemasaran baraang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha”

Selanjutnya pembahasan mengenai kebijakan mengenai taksi berbasis aplikasi ini perlu dilihat dari sisi *fairness* dan *plausibility*. *Fairness* perlu dilihat dari perlakuan yang sama (*equal treatment*) dari setiap unit yang menjadi obyek dari kebijakan tersebut. Suatu kebijakan tidak semestinya memberikan advantage kepada satu pihak sementara menyebabkan kelompok yang lain berada dalam keadaan disadvantaged.

Sementara kemasuk-akalan bisa ditinjau melalui prinsip-prinsip *common sense*. Dalam hal *fairness* perlu dicatat bahwa untuk mencapai sesuatu yang fair tidak selalu menggunakan prinsip keseimbangan (*balance*). Seperti memberi makanan dengan jumlah yang sama antara anak balita dan anak yang sudah menginjak dewasa walaupun seimbang tapi ini justru tidak *fair* karena kebutuhan kalori yang jauh berbeda antara keduanya.

Mengenai kebijakan pengaturan taksi berbasis aplikasi terdapat sebelas point dalam Peraturan Menteri yang mengaturnya yaitu Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 32/2016 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak Dalam Trayek. Hal ini menyangkut hal-hal yang dipaparkan di bawah ini

1. Batasan Tarif atas dan Bawah

Batasan tariff atas dikenakan dengan tujuan untuk mencegah terjadinya abuse dari para operator terhadap konsumen khususnya pada saat-saat di mana permintaan sangat tinggi yang biasanya terjadi pada jam-jam sibuk. Kebijakan ini masuk akal dalam rangka untuk melindungi konsumen.

Di sisi lain terdapat catatan yang cukup tebal pada kebijakan batas bawah. Dari sudut pandang *antitrust* hal ini sulit untuk dimengerti. Alasan resmi yang muncul yang melandasi kebijakan batas bawah selama ini adalah agar tidak terjadi persaingan yang tidak sehat. Padahal ini merupakan penafsiran yang keliru terhadap makna persaingan sehat. Makna persaingan yang sehat bisa dilihat pada pasal 1

Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang anti monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang sudah dipaparkan di depan. Penafsiran yang menguasai wacana public merupakan wacana yang sengaja dikelirukan untuk kepentingan golongan tertentu.

Selain itu kebijakan pengenaan tariff batas bawah telah menghalangi hak pelaku usaha yang bisa beroperasi secara efisien maupun pelkau usaha yang membidik pasar dengan daya beli yang lebih rendah. Sebagai contoh adalah praktek dari taksi tariff bawah yang beroperasi di Jakarta. Mereka ini sengaja mengenakan tariff yang murah dengan tujuan untuk mengambil ceruk pasar yang lain yang selama ini kurang terlayani oleh operator taksi yang ada yaitu pasar kelas bawah. Ini merupakan strategi bisnis untuk mengembangkan usaha mereka yang merupakan hak dari setiap pelaku usaha. Dalam menjalankan strategi bisnis mereka, mereka menggunakan armada yang agak tua, namun masih pantas digunakan dan laik jalan, yang biaya perolehannya murah sehingga bisa memberikan tariff yang cukup berbeda dengan operator penguasa pasar. Namun strategi yang mereka coba kembangkan menghadapi tembok tebal yaitu adanya kebijakan tariff batas bawah. Dengan regulasi ini mereka tidak bisa membuat differensiasi harga yang cukup dibanding dengan operator yang sudah menguasai pasar. Akibatnya adalah harga mereka hanya terpaut tipis dengan harga operator utama yang menguasai pasar sehingga konsumen lebih menyukai taksi dari operator utama yang kondisinya masih baru.

Hal yang sama juga akan terjadi pada operator lain yang mampu beroperasi secara efisien sehingga bsa mendeliver jasa dengan harga yang murah. Namun sekali lagi hal ini tidak akan bisa terlaksana disebabkan karena kebijakan tariff batas bawah. Hal ini jelas menunjukkan ketidakadilan (*unfairness*) terhadap kelompok yang disebut terakhir yang mencoba untuk penetrasi pasar. Di lain pihak hal ini sekaligus

mengesankan adanya proteksi yang berlebihan terhadap operator utama yang selama ini sudah menguasai pasar.

Dari sisi *antitrust* hal ini menunjukkan praktek yang menciptakan *entry barrier* yang dilarang (*illegal*). Doktrin *antitrust* menolak argument yang mengatakan bahwa dengan tariff batas bawah yang diatur maka kualitas jasa (safety, comfortability, punctuality) akan menjadi terjamin. Target kualitas jasa ini hanya akan bisa dicapai jika perusahaan mengenakan standar operasional yang *prudent* yang diikuti dan disupervisi secara ketat.

2. Kapasitas Silinder

Kapasitas silinder merupakan salah satu poin yang diatur dalam paket kebijakan pengaturan taksi berbasis aplikasi. Awalnya pemerintah menentukan minimum kapasitas silinder adalah 1300 cc, namun belakangan setelah melalui diskusi hal ini direvisi menjadi 1000 cc. Terkait dengan hal ini alasan yang mengemuka dan eksplisit adalah kecilnya kapasitas mesin sehingga dianggap kurang kuat jika diisi empat penumpang apalagi harus menggunakan AC. Kedua, masalah kestabilan kendaraan. Mobil kecil dirasakan kurang stabil ketika melaju dengan kecepatan tinggi. Ketiga masalah keandalan rem. Rata-rata mobil kecil belum dilengkapi sistem pengereman anti-lock braking system.

Dilihat dari kemasukan akal kebijakan tersebut boleh dikatakan masuk akal. Namun jika dilihat dari ketepatan penerapan peraturan tersebut belum bisa dikatakan tepat. Dalam hal kekuatan ketika harus mengangkut penumpang penuh dan menggunakan AC, pada saat ini sudah banyak teknologi yang dipakai oleh pabrikan atau ATPM yang menggunakan AC yang sangat efisien dalam konsumsi powernya, anggapan ini terasa tidak tepat.

Dalam hal ketidakstabilan dalam kecepatan tinggi sehingga mengabaikan aspek

keselamatan, maka bisa dilihat bahwa pemakaian taksi kebanyakan hanya untuk transportasi dalam kota. Kalau mau melakukan pengaturan dalam hal tersebut bisa dilakukan dengan melakukan zonasi sesuai dengan ukuran volume kendaraan. Misal taksi ukuran kecil hanya untuk digunakan perjalanan dalam kota yang tidak memerlukan kecepatan yang tinggi. Toh di kota-kota besar dengan kepadatan penduduk yang tinggi ditemui banyak kemacetan lalu lintas di mana-mana. Paling tidak jalanan yang ramai sehingga mobil tidak bisa dipacu untuk kecepatan tinggi.

Selain itu kebijakan ini jelas mengambat terjadinya segmentasi pasar yang biasa terjadi dalam setiap perekonomian. Dengan segmentasi pasar ini konsumen bisa memilih jenis taksi yang mana yang diinginkannya sesuai dengan kebutuhan mereka. Mereka yang hanya bepergian sendirian dan jarak dekat akan cenderung memilih mobil kecil, bahkan kalo bisa yang kapasitas silindernya di bawah 1000 (seribu) cc, begitu juga yangg bepergian dengan rombongan yang besar atau ke luar kota maka akan cenderung memilih taksi yang besar. Segmentasi yang terjadi seperti ini akan mendorong persaingan di antara kelas taksi yang pada akhirnya akan bermuara pada kualitas jasa yang lebih baik dan efisiensi ekonomi.

Dengan tidak hadirnya segmentasi tersebut maka terjadi adanya hambatan masuk (*entry barrier*) dan diskriminasi usaha yang dirasa kurang fair terhadap kelompok pelaku usaha yang hanya mampu membeli/mengadakan mobil kecil saja yang harganya lebih murah.

3. Batasan Jumlah Taksi Berbasis Aplikasi (kuota)

Jumlah taksi berbasis aplikasi ini jumlahnya akan ditentukan yang dalam aturan tersebut diserahkan kepada gubernur masing-masing daerah. Tujuan yang eksplisit dari aturan tersebut adalah untuk membatasi agar jangan sampai terjadi kelebihan pasokan di bidang tak on-line ini. Jika pembicaraan sudah mengenai pasokan

(*supply*) maka cara pandang yang dipakai mesti harus didasarkan pada ilmu pengetahuan yang dalam hal ini adalah ilmu ekonomi. Dalam hal ini menurut teori ekonomi jika jumlah pasokan bertambah, *ceteris paribus*, maka harga akan tertekan turun. Namun hal ini tidak bisa dilihat secara sepintas begitu saja melainkan perlu dicermati sampai pada sifat dari penawaran yang ada. Kalo dilihat secara cermat, para pemilik taksi on-line bukannya mereka yang benar-benar menggeluti usaha di bidang tersebut melainkan mereka yang berusaha mengisi waktu senggang dengan memberikan jasa pelayanan transportasi. Di berbagai kota besar dapat ditemukan dengan mudah para mahasiswa, para pensiunan dan ibu-ibu rumah tangga dalam jumlah yang tidak sedikit yang ikut masuk dalam penawaran jasa transportasi tersebut. Dari sini bisa dilihat bahwa mereka tidak benar-benar menggeluti bisnis tersebut secara profesional, sehingga penawaran yang ada juga bersifat *on and off*, tidak tetap. Akan menimbulkan kondisi yang beresiko ketika sifat penawaran yang tidak tetap seperti ini dianggap sebagai penawaran yang bersifat tetap. Akan ditemui adanya situasi kekurangan pasokan ketika sebagian driver banyak yang mengambil posisi *off*, sementara permintaan sedang tinggi. Hal ini akan mengakibatkan terjadinya lonjakan harga.

Hal yang kedua adalah masalah sifat dari kepemilikan armada dari kelompok yang disebutkan di atas. Armada yang dimiliki bukan merupakan armada yang benar-benar diperuntukkan guna melakukan bisnis di sektor tersebut melainkan tujuan utama kepemilikan mobil adalah untuk kepentingan pribadi. Mobil akan berada posisi *on offer* ketika tidak dipakai untuk kepentingan pribadi. Dalam banyak hal, masyarakat perkotaan menggunakan mobil tersebut hanya pada waktu *week-end* dan hari libur yang lain di luar itu mobil akan dimanfaatkan untuk jasa layanan taksi on-line. Karakteristik yang seperti ini justru akan menguntungkan perekonomian di mana kelompok tersebut akan berperan sebagai automatic stabilizer dalam pasar. Ketika pasar menghadapi permintaan yang tinggi maka

harga akan tertekan naik dan kelompok tersebut akan tertarik untuk mengubah posisi mereka menjadi *on-offer* guna memenuhi permintaan sehingga kenaikan harga bisa terkendali.

Ada kekhawatiran jika pasokan/penawaran mengalami kelebihan dalam jangka waktu yang lama sehingga harga akan tertekan turun terus yang akan menyebabkan terjadinya *cut-throat competition*. Kekhawatiran seperti ini terlalu berlebihan mengingat karakteristik kelompok ini seperti digambarkan di muka adalah mereka yang tidak sepenuhnya secara permanen dalam status *on-offer*. Jika ternyata nantinya harga tertekan turun dalam waktu yang lama maka dipastikan armada yang ada akan dengan sendirinya dikembalikan fungsinya menjadi mobil pribadi seperti semula.

Kondisi semacam ini sudah berjalan dan terus berjalan sampai saat ini sebagaimana yang terjadi pada sektor usaha mobil rental yang berbasis harian atau mingguan. Karakteristik dari bisnis mobil rental sangat mirip dengan karakteristik dari mobil yang bergabung dengan taksi on-line. Dilihat dari karakteristik jasa yang diberikanpun keduanya sangat mirip. Keduanya merupakan angkutan kendaraan sewa. Mobil rental merupakan kendaraan sewa per hari/harian atau bisa juga per minggu/mingguan, sementara yang ikut taksi *on-line* merupakan kendaraan angkutan sewa per sekali perjalanan (per trip). Bahkan pada bisnis mobil rental diyakini bahwa terdapat porsi yang cukup besar dari mobil yang berstatus mobil pribadi yang diperuntukkan untuk kepentingan pribadi yang dikaryakan menjadi mobil rental pada waktu-waktu di luar pemakaian pribadi. Bisnis mobil rental tersebut sudah cukup lama berlangsung namun tidak ada regulasi yang mengaturnya. Namun demikian bisa dilihat bahwa bisnis tersebut berjalan dengan baik dan tidak pernah terdengar adanya gejolak harga yang terjadi. Di sektor ini harga yang terjadi stabil dan kurang lebih sama di antara para pelaku usaha baik

yang ada pada satu kota tertentu dengan kota-kota lainnya. Ini menunjukkan bahwa walaupun tidak diatur ternyata tidak terjadi adanya kelebihan atau kekurangan pasokan. Dalam kasus ini pasar bisa mengatur dirinya sendiri.

Berkaca pada pemaparan di muka maka tidak ada kekhawatiran tentang kelebihan pasokan yang akan menyebabkan terjadinya gejolak harga dan persaingan usaha tidak sehat. Hal lain yang justru perlu diantisipasi adalah kebijakan ini akan menyebabkan situasi yang rawan penyelewengan yang bisa mengarah pada tindak pidana korupsi. Secara spesifik kebijakan ini bisa menimbulkan praktek jual beli kuota antara oknum dari otoritas pemberi kuota dan pelaku usaha yang membutuhkannya.

4. Kewajiban Armada untuk Diatas-namakan pada Perusahaan Operator

Kebijakan ini akan menimbulkan dampak yang mengakibatkan terjadinya konsentrasi pasar yang menimbulkan potensi tindakan-tindakan anti persaingan. Hal ini demikian karena jika kewajiban ini harus dilakukan maka sama halnya mewajibkan perusahaan taksi *on-line* yang sebenarnya hanya merupakan penyedia aplikasi harus memiliki sendiri armada taksi. Hal ini karena pemilik asli dari kendaraan yang dioperasikan adalah orang per-orang yang dipastikan tidak akan mau untuk meyerahkan kendaraannya untuk diatas-namakan menjadi milik operator karena hal itu sama halnya meyerahkan kendaraan tersebut menjadi milik operator.

Kalo operator diwajibkan untuk memiliki sendiri armadanya maka bisa dibuat hitung-hitungan sederhana mengenai jumlah investasi yang diperlukan. Dari data yang ada pada tahun 2016 jumlah armada yang dipakai sebagai taksi berbasis aplikasi sejumlah kurang lebih 120.000 unit. Jika mengikuti aturan bahwa armada yang dipakai haruslah minimum 1300 cc maka nilai beli per unit armada berkisar

antara Rp 150 juta-170 juta. Dengan demikian jumlah investasi yang sudah tertanam adalah sebesar antara 18 T - 20T rupiah. Tentu hal ini merupakan jumlah yang sangat besar yang lagi-lagi hanya beberapa orang saja yang bisa melakukannya sehingga konsentrasi pasar akan menjadi sangat tinggi.

Dilihat dari sisi pemerataan ekonomi pun kebijakan ini sangat tidak berpihak. Ini bisa dilihat dari paparan di atas yang menunjukkan hanya pelaku usaha besar saja yang bisa berpartisipasi dalam sector ini. Sementara saat ini investasi yang sangat besar ternyata bisa di share, digotong dan diroyong oleh kurang lebih 120 ribu pelaku usaha mikro. Jelas kebijakan ini merupakan kebijakan yang tidak berpihak pada pelaksanaan konsep gotong royong dalam ekonomi.

Selain itu hal ini akan menjadi *entry barrier* yang dirasakan tidak *fair* karena hal ini menutup kesempatan bagi pengusaha kecil untuk memasuki sector tersebut.

5. Kewajiban untuk Mempunyai Bengkel

Para pelaku usaha *incumbent* mencoba untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar dengan cara melakukan difersifikasi usaha terutama yang terkait dengan operasi dari bisnis utama, yaitu bisnis perbengkelan. Mereka melihat bahwa operasional bidang ini akan menunjang kelancaran dari bisnis inti. Lagi pula dengan jumlah armada yang besar yang mereka punyai akan menjadikan hal itu sebagai *captive market* bagi usaha baru mereka (perbengkelan). Hitungan-hitungan mereka adalah jika harus menservis armada mereka pada bengkel di luar, selain biayanya belum tentu murah yang berarti pemborosan. Selain itu juga aspek kepercayaan terhadap bengkel di luar belum tentu sepenuhnya diberikan berbeda jika yang merawat adalah bengkel milik sendiri.

Dengan demikian usaha perbengkelan tersebut sebenarnya bisa dipandang sebagai usaha sampingan dari operator taksi. Oleh karenanya hal ini tidak bisa dibakukan

sebagai sesuatu yang harus diadakan oleh pelaku usaha pendatang baru melainkan menjadi opsional saja.

6. Kewajiban untuk Mempunyai Pool

Pelaku usaha taksi konvensional tidak semuanya mengoperasikan armadanya selama 24 jam sehingga membutuhkan tempat untuk *ngandang* pada waktu malam hari. Di lain pihak operator memerlukan keamanan bagi armadanya selama *dikandangkan*. Untuk itu mereka membutuhkan pool yang dengannya mudah untuk melakukan pengawasan demi keamanan.

Di lain pihak taksi berbasis aplikasi dimiliki oleh orang per orang yang menyimpan mobilnya di garasi masing-masing di rumahnya sehingga dirasakan tidak ada keperluannya untuk mengadakan pool.

Terlihat di sini bahwa point kebijakan nomor 5 dan nomor 6 di atas lebih menunjukkan usaha dari operator masing-masing untuk kepentingan masing-masing yang tidak menyangkut kepentingan public. Karena bukan merupakan kepentingan public maka hal tersebut tidak semestinya ditarik ke ranah public.

Sebaliknya jika hal ini dipaksakan diberlakukan maka dikhawatirkan hal itu bisa menjadi hambatan masuk (*entry barrier*) bagi pelaku potensial yang saat ini masih ada di luar pasar. Sekaligus hal ini menunjukkan bahwa *fairness* tidak mesti dimaknai sebagai *balance* yakni jika sesuatu dikenakan pada satu kelompok yang satu maka kelompok yang lainpun harus melakukan hal yang sama. Penerapan dari azas *fairness* harus dilihat pada *underlying factor* yang melatarbelakangi kemunculan dari suatu operasi.

*) Tulisan ini masih bersifat draft awal, mohon jangan disitasi dulu

***) Tulisan ini merupakan pendapat pribadi

REFERENCES

Armstrong, M., & Porter, R., (Eds) *"Handbook of Industrial Organization"*, Vol. 3, Elsevier, NH, 2007

Baker, J., & Armstrong, M., *"Advances in the Analysis of Competition Policy and Regulation"*, (Lecture of Prof. J-J Laffont), Proceeding of European Summer School and Conference in **Competition and Regulation**, 2010.

Burns, T., & Stalker, G.M., *"The Management of Innovation"*, Oxford University Press, New York, 2001

Carlson, C.R., & Wilmot, W.W., *"Innovation: The Five Discipline for Creating What Consumer Want"*, Crown Business, New York, 2006

Chesbrough, H., *"Open Business Model: How to Thrive in The New Innovation Landscape"*, Harvard Business School Press. Boston, 2006

Harford, T., *"Messy: How to be Creative and Resilient in a Tidy-minded world"*, Little Brown, London, 2016

Hargadon, A., *"How Breakthrough Happen: The Surprising Truth about How Companies Innovate"*, Harvard Business School Press, Boston, 2003.

Chris, R., *"Capitalism and Its Alternatives"*, Zed books, London, 2014

Kelley, T., & Littman, J., *"The Art of Innovation"*, Gramedia (translate), Jakarta, 2002.

Paha, J., *"The Economics of Competition"*, Work-in-Progress, Justus-liebig-University Giessen, 2013

Robert, R., *"Saving Capitalism for the Many, Not the Few"* Icon Books, London, 2017

Rushkoff, D., *"Get Back in The Box: Innovation from the Inside Out"*, Collins, New York, 2005

Vescussi, W.K., Vernon, J.M., Harrington, J.E., *"Economics of Regulation and Anti Trust"*, MIT Press, Cambridge, Ma, 2005