

POTENSI PELANGGARAN UNDANG-UNDANG NO.5 TAHUN 1999

DALAM PENJUALAN SURAT KABAR HARIAN TRIBUN

TESIS



Oleh :

ADITYA BAGASWARA,SH

No Mahasiswa : 11.912.764

BKU : HUKUM BISNIS

Program Studi : Ilmu Hukum

PROGRAM MAGISTER (S2) ILMU HUKUM

PROGRAM PASCA SARJANA FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2013

**POTENSI PELANGGARAN UNDANG-UNDANG NO.5 TAHUN 1999
DALAM PENJUALAN SURAT KABAR HARIAN TRIBUN**

TESIS

Oleh:

ADITYA BAGASWARA,S.H

Nomor Mahasiswa : 11912764

BKU : Hukum Bisnis

Program Studi : Ilmu Hukum

Telah Diperiksa dan Disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk Diajukan
ke Dewan Penguji dalam Ujian Tesis

Dosen Pembimbing

Dr. Siti Anisah ,S.H.,M.Hum.

Tanggal : 15 Juli 2013

Mengetahui

Ketua Program Pascasarjana

Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia

Dr. Hj. Ni matul Huda, S.H., M.Hum.

**POTENSI PELANGGARAN UNDANG-UNDANG NO.5 TAHUN 1999
DALAM PENJUALAN SURAT KABAR HARIAN TRIBUN**

TESIS

Oleh:

ADITYA BAGASWARA,S.H

Nomor Mahasiswa : 11912764
BKU : Hukum Bisnis
Program Studi : Ilmu Hukum

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Pada Tanggal 20 Juli 2013
Dan Telah Dinyatakan LULUS

Tim Penguji

Ketua



Dr. Siti Anisah, S.H., M.Hum.

Tanggal : 20 Juli 2013

Anggota



Nandang Sutrisno, S.H., LL.M., M.Hum, Ph.D

Tanggal : 20 Juli 2013

Anggota



Ery Arifuddin, S.H., M.H

Tanggal : 20 Juli 2013

Mengetahui
Ketua Program Pascasarjana
Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia



Dr. Hj. Nuziatul Huda, S.H., M.Hum.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum. Wr. Wb

Karya tulis ini selain sebagai persyaratan untuk menyelesaikan program pascasarjana pada Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia guna meraih gelar Master Hukum. Hal tersebut juga merupakan bentuk perhatian penulis pada kajian Persaingan Usaha khususnya mengenai perjanjian penetapan harga di bawah pasar dan *predatory pricing*. Bisnis media di Yogyakarta sekarang ini membuat para pelaku usaha melakukan berbagai strategi agar produk mereka mamapu menarik minat masyarakat, salah satunya dengan menetapkan harga murah. Namun strategi tersebut dianggap sebagai bentuk persaingan yang tidak sehat, karena menetapkan harga jual sebuah produk dan/atau jasa tersebut di bawah harga variabel rata-rata. Untuk menjawab persoalan tersebut diperlukan sarana hukum dan/atau ekonomi yang mampu menyelesaikan permasalahan tersebut secara objektif dan tepat, sebagaimana yang diamanatkan oleh Undang-Undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pada kesempatan ini, penulis sampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr.Siti Anisah, S.H.,M.Hum sebagai dosen Pembimbing. Tidak ada hambatan birokratis yang penulis rasakan karena beliau menempatkan diri sebagai teman diskusi sehingga penulis mempunyai kesempatan yang cukup banyak untuk mengkaji, membahas dan bertanya segala persoalan yang berkaitan dengan Persaingan Usaha khususnya mengenai perjanjian

penetapan dan *predatory pricing* yang menjadi fokus utama dalam tulisan ini. Hal yang perlu penulis kemukakan beliau juga sebagai motivator sehingga penulis sangat bersemangat untuk segera menyelesaikan tesis ini.

2. Dosen-dosen Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan semoga dapat penulis implementasikan di masyarakat.
3. Mas Yusri, Pak Yuri, Mas Bambang, Desy, Mbak Nanik, Mbak Ika, Pak Is, Nasef, serta pihak Pascasarjana Fakultas Hukum UII lainnya yang sudah membantu memberikan informasi selama perkuliahan hingga selesai.
4. Bapak F.X Agus Nugroho selaku sebagai pimpinan PT.Media Tribun Yogya serta Pak Pras selaku HR Manager, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan data dan informasi, sehingga penulis dapat melengkapi dan menyelesaikan tesis dengan objektif.
5. Kedua orang tuaku, Drs. Siswo Pratomo,MS (Alm) dan R.Ay Sri Waringti yang selalu memberiku doa dan semangat.
6. Eyang Putri Djayengnagoro dan Tante Sri Wahyuni Werdiningsih yang selalu memberi support baik secara materi maupun spiritual.
7. Kakakku R.adhi Kawidastra yang selalu menjadi teman sharing dalam diskusi tugas akhir.
8. My Yulynda Karima Pratiwi, yang selalu sabar memberikan masukan dan semangat dalam proses penyelesaian tesis ini.

9. Teman-teman Pascasarjana Fakultas Hukum UII Angkatan 27, terutama BKU Bisnis, Pramulya, Irvan, Mifta, Feris, Umar, Merry, Desti, Etty, Sofi, dan teman-teman S2 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, kebersamaan kalian menjadi langkahku menuju kesuksesan.
10. Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian tesis ini.

A.	Perjanjian Penetapan Harga di Bawah Harga Pasar Terhadap Surat Kabar Harian Tribun	54
B.	Indikasi Jual Rugi Terhadap Penjualan Surat Kabar Harian Tribun.....	68
BAB IV PENUTUP		
A.	KESIMPULAN	91
B.	SARAN	93
DAFTAR PUSTAKA		94

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Surat kabar adalah sebuah media yang mempunyai fungsi sebagai pemberi informasi karena mempunyai nilai-nilai pemberitaan-pemberitaan yang menggambarkan segala sesuatu yang sedang berlangsung disekitarnya. Ini yang nantinya akan memberikan titik terang kepada para pembaca tentang apa yang terjadi atau peristiwa yang sedang berlangsung. Hal ini sejalan dengan fungsi surat kabar yaitu memberi kabar kepada masyarakat. Surat kabar memainkan peran yang cukup penting dimana media adalah sebagai fasilitator perdagangan, mempromosikan konsumerisme melalui iklan, dan menjalankan berbagai kepentingan bisnis pemodal/pemilikinya.¹

Pentingnya surat kabar harian sebagai media informasi bagi masyarakat, membuat para pelaku usaha media informasi di Indonesia melakukan manuver dengan melakukan berbagai strategi agar surat kabar tersebut lebih diminati oleh masyarakat. Kencangnya atmosfir peredaran surat kabar harian di Indonesia dengan berbagai merek koran yang dibuat oleh para pelaku usaha, menimbulkan nilai-nilai persaingan yang cukup mencolok. Munculnya industri-industri surat kabar di Indonesia semakin memperluas tingkat persaingan usaha. Salah satu bentuk persaingan tersebut adalah dengan menerbitkan sebuah surat harian kabar dengan memberikan berbagai tawaran pasang iklan atau informasi.

¹ <http://koran-suara-rakyat.com/2010/10/fungsi-surat-kaba>, diakses tanggal 12 November 2012.

Persaingan usaha yang sehat di Indonesia telah menjadi acuan bagi para pelaku usaha terutama di bidang media informasi atau surat kabar semenjak hadirnya Undang-Undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pada dasarnya Undang-Undang Persaingan Usaha ini berisi tentang larangan terhadap perjanjian, kegiatan dan posisi dominan yang jelas dinilai bertentangan dengan prinsip persaingan usaha yang sehat. Pengaturan ini dilaksanakan dengan sangat ketat untuk mencegah pelaku usaha melakukan persaingan usaha yang tidak sehat yang dipandang akan berakibat ruginya para pelaku usaha dan terlebih kepada masyarakat pada umumnya, serta bangsa Indonesia sendiri.

Dalam perkembangan sistem ekonomi Indonesia, persaingan usaha menjadi salah satu instrumen ekonomi sejak saat reformasi digulirkan. Hal ini ditunjukkan melalui dilahirkannya Undang-Undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang-Undang tersebut adalah tonggak bagi diakuinya persaingan usaha yang sehat sebagai pilar ekonomi dalam sistem ekonomi Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Lahirnya Undang-Undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat juga merupakan refleksi dari sebuah perkembangan ekonomi khususnya dunia persaingan usaha, dimana yang kini semakin memprihatinkan.²

Sudah menjadi suatu keharusan para pelaku usaha mentaati aturan main atau peraturan-peraturan dalam dunia persaingan usaha khususnya dalam bidang

² Suhasril dan Mohmmad Taufik Makarao, *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010, hlm.5

media informasi di Indonesia. Dalam hal ini pelaku usaha haruslah taat pada Undang-Undang Persaingan Usaha. Sayangnya dalam melaksanakan Undang-Undang tersebut dirasa kurang maksimal. Hingga sampai saat ini masih banyak kasus-kasus yang terjadi di Indonesia yang berkaitan dengan praktik Monopoli maupun persaingan usaha yang tidak sehat, hingga kasus tersebut dimuat di berbagai media massa. Banyak pelaku usaha melakukan praktik monopoli maupun persaingan usaha tidak sehat yang mengakibatkan pelaku usaha lain yang menjadi pesaingnya merugi. Dugaan persaingan usaha tidak sehat terjadi pada usaha di bidang media cetak atau surat kabar.³

Munculnya dugaan adanya praktik persaingan yang tidak sehat, ketika Kompas Gramedia memproduksi media cetak baru, yang mungkin bertujuan untuk meningkatkan nilai usaha Kompas Gramedia. Media cetak tersebut adalah SKH TRIBUN. SKH TRIBUN adalah “anak baru” milik Kompas Gramedia yang terbit dengan 24 halaman. Hal yang mengejutkan adalah harga ritel yang ditentukan oleh Kompas Gramedia adalah Rp.1000,- (seribu rupiah) per eksemplar.

Eksistensi SKH Tribun mulai menjadi sorotan oleh masyarakat, terutama para pesaing SKH lainnya, khususnya di Yogyakarta, seperti KR (Kedaulatan Rakyat), Bernas, Jawa Pos dan lain-lainnya. Dengan harga ritel yang ditentukan Rp.1000,- membuat para pesaingnya merasa gusar, dan secara tidak langsung berdampak buruk bagi pesaingnya, mematikan harga pasaran SKH lainnya.

³ http://pengacarasioaro.com/anti-monopoli-dan-persaingan-tidak_sehat/, di akses tanggal 12 November 2012.

Banyak muncul pertanyaan terhadap eksistensi SKH Tribun tersebut. Mungkin hadirnya Tribun menguntungkan bagi masyarakat umum yang membutuhkan informasi tetapi dengan harga yang terjangkau. Namun hal tersebut dirasa sangat menjatuhkan bagi para pesaing SKH Tribun, khususnya di Yogyakarta.

Penulis berusaha melakukan wawancara secara informal kepada salah satu Agen penjual koran di Yogyakarta mengenai hadirnya SKH Tribun. Agen tersebut memberikan informasi bahwa semenjak hadirnya Tribun, permintaan untuk SKH di luar Tribun menjadi menurun, karena sebagian masyarakat lebih memilih membeli koran yang lengkap dengan informasi namun dari segi harga lebih terjangkau. Selain itu juga penulis mendapatkan informasi bahwa dengan menjual Tribun dengan harga eceran Rp.1000,- sama dengan jual rugi, namun hasil dari penjualan retail SKH Tribun adalah untuk mengangkat kembali produksi SKH Kompas yang sempat menurun ratingnya. Jadi penulis berpendapat bahwa kehadiran Tribun hanyalah sebuah pancingan, namun efek yang ditimbulkan dapat saja berakibat buruk bagi pihaknya sendiri maupun pihak lain.⁴

Mengacu pada uraian di atas, ada dugaan Kompas Gramedia Group melakukan pelanggaran pada Pasal 7 Undang-Undang Persaingan Usaha, yakni tentang penetapan harga di bawah harga pasar (*Price Fixing Agreement*) dan/ Pasal 20 tentang kegiatan dengan menjual rugi atau menetapkan harga sangat rendah (*Predatory Pricing*). Namun dugaan tersebut belum ada jawaban yang pasti apakah kegiatan yang dilakukan oleh pihak Kompas Gramedia terdapat potensi melanggar Undang-Undang No.5 Tahun 1999. Selain itu terdapat adanya

⁴ Hasil wawancara nonformal dengan agen koran eceran di Yogyakarta tahun 2012.

hal yang belum memiliki jawaban yang pasti, yakni mengenai penggunaan Pasal 7 dan Pasal 20 terhadap SKH Tribun tanpa mengadakan kajian yang mendalam mengenai masalah ini.

Pasal 7 Undang-Undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat termasuk pasal yang melarang mengadakan perjanjian antara pelaku usaha satu dengan yang lainnya. Hal tersebut memunculkan pertanyaan, apakah terdapat indikasi perjanjian penetapan harga di bawah pasar, dan siapakah pelaku usaha kompetisinya dalam penjualan SKH Tribun tersebut, apakah Tribun dengan Kompas itu sendiri atau terdapat pelaku usaha lain. Selain itu dalam penggunaan Pasal 7 masih ada hal yang belum jelas, yakni bahwa tidaklah semua jenis kegiatan jual rugi tersebut dilarang, dan juga menjadi pertanyaan apakah kegiatan jual rugi tersebut yang dilakukan oleh Tribun terdapat adanya indikasi persaingan tidak sehat.

Pasal 20 Undang-Undang No.5 Tahun 1999 merupakan pasal yang mengatur tentang larangan bagi pelaku usaha melakukan kegiatan jual rugi. Terkait dengan hal tersebut apakah terdapat indikasi jual rugi dalam kegiatan penjualan surat kabar harian tribun, melihat harga jual koran tersebut dinilai sangat murah. Akan tetapi dalam praktik tidak semua kegiatan jual rugi tersebut dilarang. Terlebih jika kegiatan tersebut tidak menyebabkan kerugian atau menimbulkan persaingan yang tidak sehat bagi pelaku usaha lainnya.

Tentunya dengan kondisi yang demikian, dibutuhkan penelitian lebih lanjut baik diteliti dari aspek hukum, maupun aspek ekonomi. Masyarakat dan penulis sendiri khususnya ingin mengetahui informasi yang benar dan

pemahaman mengenai dugaan pelanggaran Pasal 7 dan Pasal 20 Undang-Undang Anti Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terkait dengan penjualan Surat Kabar Harian Tribun di Area Yogyakarta

B. Rumusan Masalah

Masalah yang diangkat untuk dicari jawabannya dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada perjanjian penetapan harga di bawah pasar yang dibuat oleh SKH Tribun dengan kompetitor lain, sehingga dapat mengakibatkan munculnya persaingan usaha tidak sehat?
2. Apakah terdapat indikasi jual rugi terhadap penjualan Surat Kabar Harian Tribun?

C. Tujuan Penelitian

Bertolak dari latar belakang permasalahan di atas, penulisan tesis ini sudah jelas memiliki tujuan yang ingin dicapai, sehingga dapat juga bermanfaat bagi masyarakat luas. Tujuan penelitian tersebut antara lain :

1. Untuk menganalisis apakah SKH Tribun membuat perjanjian penetapan harga di bawah pasar dengan kompetitor lain, sehingga dapat mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat.
2. Untuk menganalisis apakah terdapat indikasi jual rugi terhadap penjualan Surat Harian Kabar Tribun.

D. Tinjauan Pustaka

Persaingan dalam pasar dan mekanisme pasar dapat membentuk beberapa jenis pasar. Ada yang disebut dengan pasar persaingan sempurna (*perfect competition market*), pasar monopoli, oligopoli, dan juga posisi dominan. Persaingan sempurna adalah struktur pasar yang ideal karena sistem pasar ini adalah struktur pasar yang akan menjamin terwujudnya kegiatan memproduksi barang dan jasa yang sangat efisiensinya. Paling tidak ada empat asumsi yang melandasi agar terjadi persaingan sempurna pada suatu pasar tertentu.⁵

1. Pelaku usaha tidak dapat menentukan secara sepihak harga atas produk atau jasa. Adapun yang menentukan harga pasar adalah pasar berdasarkan ekuilibrium permintaan dan penawaran (*supply and demand*). Dengan demikian, pelaku pasar dalam pasar persaingan sempurna tidak bertindak sebagai *price maker* melainkan ia hanya bertindak sebagai *price taker*.
2. Barang dan, atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha adalah betul-betul sama (*product homogeneity*). Dalam hal ini konsumen tidak membeli merek barang tetapi kegunaan barang. Karena itu semua perusahaan dianggap mampu memproduksi barang dan jasa dengan kualitas dan karakteristik yang sama.
3. Pelaku usaha mempunyai kebebasan untuk masuk atau keluar pasar (*perfect mobility of resources*).

⁵ Robert S. Pindyck and Daniel L. Rubinfeld, *Microeconomics*, 4 ed, (USA: Prentice Hall International Inc, 1998), hlm. 283-284. Dikutip dari, Himahanto Juwana, *Hukum Ekonomi dan Hukum Internasional*, (Jakarta : Lentera Hati, 2002), hlm. 51.

4. *Konsumen dan pelaku usaha memiliki informasi yang sempurna (perfect information) tentang berbagai hal, diantaranya kesukaan (preferences), tingkat pendapatan (income levels), biaya dan teknologi yang digunakan untuk menghasilkan barang dan jasa. Selain itu para pelaku usaha juga memiliki informasi mengenai harga produk dan input yang dijual. Dengan demikian konsumen tidak akan mengalami perlakuan harga jual yang berbeda dari satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Dari siapapun produk dibeli, harga yang berlaku adalah sama. Demikian halnya dengan perusahaan, hanya akan menghadapi satu harga yang sama dari berbagai pemilik faktor produksi.*

Secara umum, pasar persaingan sempurna mempunyai ciri, identik barang yang diperjualbelikan bersifat homogen dengan jumlah penjual dan pembeli yang sangat banyak sehingga tidak ada satupun penjual atau pembeli yang dapat mempengaruhi pasar secara sendiri. Karenanya, jika ada penjual yang menaikkan harga, maka ia akan kehilangan pembeli, sedangkan jika ia menurunkan harga maka ia akan merugi. Selanjutnya, dalam persaingan sempurna harus tercipta pasar yang bebas hambatan (*barrier to entry*) bagi setiap penjual untuk masuk atau keluar dari pasar (*free entry or exit*), serta terjadinya pasar yang “bebas informasi”, yakni setiap penjual dan pembeli dapat mengakses informasi pasar seluruhnya tanpa ada yang menghalang-halangi.⁶

⁶Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Prakteknya di Indonesia)*, PT.RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2010, hlm. 4.

Pemikiran yang mendasari asumsi ini adalah dalam pasar persaingan sempurna faktor produksi mobilitasnya tidak terbatas dan tidak ada biaya yang harus dikeluarkan untuk memindahkan faktor produksi. Pengertian mobilitas mencakup pengertian geografis dan antara pekerjaan. Maksudnya faktor produksi seperti tenaga kerja mudah dipindahkan dari satu tempat ke tempat lainnya atau dari satu pekerjaan ke pekerjaan lainnya, tanpa biaya. Hal tersebut menyebabkan perusahaan mudah untuk masuk keluar pasar. Jika perusahaan tertarik di satu industri (dalam industri masih memberikan laba), dengan segera dapat masuk. Bila tidak tertarik lagi atau gagal, dengan segera dapat keluar.

Adapun pasar monopoli adalah suatu bentuk barang dimana hanya terdapat satu perusahaan saja yang menghasilkan barang yang tidak dipunyai barang pengganti yang sangat dekat. Beberapa ciri pasar monopoli antara lain adalah industri satu perusahaan, tidak mempunyai barang pengganti yang mirip, tidak terdapat kemungkinan untuk masuk ke dalam industri, dapat menguasai penentuan harga secara promosi iklan kurang diperlukan. Adapun faktor-faktor yang menimbulkan monopoli antara lain :⁷

- a. Memiliki sumber daya yang unik
- b. Terdapat skala ekonomis
- c. Kekuasaan monopoli yang diperoleh melalui peraturan pemerintah
- d. Peraturan Paten, dan Hak Cipta
- e. Hak Usaha Eksklusif, Monopolisasi pasar akan berakibat banyak hal, di antaranya :

⁷ *Ibid*, hlm.5

- a. Menjadikan harga jual lebih tinggi sedangkan yang dijual lebih sedikit sehingga acap kali merugikan konsumen;
- b. Menjadikan produksi tidak efisien (*inefisien*);
- c. Kapasitas produksi dan sumber daya tidak digunakan secara penuh dan ekonomis; dan
- d. Biasanya akan berakibat terjadinya pasar “baru” seperti pasar yang bersifat kolusif, boikot, *refuse* pesaing dan konsumen dalam rangka mempertahankan kekuatan monopoli;

Pada hakikatnya keberadaan hukum persaingan usaha adalah mengupayakan secara optimal terciptanya persaingan usaha yang sehat (*fair competition*) dan efektif pada suatu pasar tertentu, yang mendorong agar pelaku usaha melakukan efisiensi agar mampu bersaing dengan para pesaingnya. Berkaitan dengan hal tersebut, maka keberadaan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum tersebut seharusnya disambut gembira oleh keseluruhan masyarakat Indonesia, baik kalangan dunia usaha maupun masyarakat konsumen, karena dengan adanya undang-undang tersebut kita memiliki suatu parameter yang objektif dan normatif untuk menilai perjalanan usaha di tanah air. Sikap prasangka yang sering muncul seharusnya

dihilangkan, karena semua akan menjadi transparan atas dasar penilaian bersifat objektif dan normatif.⁸

Walaupun formulasi judul Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 bersifat larangan, akan tetapi substansinya positif untuk mewujudkan persaingan usaha yang sehat di tanah air Indonesia. Dengan memandang esensi yang positif tersebut kiranya kita tidak perlu punya persepsi bahwa Undang-Undang sebagai peraturan punya kaitan erat dengan konotasi memangkak atau menghambat jika dilihat dari sisi negatifnya saja. Jika dicermati Undang-Undang Anti Monopoli terdapat 3 aspek fundamental, yaitu ekonomi, hukum dan internasional.

Dilihat dari sudut pandang ekonomi, pengaturan persaingan usaha diharapkan dapat mewujudkan :⁹

1. peningkatan daya saing produk lokal sehingga mampu bersaing dengan produk impor dan mendorong pangsa pasar internasional;
2. efisiensi manfaat sumber daya yang dimiliki suatu bangsa;
3. peningkatan produktivitas;
4. peningkatan kesejahteraan masyarakat;
5. pendorong inovasi.

Dilihat dari sudut pandang hukum, pengaturan persaingan usaha diharapkan dapat mewujudkan keadilan, bukan hanya bagi pelaku usaha, tetapi juga bagi konsumen produk yang dihasilkan para pelaku usaha tersebut. Jadi

⁸ Suyud Margono, *Hukum Anti Monopoli*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009.hlm.23

⁹ Welirang Fransiscus, Beberapa Catatan Praktisi Usaha atas Undang-Undang tentang *Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, makalah disampaikan di Seminar Tinjauan Kritis UU tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Universitas Atmajaya, 22 Maret 1999, hlm.2

terdapat ada dua faktor yang perlu diperhatikan secara integral dalam prinsip keadilan, yaitu:

1. Praktisi Usaha / Pelaku

Prinsip ini berarti pelaku usaha memiliki kesempatan yang sama (tidak ada diskriminasi) dan adil dalam mengembangkan potensi-potensinya.

2. Kepentingan Konsumen

Konsumen memiliki kebebasan untuk menentukan pilihan terhadap produk yang sesuai dengan kebutuhannya berdasarkan kualitas yang baik, harga wajar, dan layanan yang prima.

Salah satu aspek lain adalah aspek internasional, karena bukan hanya masalah pertimbangan globalisasi tetapi juga aspek yuridis formalnya, yaitu Undang-Undang No.7 Tahun 1995 tentang Ratifikasi Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia (*Agreement Establishing The World Trade Organization*). Dengan demikian Indonesia telah turut meratifikasi hasil *Final Act Uruguay Round*. Atas dasar pranata hukum internasional seperti tercantum dalam konvensi Wina tahun 1969, ratifikasi tersebut memiliki akibat hukum eksternal dan internal bagi negara yang melakukannya.

Akibat hukum eksternal, yaitu bahwa melalui tindakan tersebut berarti negara dalam penandatanganannya telah menerima segala kewajiban yang

dibebankan oleh persetujuan internasional tersebut, sedangkan akibat hukum internal, yaitu kewajiban bagi negara yang bersangkutan untuk mengubah hukum nasionalnya agar sesuai dengan ketentuan persetujuan internasional yang bersangkutan. Tentu saja harus pula disertai dengan jaminan bahwa hukum nasional tersebut diterapkan secara konsisten.¹⁰ Dengan diratifikasinya *Final Act Uruguay Round*, artinya telah dibukanya pasar domestik terhadap perdagangan bebas. Apabila pelaku usaha tidak membiasakan diri untuk mampu bersaing secara bebas dengan tetap mengikuti atau mematuhi Undang-Undang yang mengatur tentang persaingan usaha, maka pelaku usaha tersebut akan kalah bersaing dengan pelaku usaha asing karena tidak dapat memproduksi atau menjual produknya dengan efisien. Pada akhirnya negara Indonesia hanya akan jadi pasar produk asing.

Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat secara garis besar mengatur dua hal, yakni larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Keduanya, (praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat) adalah dua hal yang berbeda. Untuk itu, kita akan coba membahas pengertian praktik monopoli dan persaingan usaha tidak seha dan hubungan keduanya. Dalam hukum persaingan usaha terdapat kata “monopoli” dan “praktik monopoli”. Menurut “Kamus Besar Bahasa Indonesia” yang disebut monopoli adalah situasi pengadaan barang dagangan tertentu (di pasar lokal atau nasional) sekurang-kurangnya sepertiga dikuasai oleh satu orang

¹⁰ Hikmahanto Juwana, *Makalah Intepretasi UU No5.Tahun 1999 dengan Menggunakan Standar Internasional dalam Telaah terhadap Larangan Praktik MOnopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dalam Perspektif Internasional*, Newsletter No.39, Desember, Jakarta, 1999, hlm.9

atau satu kelompok, sehingga harganya dapat dikendalikan, seperti penguasaan minyak bumi dan gas alam oleh pemerintah dan hak tunggal untuk lainnya.¹¹

Menurut undang-undang, monopoli diartikan sebagai penguasaan atas produksi dan / atau pemasaran barang dan / atau penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku atau satu kelompok pelaku usaha.¹² Adapun praktik monopoli adalah pemusatan kekuasaan ekonomi oleh 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. Pemusatan kekuasaan ekonomi adalah penguasaan yang nyata atas suatu pasar bersangkutan oleh satu atau lebih pelaku usaha sehingga dapat menentukan harga barang dan/ atau jasa.¹³

Monopoli menekankan terciptanya suatu penguasaan atas produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa tertentu oleh suatu pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha. Penekanan pengertiannya pada terjadinya monopoli atau monopolisasi. Pemahaman ini menjadi penting untuk mendudukan kegiatan atau perjanjian yang dilarang. Dengan demikian, kata “monopoli” berarti kondisi penguasaan atas produksi dan pemasaran oleh satu kelompok satu pelaku usaha tertentu. Sedangkan praktik monopoli menekankan pada pemusatan kekuasaan sehingga terjadi kondisi pasar yang monopoli. Karenanya, praktik monopoli tidak harus langsung bertujuan menciptakan monopoli, tetapi istilah ini pada umumnya

¹¹Depdikbud, *Kamus Bahasa Indonesia*, Edisi Kedua, Jakarta : Balai Pustaka, 1994, hlm. 664.

¹² Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

¹³ Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

menggambarkan suatu usaha mencapai atau memperkuat posisi dominan di pasar.¹⁴ Dalam hal praktik monopoli, yang berarti menekankan pada proses monopoli dapat melihat beberapa hal sebagai berikut, yakni penentuan mengenai pasar bersangkutan, penilaian terhadap keadaan pasar, dan adanya kegiatan yang dilakukan oleh pelaku untuk menguasai pasar. Penulis melihat bahwa Undang-Undang No.5 Tahun 1999 menekankan pada proses terjadinya monopoli bersaing secara tidak sehat. Lebih tegas, praktek monopoli adalah proses pemusatan, sedangkan monopoli adalah kondisi pasar akibat dari praktik monopoli.

Berdasarkan uraian di atas dapat kita ambil unsur-unsur dari praktek monopoli :¹⁵

1. Terjadinya pemusatan kekuatan ekonomi pada satu atau lebih pelaku usaha;
2. Terdapat penguasaan atas produksi atau pemasaran barang atau jasa tertentu;
3. Terjadinya persaingan usaha tidak sehat, serta
4. Tindakan tersebut merugikan kepentingan umum.

Menekankan pada praktik monopoli berarti mengabaikan monopoli yang terjadinya secara alamiah. Monopoli dapat terjadi dengan dua cara :¹⁶

1. Monopoli alamiah (*natural monopoly*) yang terjadi akibat kemampuan seseorang atau sekelompok pelaku usaha yang mempunyai satu kelebihan

¹⁴ Mustafa Kamal Rokan, *op.cit*, hlm.8-9.

¹⁵ Andi Fahmi Lubis, et.al., *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks dan Konteks*(Indonesia : kerjasama KKPU dan GTZ, Oktober 2009), hlm.133.

¹⁶ *Ibid.*

tertentu sehingga membuat pelaku usaha lain kalah bersaing. Satu pelaku usaha pada pasar sepatu yang mempunyai kualitas yang sangat baik, dapat menekan biaya produksi, pemasaran yang prima tentu akan akan diminati oleh konsumen, sehingga secara “alamiah” akan menguasai pasar sepatu. Jika sesuatu kelebihan yang dimiliki pelaku usaha tersebut didaftarkan dalam hak paten, maka penemuan atau kelebihan yang dimilikinya adalah “hak eksklusifnya”.

2. Monopoli berdasarkan hukum (*monopoly by law*), yakni monopoli yang berasal dari pemberian negara seperti yang termaktub dalam Pasal 33 UUD 1945 yang selanjutnya di lindungi oleh Undang-Undang dan Peraturan di bawahnya. Misalnya pada perusahaan listrik negara, Pertamina, Pelni dan sebagainya.

Persaingan usaha tidak sehat dapat dipahami sebagai kondisi persaingan di antara pelaku usaha yang berjalan secara tidak *fair*. Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 memberikan tiga indikator untuk menyatakan terjadinya persaingan usaha tidak sehat, yaitu :¹⁷

1. Persaingan usaha yang dilakukan secara tidak jujur\
2. Persaingan usaha yang dilakukan dengan cara melawan hukum
3. Persaingan usaha yang dilakukan dengan cara menghambat terjadinya persaingan di antara pelaku usaha

Persaingan usaha yang dilakukan secara tidak jujur dapat dilihat dari cara pelaku usaha dalam bersaing dengan pelaku usaha lain. Misalnya, dalam

¹⁷ *Ibid*, hlm.10.

persaingan tender, para pelaku usaha telah melakukan konspirasi usaha dengan panitia lelang untuk dapat memenangkan sebuah tender. Dengan demikian pelaku usaha lainnya tidak mendapatkan kesempatan untuk memenangkan tender tersebut. Persaingan usaha yang dilakukan dengan cara melawan hukum dapat dilihat dari cara pelaku usaha dalam bersaing dengan pelaku-pelaku usaha lain dengan melanggar ketentuan-ketentuan perundang-undangan yang berlaku atau peraturan-peraturan yang disepakati.

Kondisi seperti ini dapat kita lihat seperti pelaku usaha yang mendapatkan fasilitas-fasilitas khusus. Praktik ini telah lazim kita temukan dalam persaingan usaha sejak zaman Orde Baru hingga sekarang. Contoh yang selalu ditemukan adalah terdapat pelaku usaha yang bebas pajak atau yang dapat mengikuti persaingan dengan pelaku usaha lain dengan melanggar aturan-aturan seperti pelaku usaha yang boleh ikut bersaing dalam usaha tender padahal tidak memenuhi persyaratan kualifikasi yang telah ditetapkan panitia.

Persaingan usaha yang dilakukan dengan cara menghambat terjadinya di antara pelaku usaha melihat kondisi pasar yang tidak sehat. Dalam pasar ini mungkin tidak terdapat kerugian pada pesaing lain, dan para pelaku usaha juga tidak mengalami kesulitan. Namun, perjanjian yang dilakukan pelaku usaha menjadikan pasar bersaing secara tidak kompetitif. Di Indonesia, hukum yang mengatur persaingan usaha terdapat dalam Undang-Undang No.5 Tahun 1999

tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Secara garis besar, undang-undang ini berisikan sebagai berikut :¹⁸

1. Perjanjian yang dilarang sebagaimana yang terdapat di dalam Bab III dari Pasal 4 sampai Pasal 16
2. Kegiatan yang dilarang terdapat pada Bab IV yang rinciannya dimuat dari Pasal 17 sampai Pasal 24,
3. Larangan yang berkaitan dengan posisi dominan terdapat di dalam Bab V dari Pasal 25 sampai 29,
4. Pengecualian, terdapat dalam Pasal 50-51, dan
5. Lembaga yang ditugasi pemerintah untuk melakukan pengawasan persaingan usaha yang disebut dengan Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (KPPU) (Pasal 30-37)

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam rencana penelitian ini adalah **Penelitian Hukum Normatif**, yang mencakup penelitian terhadap asas-asas hukum, penelitian terhadap sistematika hukum, penelitian terhadap taraf sinkronisasi hukum, penelitian sejarah hukum dan penelitian perbandingan hukum. Penelitian hukum tersebut adalah merupakan penelitian hukum yang menggunakan sumber data sekunder atau data yang

¹⁸ Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao, *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010.

diperoleh melalui bahan-bahan kepustakaan, namun dalam penelitian ini nantinya yang hendak dilakukan oleh peneliti akan sedikit menggunakan data dari hasil wawancara dengan pihak-pihak yang terkait.

2. Fokus Penelitian

- a. Indikasi Perjanjian Penetapan Harga di Bawah Pasar yang dilakukan SKH Tribun dengan pelaku usaha lainnya, sehingga berpotensi mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat.
- b. Indikasi Jual Rugi terkait dengan penjualan SKH Tribun, yang berpotensi menyebabkan persaingan usaha tidak sehat.

3. Bahan Hukum

Bahan hukum yang diperoleh dari penelitian kepustakaan atau dokumen berupa bahan-bahan hukum yang terdiri dari :

a. Bahan Hukum Primer, yaitu bahan hukum yang bersifat mengikat yang terdiri dari

1. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
2. Peraturan KPPU No. 6 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 20 (Jual Rugi) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

b. Bahan Hukum Sekunder , yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk dan kejelasan terhadap bahan hukum primer, yang terdiri dari buku-buku literatur, makalah, artikel, jurnal hukum, hasil penelitian, dan karya ilmiah lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

c. **Bahan Hukum Tersier**, yaitu bahan hukum yang memberi petunjuk dan kejelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, yang terdiri dari :

1) Kamus Hukum

4. Teknik Pengumpulan Data atau Bahan Hukum

a. Studi Pustaka

Penelitian Hukum Normatif atau kepastakaan Teknik pengumpulan data dalam penelitian hukum normatif dilakukan dengan studi pustaka terhadap bahan-bahan hukum, baik bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, maupun bahan hukum tersier dan atau bahan non-hukum. Penelusuran bahan-bahan hukum tersebut dapat dilakukan dengan membaca, melihat, mendengarkan, maupun sekarang banyak dilakukan penelusuran bahan hukum tersebut dengan melalui media internet.

a. Wawancara

Wawancara dimaksudkan melakukan tanya jawab secara langsung antara peneliti dengan responden atau narasumber atau informan untuk mendapatkan informasi.

5. Responden dan Informan

Responden dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah masyarakat langsung atau agen penjual koran. Sedangkan untuk Informan adalah pimpinan SKH Tribun Yogyakarta.

6. Analisis Data

Jenis analisis data yang digunakan adalah Analisis Data Preskriptif, dimana analisis ini dimaksudkan untuk memberikan argumentasi atas hasil penelitian yang. Argumentasi disini dilakukan oleh peneliti untuk memberikan preskripsi atau penilaian mengenai benar atau salah atau apa yang seyogyanya menurut hukum terhadap fakta atau peristiwa hukum dari hasil penelitian.

7. Pendekatan dalam Penelitian Normatif

Pendekatan dalam penelitian hukum normatif dimaksudkan adalah bahwa untuk mengawali sebagai dasar sudut pandang dan kerangka berpikir seorang peneliti untuk melakukan analisis. Karena itu, apabila suatu isu hukum dilihat dari beberapa pendekatan yang berbedamaka hasilnya atau kesimpulannya akan berbeda pula. Dalam penelitian hukum normatif terdapat beberapa pendekatan yang bisa digunakan untuk penelitian, yaitu :¹⁹

- a. *Pendekatan Perundang-undangan (Statute Approach)*. Hal ini dimaksudkan bahwa peneliti menggunakan peraturan perundang-undangan sebagai dasar awal melakukan analisis. Hal ini harus dilakukan oleh peneliti karena peraturan perundang-undangan merupakan titik fokus dari penelitian tersebut.

¹⁹ Mukti Fajar Nur Dewata dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2010, hlm. 184-186.

- b. *Pendekatan Konsep (Conceptual Approach)*. Konsep-konsep dalam ilmu hukum dapat dijadikan titik tolak atau pendekatan bagi analisis penelitian hukum, karena akan banyak muncul konsep bagi suatu fakta hukum.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dalam proposal tesis / tesis ini terdiri dari 5 (lima) bab. Dalam setiap bab akan diuraikan secara terperinci sesuai pokok masalah dan batasan yang dikaji. *Bab I*, pendahuluan, berisi gambaran umum yang berkaitan dengan aspek-aspek teoritik dalam proses penelitian sebagaimana dimaksud judul proposal tesis / tesis tersebut. *Bab II*, berisi tinjauan pustaka yang menguraikan mengenai pengertian monopoli, praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dalam perspektif Islam, pembahasan mengenai perjanjian yang dilarang, perjanjian penetapan harga di bawah pasar, Kegiatan yang dilarang, Kegiatan Jual Rugi.

Pada *Bab III*, berisi uraian dan analisis tentang hasil penelitian studi dokumen tentang indikasi Perjanjian Penetapan Harga yang dilakukan oleh Kompas Gramedia dalam Surat Kabar Harian Tribun dengan pelaku usaha lain yang dapat menyebabkan persaingan usaha tidak sehat dan pembahasan mengenai indikasi Jual Rugi

Bab IV, merupakan penutup, memuat kesimpulan dan rekomendasi yang dapat menjadi bahan pertimbangan dan sumbangan bagi para pelaku usaha atau pihak yang terkait dalam penjualan ritel atas Surat Kabar Harian Tribun yang sesuai dengan Undang-Undang No.5 Tahun 1999.

BAB II
TINJAUAN UMUM TENTANG MONOPOLI
DAN PRAKTIK MONOPOLI

A.Monopoli

Monopoli adalah penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha. Sedangkan praktik monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.²⁰

Pengertian di atas antara monopoli dan praktik monopoli, dapat disimpulkan bahwa keduanya sama-sama dilakukan oleh suatu pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha, yang satu “penguasaan dan penggunaan” sedangkan yang lain “pemusatan kekuatan ekonomi”, atas produksi dan atau pemasaran barang an atau jasa. Sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat yang dapat merugikan kepentingan umum. Bila demikian, praktik monopoli adalah salah satu penyebab timbulnya persaingan usaha tidak sehat, yang dapat merugikan kepentingan umum.²¹

Istilah monopoli sering digunakan dalam hubungannya dengan penguasaan atas suatu pasar oleh suatu pelaku usaha atau atau satu kelompok

²⁰ Pasal 1 angka 1 dan 2 UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

²¹ Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao, *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010. hlm. 25

usaha dengan menguasai pangsa pasar yang relatif cukup besar. Dengan demikian konsumen hanya mempunyai pilihan terbatas dengan suatu produk yang ditawarkan, dengan harga melebihi dari yang di tawarkan oleh yang menguasai monopoli, dan dia tidak terikat pada jumlah permintaan, namun mereka akan dapat menjual harga pokoknya sesuai dengan kemauannya kepada konsumen atau masyarakat. Karena si pemegang monopoli memiliki penguasaan dan kontrol eksklusif atas produk, serta mempunyai *power* dalam hal penggunaan penawaran, bahkan sekaligus dalam hal menentukan harga.²²

Sesuatu yang relevan terjadi kaitannya dengan hal tersebut. Dalam hal ini, R.B Suhartono, menyampaikan dalam “Jurnal Hukum Bisnis” bahwa monopoli terbentuk jika hanya satu pelaku mempunyai kontrol eksklusif terhadap pasokan barang dan jasa di suatu pasar; dan dengan demikian juga terhadap penentuan harganya. Karena dalam pasar terdapat transaksi pembelian di samping penjualan, maka dapat dibedakan antara adanya monopoli berupa penjualan tunggal dan monopsoni yang menyangkut pembeli tunggal (demikian pula dapat dibedakan antara oligopoli dan oligopsoni). Sehingga menjadikan hak monopoli dan aset-aset produksi semakin terpusat kepada segelintir orang, yang merupakan cikal bakal lahirnya konglomerasi.²³

Sejak awal praktik dunia di Indonesia telah dirancang sangat monopolistis yang hanya menguntungkan segelintir pihak, dengan sifat “patron-klien”, pemerintah memberi perlindungan terhadap proses produksi serta jaminan perangkat hukum dalam melicinkan aktivitas ekonomi usaha. Di sisi lain pelaku

²² *Ibid*, hlm. 28

²³ R.B Suhartono, *Konglomerat dan Relevansi UU Antimonopoli di Indonesia*, Jurnal Hukum Bisnis, Vol.4, Jakarta, 1998, hlm.6.

usaha memberi timbal balik berupa pajak cukup tinggi kepada negara, serta upeti terhadap oknum-oknum birokrasi. Dalam aktivitasnya bahwa tindakan patron-klien atau hubungan timbal balik antara pemerintah dengan pelaku usaha dalam implementasi kebijakan proteksi terhadap proses produksi dengan imbalan upeti merupakan hal biasa, namun ini adalah unsur praktik monopoli yang sangat berbahaya terhadap perekonomian Indonesia, di samping unsur lainnya, seperti :

1. terjadinya pemusatan kekuatan ekonomi pada satu atau lebih pelaku usaha;
2. adanya penguasaan atas produksi atau pemasaran barang atau jasa tertentu;
3. terjadinya persaingan usaha tidak sehat; dan
4. tindakan tersebut merugikan kepentingan umum.²⁴

Argumen di depan umumnya merupakan praktik monopoli, dengan patokan secara faktual seperti “penguasaan dan atau pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha atas produksi barang atau jasa”. Dengan demikian para ilmuwan sependapat bahwa monopoli dianggap sebagai suatu yang negatif, merusak tata nilai perekonomian. Akan tetapi, menurut Arie Siswanto, apabila dilihat secara mendalam terdapat beberapa “aspek positif” yang bisa ditemukan dari monopoli, antara lain sebagai berikut :²⁵

1. Monopoli dapat memaksimalkan efisiensi pengelolaan sumber daya ekonomi tertentu. Apabila sumber daya alam minyak bumi dikelola oleh

²⁴ Asril Sitompul, *Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Tinjauan Yuridis terhadap UU No.5 Tahun 1999*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1999, hlm. 25.

²⁵ Arie Siswanto, *Hukum Persaingan Usaha*, Penerbit Ghalia Indonesia, Cet.Pertama, 2002, hlm. 20.

satu unit usaha tunggal yang besar, maka ada kemungkinan bahwa biaya-biaya tertentu bisa dihindari.

2. Monopoli juga dapat menjadi sarana untuk meningkatkan pelayanan terhadap konsumen industri tertentu. Dalam bidang usaha pelayanan telekomunikasi, misalnya para pengguna jasa akan bisa saling berhubungan tanpa kesulitan karena hubungan itu difasilitasi oleh satu perusahaan yang memiliki basis teknologi yang bisa dimanfaatkan oleh semua konsumen. Hal ini mungkin saja tidak terjadi jika usaha pelayanan komunikasi dibuka bagi persaingan. Dalam hal terjadi persaingan, ada kemungkinan perusahaan-perusahaan yang saling bersaing itu mengembangkan sendiri teknologi mereka bagi konsumen mereka sendiri. Dengan demikian ada kemungkinan mereka memiliki basis teknologi yang saling berbeda yang akan menyulitkan konsumen perusahaan yang satu untuk berhubungan dengan konsumen perusahaan lainnya.
3. Monopoli dapat menghindarkan duplikasi fasilitas umum. Adakalanya bidang usaha tertentu akan lebih efisien bagi publik apabila dikelola hanya oleh satu perusahaan.
4. Dilihat dari sisi produsen monopoli bisa menghindarkan biaya pariwisata serta biaya diferensiasi. Jika terjadi persaingan, setiap perusahaan yang bersaing akan saling mencoba merebut konsumen dengan banyak cara.
5. Dalam monopoli, biaya kontraktual bisa dihindarkan. Persaingan membuat kekuatan ekonomi terbesar (*dispersed*). Dengan demikian,

maka para pelaku ekonomi akan memiliki kekuatan relatif yang tidak jauh berbeda. Konsekuensinya jika mereka akan saling bertransaksi, maka waktu, biaya, dan tenaga yang diperlukan menjadi lebih besar. Kondisi ini tidak dijumpai dalam kondisi monopoli di mana peluang untuk bernegosiasi tidak terlalu besar.

6. Monopoli bisa digunakan sebagai sarana untuk melindungi sumber daya tertentu yang penting bagi masyarakat luas dari eksploitasi yang semata-mata bersifat "*profit-motive*".

Alasan monopoli yang memiliki aspek positif, berbanding terbalik dengan argumentasi yang menerima persaingan. Persaingan lebih disukai karena kondisi ini lebih mendorong terciptanya efisiensi dalam kegiatan usaha, serta menjaga kepentingan umum dan meningkatkan produktivitas ekonomi. Argumen monopoli ditolak karena cenderung terciptanya iklim usaha yang tidak kondusif bagi pelaku usaha. Beberapa alasan menolak monopoli adalah sebagai berikut : ²⁶

1. Monopoli membuat konsumen tidak mempunyai kebebasan memilih produk sesuai dengan kehendak dan keinginan mereka. Jika penawaran sepenuhnya dikuasai oleh seorang produsen, secara praktis para konsumen tidak punya pilihan. Dengan kata lain, konsumen harus menggunakan produk satu-satunya tersebut.
2. Monopoli membuat posisi konsumen menjadi rentan di hadapan produsen. Ketika produsen menempati posisi sebagai pihak yang lebih dibutuhkan daripada konsumen, terbuka peluang besar bagi

²⁶ Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao, *op. cit.* hal. 30-31

monopolistiknya. Ia antara lain menjadi bisa menentukan harga secara sepihak secara menyimpang dari biaya produksi riil.

3. Monopoli juga berpotensi menghambat inovasi teknologi dan proses produksi. Dalam keadaan tidak ada pesaing, produsen lantas tidak memiliki motivasi yang cukup besar untuk mencari dan mengembangkan teknologi dan proses produksi baru. Akibatnya inovasi teknologi dan proses produksi akan mengalami stagnasi.

Kwik Kian Gie menulis sebuah buku yang berjudul *Praktik Bisnis dan Orientasi Ekonomi Indonesia*, mengemukakan bentuk-bentuk monopoli yang pada hakekatnya berbeda-beda seperti berikut :²⁷

1. Monopoli yang diberikan begitu saja oleh pemerintah kepada swasta berdasarkan nepotisme.
2. Monopoli yang terbentuk karena beberapa pengusaha yang bersangkutan membentuk kartel ofensif.
3. Monopoli yang tumbuh karena praktik persaingan yang nakal, misalnya pengendalian produk dari hulu sampai hilir. Lalu yang hilir lainnya didiskriminasi dalam memperoleh bahan baku yang dikuasainya juga.
4. Monopoli yang dibentuk untuk pembentukan dana, yang penggunaannya adalah untuk sosial dan dipertanggungjawabkan kepada publik, baik tujuannya akan tetapi buruk prosedurnya. Karena itu berarti memungut pajak tanpa melalui undang-undang, jadi hal tersebut dinilai telah melanggar Undang-Undang Dasar.

²⁷ Kwik Kian Gie, *Praktik Bisnis dan Orientasi Ekonomi Indonesia*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1996, hlm. 52-53.

5. Monopoli adalah yang diberikan kepada investor dalam bentuk oktroi dan paten untuk jangka waktu yang terbatas.
6. Monopoli yang terbentuk karena perusahaan yang bersangkutan selalu menang dalam persaingan yang sudah dibuat wajar, dan adil. Monopoli seperti ini justru muncul karena unggul dalam segala bidang produktif dan efisien.
7. Monopoli yang dipegang oleh negara dalam bentuk BUMN. Karena barangnya dianggap penting bagi negara dan menguasai hajat hidup orang banyak.
8. Monopoli yang disebabkan karena pembentukan kartel definitif, agar persaingan yang sudah saling “memotong leher” dan sudah saling mematikan sudah dapat dihentikan. Caranya adalah pembentukan kartel definitif, agar perusahaan-perusahaan tidak bangkrut. Sifatnya harus sementara dan setelah dijaga jangan sampai berkembang menjadi kartel ofensif.

Jelas bahwa monopoli merupakan pemusatan kekuatan tunggal di pasar, dan cenderung menghambat alokasi sumber daya secara efisien. Selain bentuk-bentuk monopoli sebagaimana uraian diatas, menurut Arie Siswanto, ada beberapa kriteria bisa ditemukan terhadap beberapa variasi monopoli :²⁸

1. Monopoli dapat dibedakan menjadi *Private Monopoly* (monopoli swasta) dan *Public Monopoly* (monopoli publik). Perbedaan ini didasarkan pada kriteria siapa yang memegang atau memiliki kekuasaan

²⁸ Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao, *op. cit.* hal. 32-33.

monopoli. Dikatakan terdapat monopoli publik, jika monopoli tersebut dimiliki oleh badan publik, seperti negara, pemerintah daerah, dan sebagainya. Sebaliknya, monopoli swasta adalah monopoli yang dipegang oleh pihak non publik, seperti perusahaan swasta, seperti koperasi, dan perorangan.

2. Sisi keadaan yang menyebabkan monopoli bisa dibagi menjadi *natural monopoly* dan *social monopoly*. *Natural monopoly* adalah monopoli yang disebabkan oleh faktor-faktor alami yang eksklusif. Sedangkan *social monopoly* adalah merupakan monopoli yang tercipta dari tindakan manusia atau kelompok sosial. Monopoli terdapat hak cipta yang diberikan oleh negara kepada seorang pencipta.
3. Monopoli dibedakan antara monopoli legal dan monopoli ilegal. Monopoli legal adalah monopoli yang tidak dilarang oleh hukum. Sebaliknya monopoli dikatakan ilegal jika dilarang oleh hukum.²⁹

Persaingan dalam dunia usaha pada dasarnya merupakan suatu syarat mutlak (*conditio sine qua non*) bagi terselenggaranya suatu perekonomian yang berorientasi pasar (*market economy*). Peranan hukum dalam persaingan usaha adalah dari terselenggaranya suatu persaingan yang sehat dan adil (*fair competition*), sekaligus mencegah munculnya persaingan yang tidak sehat (*unfair competition*) karena persaingan yang tidak sehat hanya akan bermuara pada matinya persaingan usaha yang pada gilirannya akan melahirkan monopoli.

²⁹ Arie Siswanto, *op.cit.*, hlm.22.

Dalam bentuk lain, monopoli juga dapat diartikan sebagai penguasaan oleh satu atau gabungan beberapa perusahaan.³⁰

Eksistensi monopoli dalam suatu kegiatan ekonomi dapat terjadi dalam berbagai jenis, ada yang merugikan dan ada yang menguntungkan perekonomian dan masyarakatnya. Oleh karena itu, pengertian masing-masing jenis monopoli perlu dijelaskan untuk membedakan mana monopoli yang dilarang karena merugikan masyarakat dan mana yang ikut memberikan kontribusi positif bagi kesejahteraan masyarakat. Adapun jenis-jenis monopoli tersebut adalah sebagai berikut.³¹

1. Monopoli yang terjadi karena memang dikehendaki oleh Undang-Undang (*Monopoly by Law*).

Pasal 33 UUD 1945 menghendaki adanya monopoli negara untuk menguasai bumi dan air berikut kekayaan alam yang terkandung didalamnya, serta cabang-cabang produksi yang menguasai hajat hidup orang banyak. Selain itu, undang-undang juga memberikan hak istimewa dan perlindungan hukum dalam jangka waktu tertentu terhadap pelaku usaha yang memenuhi syarat tertentu atas hasil riset dan inovasi yang dilakukan sebagai hasil pengembangan teknologi yang bermanfaat bagi umat manusia. Pemberian hak-hak eksklusif atas penemuan baru, baik yang berasal dari hak atas kekayaan intelektual seperti hak cipta (*copyright*) dan hak atas kekayaan industri (*industrial property*), seperti paten (*patent*), merek (*trademark*), dan rahasia dagang (*trade secret*) pada

³⁰ Johny Ibrahim, *Hukum Persaingan Usaha, Filosofi, Teori dan Implikasi Penerapannya di Indonesia*, Bayumedia Publishing, Malang, 2009. hlm. 40.

³¹ *Ibid*, hlm. 40-44.

dasarnya adalah merupakan bentuk lain monopoli yang diakui dan dilindungi oleh undang-undang.

2. Monopoli yang lahir dan tumbuh secara alamiah karena didukung oleh iklim dan lingkungan usaha yang sehat (*Monopoly by Nature*).

Monopoli bukanlah merupakan suatu perbuatan jahat atau terlarang apabila kedudukan tersebut diperoleh dengan mempertahankan posisi tersebut melalui kemampuan prediksi dan naluri bisnis yang profesional. Kemampuan sumber daya manusia yang profesional, kerja keras, dan strategi bisnis yang tepat dalam mempertahankan posisinya akan membuat suatu perusahaan memiliki kinerja yang unggul (*superior skill*) sehingga tumbuh secara tepat dengan menawarkan suatu kombinasi antara kualitas dengan harga barang dan jasa serta pelayanan sebagaimana dikehendaki oleh konsumen. Dalam posisinya tersebut, perusahaan mampu beroperasi dan mengelola sedemikian rupa berbagai komponen masukan (*input*) sehingga dalam industri di mana ia berada, biaya rata-rata per unit produksi menurun tajam (*decreasing cost industry*) pada tingkat-tingkat produksi selanjutnya dan semakin besar skala produksi perusahaan tersebut. Dalam hal ini perusahaan dapat menyediakan keluaran (*output*) yang lebih efisien daripada apa yang dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan lainnya.

Perusahaan seperti itu mampu mengelola secara tepat lima faktor persaingan yang menentukan kemampuan laba industri sebagaimana dikemukakan oleh Porter, yaitu daya tawar menawar pemasok, ancaman

produk atau jasa substitusi, dan persaingan di antara perusahaan yang ada.³² Pelaku usaha atau perusahaan yang memiliki kinerja unggul seperti itu sering memiliki strategi rahasia dagang (*trade secret*) yang meskipun tidak memperoleh hak-hak eksklusif dan pengakuan dari negara, namun dengan teknologi rahasianya tersebut, perusahaan mampu menempatkan posisinya sebagai perusahaan monopoli. Perusahaan seperti ini jelas memiliki kontribusi terhadap efisiensi ekonomi dan kesejahteraan konsumen (*consumer welfare*). Adanya Undang-Undang Antimonopoli hanyalah untuk memastikan bahwa kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan seperti itu tidak disalahgunakannya untuk mematikan persaingan usaha.

Monopoli alamiah juga dapat terjadi apabila untuk suatu ukuran pasar (*market size*) akan lebih efisien bila hanya ada satu pelaku usaha atau perusahaan yang melayani pasar tersebut. Perusahaan kedua yang memasuki arena persaingan akan kesulitan dan mengalami kerugian serta tersingkir secara alamiah, karena ukuran pasar yang tidak memungkinkan adanya pendatang baru. Dalam bentuk lain, monopoli alamiah juga akan muncul jika pelaku usaha memiliki kekhususan yang ditawarkan pada konsumen, misalnya karena rasa dan selera tertentu yang tidak dapat ditiru oleh pelaku usaha yang lain. Fenomena seperti misalnya terjadi pada produk makanan, atau rancangan gaya berpakaian yang eksklusif.

³² Agus Dharma, et.al., , *Keunggulan Bersaing. Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*, , Erlangga, Jakarta, 1993, hlm. 5.

3. Monopoli yang Diperoleh Melalui Lisensi dengan Menggunakan Mekanisme Kekuasaan (*Monopoly by License*).

Monopoli seperti ini dapat terjadi oleh karena adanya kolusi antara pelaku usaha dengan birokrat pemerintah. Kehadirannya menimbulkan distorsi ekonomi karena mengganggu bekerjanya mekanisme pasar yang efisien. Umumnya *monopoly by license* berkaitan erat dengan para pemburu rente ekonomi (*rent seekers*) yang mengganggu keseimbangan pasar untuk kepentingan mereka. Berbagai kelompok usaha yang dekat dengan pusat kekuasaan dalam pemerintahan pada umumnya memiliki kecenderungan melakukan perbuatan-perbuatan tercela seperti itu, meskipun tidak semuanya memiliki *rent seeking behaviour*. Perburuan rente (*rent seeking*) mempunyai potensi mengakibatkan persaingan usaha yang tidak sehat karena dianggap sebagai bisnis yang tidak adil dan tanpa resiko. Dengan jaminan lisensi yang diperoleh dari pemerintah, mereka tinggal menunggu laba saja.

4. Monopoli karena terbentuknya struktur pasar akibat perilaku dan sifat serakah manusia.

Sifat-sifat dasar manusia yang menginginkan keuntungan besar dalam waktu yang singkat dan dengan pengorbanan dan modal yang sekecil mungkin atau sebaliknya, dengan menggunakan modal (*capital*) yang sangat besar untuk memperoleh posisi dominan guna menggusur para pesaing yang ada. Unsur-unsur yang mempengaruhi perilaku para pelaku usaha tersebut manifestasinya dalam praktik bisnis sehari-hari

adalah sedapat-dapatnya menghindari munculnya pesaing baru, karena munculnya pesaing atau rivalitas dalam berusaha akan menurunkan tingkat keuntungan. Hal ini dapat terjadi karena keputusan tentang kualitas, kuantitas, dan kebijakan harga tidak lagi ditentukan oleh satu pelaku usaha atau satu perusahaan saja, akan tetapi juga dipengaruhi oleh apa yang dilakukan oleh para pelaku pesaingnya.

Hal tersebut yang menyebabkan para pelaku usaha cenderung melakukan hal-hal yang bersifat antipersaingan dalam menjalankan usahanya dan yang lebih ekstrim lagi, melakukan praktik bisnis yang tidak jujur. Praktik bisnis yang bersifat antipersaingan dan tidak jujur tersebut dapat dilakukan secara sendiri atau bekerja sama dengan para pelaku usaha lainnya. Jelasnya, monopoli yang menghambat persaingan adalah monopoli yang melakukan penyimpangan struktur pasar karena menyebabkan terjadinya pembentukan pasar, pembagian pasar, dan menyalahgunakan kekuatan pasar (*market power*) guna menyingkirkan para pesaing keluar dari arena pasar. Setelah para pesaing tersingkir dari arena persaingan, dengan sesukanya pelaku usaha tersebut melakukan kontrol atas harga.

Pada jenis monopoli seperti ini konsumen akan sangat dirugikan karena tidak lagi memiliki alternatif lain pada saat akan membeli barang atau jasa tertentu dengan kualitas yang baik serta harga yang wajar dan bersaing. Kondisi seperti itu akan melahirkan inefisiensi ekonomi dan memiliki potensi pemborosan sumber daya, terutama sumber daya alam.

Kerugian masyarakat tersebut dinamakan *dead weight loss*. Jenis monopoli yang dimaksud pada poin (3) dan (4) dapat mengganggu bekerja mekanisme pasar dan harus dilarang. Sementara itu, jenis monopoli poin (1) dan (2) tetap perlu diawasi dan diatur agar pada suatu waktu kekuatan ekonomi yang dimilikinya tidak akan disalahgunakan.

B. Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Perspektif Islam.

Istilah hukum persaingan usaha belum begitu dikenal dalam literatur hukum bisnis Islam. Beberapa buku yang membahas tentang tindak monopoli seperti perilaku *ikhtiar*, *talaq ar-rukban*, *tadlis*, *ta'alluq*, dan seterusnya lebih menyebutnya sebagai etika bisnis Islam. Islam secara tegas melarang praktik monopoli. Praktik monopoli akan menyebabkan rusaknya sistem pasar dan inefisiensi dalam perekonomian, yang berarti melanggar sistem perekonomian. Norma larangan praktik monopoli telah secara tegas disampaikan Rasulullah SAW : “ *Barangsiapa melakukan monopoli, maka ia adalah pendosa.*”³³

Instrumen hukum Islam dalam persaingan usaha tidak sehat juga menyangkut larangan-larangan yang merusak sistem ekonomi Islam itu sendiri. Penyebutan persaingan usaha tidak sehat sebenarnya tidaklah begitu tepat, sebab terdapat prinsip-prinsip yang tegas dan jelas dalam hal melakukan usaha dalam

³³ Berdasarkan hadis ini, Yusuf Qardhawi mengatakan bahwa tindakan monopoli adalah haram, dan merupakan penopang kapitalisme. Penopang Kapitalisme lainnya adalah riba. Islam menghendaki harga berdasarkan dari hasil pasar sempurna. Namun, lebih lanjut Qardhawi mengatakan, jika terjadi kondisi yang memaksa, maka boleh melakukan monopoli pasar, Lihat, Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, . Akademi Manajemen Perusahaan YKPN Yogyakarta, 2004, hlm. 213.

perspektif Islam. Secara umum, bahwa sistem ekonomi Islam harus berdasarkan prinsip-prinsip yang menjamin terjadinya transaksi yang bebas dari unsur *masyir* (*gambling*), *gharar* (*uncertainty*), dan *riba*.³⁴

Persoalan larangan *riba*, Allah SWT, mengharamkan sistem perdagangan yang bersifat *ribawi* (*usury*) sebagai counter dari sistem jahiliyah yang ada saat itu. Larangan memakan *riba* secara tegas dalam Al-Quran :³⁵

“ Orang-orang yang makan (mengambil) *riba* tidak dapat berdiri, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan *riba*, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan *riba*, orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu harus berhenti (dari mengambil *riba*), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil *riba*), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”

Islam melarang melakukan transaksi dalam ketidakpastian (*gharar*). Sistem ekonomi Islam mengharuskan seluruh proses kontrak bisnis dilakukan secara transparan dan terbuka. Prinsip ini menjadi penting untuk menghindarkan keuntungan yang hanya terkonsentrasi pada satu pihak dan kerugian di pihak lain. Pelaku bisnis sangat dilarang melakukan kezaliman terhadap pelaku bisnis lainnya. Karena, asas keterbukaan dan kebenaran menjadi syarat mutlak dalam transaksi ekonomi Islam. Untuk menghindari kezaliman, ekonomi Islam melarang transaksi yang menggunakan standar ganda harga untuk satu *akad*. Seperti menggunakan dua transaksi bersamaan yang berkaitan (*ta;alluq*) dalam satu *akad*

³⁴ Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Prakteknya di Indonesia)*, PT.RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2010, hlm. 28

³⁵ QS. Al-Baqarah : 275

serta secara tegas melarang melakukan distorsi harga dengan melakukan rekayasa permintaan yang disebut dengan *najasy* dan rekayasa dalam melakukan penawaran yang disebut dengan *ikhtiar* dan *risywah* (suap-menyuap).³⁶

Larangan-larangan terhadap prinsip-prinsip di atas yang terdapat dalam hukum bisnis Islam mutlak untuk diindahkan. Untuk menjelaskan dan menerapkan prinsip-prinsip tersebut, Islam telah mengaturnya dalam berbagai instrumen *akad* (transaksi), yang disebut dengan *al-ba'y*, *mudharabah*, *musyarakah*, *murabahah*, *hiwalah*, *rahn*, *kafalah*, dan seterusnya. Adapun dalam persaingan usaha terdapat beberapa larangan, seperti *ikhtiar*, *talaq ar-rukban*, *tadlis*, *ta'alluq*, dan seterusnya. Dalam penerapannya, larangan-larangan dalam melakukan usaha dapat langsung diterapkan tanpa melihat dampak dari sebuah tindakan, namun terdapat larangan-larangan praktik monopoli yang harus melihat tujuan atau dampak dari sebuah tindakan.

Secara umum, larangan praktik monopoli dalam Islam dilihat dari dua aspek, yakni larangan praktik monopoli dari sudut perilaku (*akhlak, behavioral*) dan struktur pasar (*structure market*). Secara *behavioral*, Islam sangat menekankan setiap aktivitas kehidupan, termasuk dalam melakukan usaha adalah bagian dari ibadah, karenanya bekerja dan berusaha harus didasari nilai-nilai ketuhanan yang menghendaki kejujuran, transparansi, serta saling menghargai. Untuk memberentuk perilaku yang baik dalam aktivitas ekonomi, maka terdapat dua asas yang menjadi dasarnya.

1. Asas illahiah

³⁶ *Ibid*, hlm. 29

Merupakan asas yang pertama dalam kegiatan ekonomi adalah illahiah. Pelaku ekonomi dalam Islam harus meyakini bahwa setiap langkah bisnis yang dikerjakan tetap dalam “pantauan” Allah SWT.

“Dia bersama kamu dimana saja kamu berada, dan Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan.”³⁷

Asas tersebut akan berimplikasi pada rasa tanggung jawab pelaku ekonomi kepada Khalik-Nya dan tanggung jawab kepada masyarakat, rekan bisnis, diri sendiri sehingga mensyaratkan pelaku ekonomi menjadi pelaku bisnis yang jujur dan amanah dalam melakukan aktivitas ekonomi. Allah berfirman :

“Allah telah berjanji kepada orang yang beriman dan melakukan pekerjaan yang baik bahwa bagi mereka ampunan Allah dan ganjaran yang besar.”³⁸

Selanjutnya dalam ayat lain :

“Orang-orang yang beriman dan melakukan pekerjaan-pekerjaan yang baik, maka kami akan memasukkan mereka ke dalam surga-surga yang mengalir sungai-sungai di bawahnya, mereka kekal di dalamnya selama-lamanya, janji Allah itu benar dan siapakah yang lebih benar perkataannya dibandingkan dengan Allah.”

Kemudian dalam ayat lain disebutkan :

“Celakalah orang-orang yang mengurangi tekaran, dengan cara apabila mereka membeli minta dilebihkan, dan apabila mereka menimbang untuk orang lain, maka mereka kurangi. Tidaklah mereka menyangka bahwa mereka akan dibangkitkan setelah mati.”³⁹

Sebagai panutan, Nabi Muhammad SAW, jugasangat menghargai sekaligus memotivasi manusia untuk jujur dalam setiap tindakan, apalagi aktivitas ekonomi sangat “rentan” dengan manipulasi karena berkaitan dengan uang.

Dalam sebuah hadis, Rasulullah mengatakan :

³⁷ QS.Al-Hadid : 4.

³⁸ QS.Al-Maidah : 9

³⁹ QS..Al-Mutaffifin: 1-6

“Pedagang yang jujur lagi dipercaya adalah bersama-sama para nabi, orang shidiqin dan para syuhada.”⁴⁰

Selanjutnya dalam hadis lain disebutkan :

“Penjual dan pembeli, keduanya bebas memilih jika keduanya belum terpisahkan. Jika mereka jujur dan jelas, maka diberkahi oleh Allah jual beli itu. Namun, jika mereka menyembunyikan cacat dan dusta, maka terhapuslah keberkahan jual beli itu.”⁴¹

2. Asas ekonomi berdasarkan keberuntungan dunia dan akhirat. Asas ini berdasarkan firman Allah :

“Carilah apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagian) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bagianmu dari kenikmatan dunia dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu. Janganlah kamu melakukan pengrusakan di muka bumi, sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melakukan kerusakan.”⁴²

Motif ekonomi menjadi penting sbagai berpijaknya semua aktivitas ekonomi menginginkan pelaku ekonomi mendapatkan kebahagiaan berupa pemuasan opimal dari kebutuhan jasmani dan rohani seccara seimbang baik secara individu dan masyarakat luas. Secara struktur pasar, motif mekanisme pasar dalam ekonomi Islam berdasarkan tiga hal, yakni:

- 1. Pasar harus berlandaskan kebebasan “terbatas” dan kerja sama (*ta’awun*).**

Kebebasan dalam Islam adalah kebebasan yang terarah sesuai dengan hukum bisnis Islam. Kebebasan dalam pasar tidak bermaksud melepaskan dan merelakan segala bentuk kegiatan ekonomi dalam pasar,

⁴⁰ HR.Tirmidzi dan Hakim, Hadis lain yang diriwayatkan Al-Bazaar yang mengatakan “Pekerjaan apakah yang paling baik ya Rasulullah? Rasulullah bersabda, *Seorang bekerja dengan tangan sendiri dan melakukan jual beli dengan bersih.*”

⁴¹ HR.Bukhari-Muslim.

⁴² QS. Al-Qashas: 77

tetapi sebaliknya ia bergerak dan berlaku dalam ruang lingkup aktivitas yang tidak bertentangan dengan ketentuan-ketentuan Islam. Setiap orang “bebas” memproduksi atau memasarkan barang dan jasa yang sama. Pembeli juga bebas untuk memilih barang yang ingin dikonsumsinya.

Lebih dari itu, struktur pasar dalam Islam haruslah berdasarkan kerjasama dan tolong-menolong (*ta'awun*), bukan persaingan. Karenanya, kata “persaingan” tidak tepat digunakan dalam perdagangan Islam. Sebab, umat Islam diwajibkan melakukan kebajikan sekaligus bermanfaat kepada setiap makhluk, setiap saat tanpa terkecuali. Karenanya, sistem perdagangan, Islam lebih tepat menggunakan kata “mitra kerjasama” untuk melakukan pekerjaan yang lebih baik. Itulah sebabnya, core ekonomi Islam terletak pada sistem kerjasama, seperti *mudharabah* atau *musyarakah*.

Penting ditegaskan bahwa Islam menegakkan sistem pasar pada kondisi persaingan sempurna (*perfect competition*), yakni persaingan yang mendasarkan atas penawaran dan permintaan tanpa intervensi dari pihak manapun, sehingga negara sekalipun tidak diperbolehkan untuk melakukan intervensi terhadap pasar ketika pasar berjalan pada kondisi normal. Ibn Taymiyah menyebutkan, jika masyarakat melakukan intervensi jual beli dalam kondisi yang normal tanpa ada bentuk distorsi atau penganiayaan apapun dan terjadi perubahan harga karena sedikit penawaran atau banyaknya permintaan, maka hal ini adalah merupakan kehendak Allah.⁴³ Kerjasama bukan persaingan harus menjadi dasar dalam

⁴³ Mustafa Edwin Nasution, et.al., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Prenada, Jakarta, 2006, hlm. 163.

aktivitas ekonomi, sebab dari dasar inilah terbentuknya perilaku (*behavioral*) dan struktur (*structure*) pasar yang ideal.

2. Asas efisiensi dan menjaga kelestarian lingkungan.

Ekonomi Islam mendasarkan kegiatannya atas efisiensi dan “ramah” lingkungan. Dasar asas ini tertera dalam Al-Qur’an :

“Telah tampak kerusakan di darat dan di laut karena ulah tangan manusia, supaya mereka kembali ke jalan yang benar.”⁴⁴

Ayat tersebut merupakan asas dalam melakukan segala aktivitas termasuk kegiatan ekonomi yang berisikan dua prinsip, yakni melakukan segala aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan semua potensi secara efisien dan tepat guna. Segala bentuk inefisiensi dalam ekonomi merupakan bagian dari pengrusakan alam, karenanya, manusia sebagai *khalifah fil ard* (pemimpin di dunia) dan bertugas sebagai pemakmur dunia harus melakukan efisiensi dalam aktivitas ekonomi.

3. Asas distribusi.

Rusaknya sistem pasar dikarenakan praktik monopoli yang menyebabkan harta hanya terkonsentrasi bagi satu orang atau golongan tertentu. Rusaknya sistem pasar ini telah ditegaskan Allah SWT, dalam Al-Qur’an :

“...agar harta itu jangan hanya berputar di kalangan orang kaya di antara kamu sekalian ...”⁴⁵

⁴⁴ QS.Al-Rum: 41.

Pada dasarnya Islam memiliki dua sistem distribusi, yakni distribusi komersial dan sistem distribusi sosial masyarakat. Distribusi komersial adalah sistem distribusi melalui proses ekonomi, sedangkan distribusi sosial adalah merupakan sistem distribusi yang bertujuan untuk menciptakan keseimbangan pendapatan masyarakat.⁴⁶

C. Perjanjian yang dilarang dalam Anti Monopoli

Salah satu persoalan yang turut diatur oleh Undang-Undang Anti Monopoli adalah dilarangnya perjanjian-perjanjian tertentu yang dianggap dapat menimbulkan monopoli dan persaingan tidak sehat. Perjanjian yang dilarang diatur dalam Bab III Pasal 4-16 Undang-Undang. 5 Tahun 1999. Pengertian perjanjian menurut versi hukum persaingan terdapat dalam Pasal 1 (satu) ayat 7 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, “Perjanjian adalah suatu perbuatan dari satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikatkan diri terhadap satu atau lebih pelaku usaha lain dengan nama apapun baik tertulis ataupun tidak tertulis. “

Mengenai apa yang dimaksud dengan kata “perjanjian” ini, tidak berbeda dengan pengertian perjanjian pada umumnya, yakni sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1313 KUHPerdara, “ Suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya kepada orang lain atau lebih.” Namun sesungguhnya

⁴⁵QS.Al-Hasyr : 7.

⁴⁶ M.Syafi'i Antonio, *Konsep Distribusi Islam, dalam Eus Amalia, Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam*, Rajawali Press, Jakarta, 2009, hlm. 119.

terdapat beberapa perbedaan yang mendasar dalam pengertian perjanjian dalam hukum anti monopoli.⁴⁷

Perjanjian dalam teori persaingan usaha adalah upaya dua pelaku dalam konteks strategi pasar. Dengan demikian, esensi perjanjian adalah saling bersepakatnya antar pesaing tentang tingkah laku pasar mereka, baik seluruhnya ataupun menyepakati tingkah laku bagian tertentu dari keseluruhan tingkah laku pasar. Akibatnya pesaing tidak lagi tampil secara terpisah dan tidak lagi mandiri di pasar.

Setiap perjanjian mensyaratkan paling sedikit dua pihak yang saling bersepakat tentang perilaku di pasar. Penting untuk ditegaskan, latar belakang kesepakatan tidak menjadi penting untuk diperhatikan. Sebab, perjanjian dalam persaingan usaha terkadang hanya didasarkan pada “*feeling*” ekonomi untuk menyamakan harga dan mengikuti pola pesaing lainnya. Sehingga tidak jarang perjanjian juga dapat terjalin tanpa memperhatikan apakah pihak yang menjalin perjanjian melakukannya dengan suka rela atau tidak. Inilah yang membedakan perjanjian dalam pengertian KUHPdata dengan perjanjian dalam hukum anti monopoli.⁴⁸ Perjanjian yang dilarang sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 yang terjadi atau mengakibatkan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, antara lain meliputi :⁴⁹

Perjanjian dengan pelaku usaha lain dengan bersama-sama melakukan penguasaan suatu produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa (oligopoli);

⁴⁷ Ahmad Yani dan Gunawan Wijaya, *Anti Monopoli*, PT.Raja Grafindo, Jakarta, 1999. hlm. 2.

⁴⁸ Knud Hansen, et al, *Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, GTZ-PT.Katalis, Jakarta, 2002, hlm.79.

⁴⁹ Suyud Margono, *Hukum Anti Monopoli*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009.hlm.78-79.

1. Perjanjian dengan pelaku usaha lain dengan bersama-sama melakukan penguasaan suatu produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa (oligopoli);
2. Perjanjian bersifat menetapkan harga atas suatu barang atau jasa dengan pelaku usaha pesaingnya (penetapan);
3. Perjanjian untuk melakukan pembagian wilayah pemasaran alokasi pasar terhadap barang dan / atau jasa dengan usaha pesaingnya (pembagian wilayah);
4. Perjanjian melakukan pemboikotan, baik untuk tujuan pasar dalam maupun luar negeri dengan pelaku usaha pesaingnya (pemboikotan);
5. Perjanjian yang bermaksud mempengaruhi harga mengatur proses produksi dan/atau pemasaran suatu barang dan/atau jasa dengan pelaku usaha pesaingnya (kartel);
6. Perjanjian dengan maksud membentuk gabungan perusahaan atau perseroan yang lebih besar, yang bertujuan mengontrol produksi dan/atau pemasaran atas barang dan/atau jasa (trust);
7. Perjanjian dengan maksud secara bersama-sama menguasai pembelian atau penerimaan pasokan agar dapat mengendalikan harga barang dan/atau jasa (oligopsoni);
8. Perjanjian yang bertujuan untuk menguasai produksi sejumlah produk yang termasuk dalam rangkaian produksi barang dan/atau jasa tertentu, yang mana setiap rangkaian produksi merupakan hasil pengolahan

atau proses lanjutan, baik dalam suatu rangkaian langsung maupun tidak langsung (integrasi vertikal);

9. Perjanjian yang memuat persyaratan bahwa pihak yang menerima barang dan/atau jasa hanya akan memasok atau tidak memasok kembali, harus bersedia membeli, mengenai harga atau potongan harga tertentu atas barang dan/atau jasa tersebut kepada pihak tertentu dan/atau pada tempat tertentu (perjanjian tertutup);
10. Perjanjian dengan pihak luar negeri yang memuat klausul akan dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan tidak sehat.

Hal yang terpenting dari perjanjian dalam hukum antimonopoli adalah ikatan. Pihak yang terikat tidak harus melibatkan semua pihak, jika hanya satu pihak yang terikat juga sudah cukup. Pertanyaannya, kapan suatu ikatan mengikat secara hukum. Dalam hal ini dibagi dua hal, yakni :

1. Ikatan Hukum

Suatu pihak terkait dengan hukum jika perjanjian yang dilakukan mengakibatkan kewajiban hukum. Ikatan hukum juga diakibatkan oleh kewajiban pembayaran ganti rugi satu pihak kepada pihak lain apabila melanggar ketentuan perjanjian. Mengingat Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) mempunyai wewenang untuk membatalkan perjanjian,⁵⁰ maka perjanjian yang menghambat persaingan usaha tidak mengikat menurut hukum karena dapat

⁵⁰ Pasal 47 Ayat 2 Huruf a Undang-Undang No.5 Tahun 1999.

dibatalkan. Namun hal ini bukan berarti suatu perjanjian sebagaimana dimaksud Pasal 1 angka 7 tidak mengikat(bagi pelaku usaha). Ikatan hukum berarti bahwa suatu kewajiban tertentu dilindungi hukum jika tidak melanggar Undang-Undang No. Tahun 1999.⁵¹

2. Ikatan Ekonomi

Selain ikatan hukum, Pasal 1 ayat 7 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 juga mencakup ikatan ekonomi. Ikatan ekonomi dihasilkan oleh suatu perjanjian jika ada standar perilaku tertentu yang harus ditaati bukan karena persyaratan hukum, tetapi dalam rangka mencegah kerugian ekonomi. Salah satu contoh adalah menentukan harga dibawah pasar.⁵² Pihak yang diikutsertakan dalam perjanjian tersebut biasanya menuntut harga yang lebih rendah agar tidak mengalami kerugian dalam persaingan usaha. Jadi ikatan ekonomi dalam hal ini adalah, pihak yang ikut dalam ikatan perjanjian tersebut akan menyimpang dari strategi yang disepakati maka akan mengalami kerugian. Dengan bahasa yang lebih sederhana, pelaku usaha harus “ikut arus” dengan “permainan” yang telah disepakati, jika tidak maka ia akan mengalami kerugian.

D. Kegiatan yang dilarang (Dalam Hukum Persaingan Usaha)

Berbeda dengan istilah “perjanjian” yang dipergunakan, dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tidak dapat kita temukan suatu definisi mengenai

⁵¹ Knud Hansen, et al, *Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Op,Cit.*, hlm.79.

⁵² Pasal 7 Undang-Undang No.5 Tahun 1999.

“kegiatan”. Akan tetapi jika ditafsirkan secara *a contrario* terhadap definisi perjanjian yang diberikan dalam Undang-Undang Nomor. 5 Tahun 1999, dapat dikatakan bahwa pada dasarnya “kegiatan” adalah suatu aktivitas, usaha, atau pekerjaan. Dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tidak ditentukan suatu rumusan mengenai apa yang dimaksud dengan “kegiatan”, sebagaimana halnya perjanjian. Oleh karena itu, dengan berdasarkan pengertian “perjanjian” yang dirumuskan dalam Undang-Undang Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tersebut dapat dirumuskan bahwa “kegiatan” adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh satu atau lebih pelaku usaha yang berkaitan dengan proses dalam menjalankan kegiatan usahanya.⁵³

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tidak hanya mengatur suatu pelarangan yakni perjanjian yang dilarang, tetapi di samping itu juga mengatur kegiatan yang dilarang. Belum ada istilah kegiatan yang dilarang dalam undang-undang persaingan usaha sebab undang-undang tersebut tidak memberikan definisi tentang kegiatan yang dilarang. Hal ini berbeda dengan pengertian perjanjian yang dilarang yang diberikan pengertian dan definisinya dalam undang-undang . berbeda dengan istilah “perjanjian” yang dipergunakan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tidak dapat kita temukan suatu definisi mengenai “kegiatan”.⁵⁴

Dipahami bahwa seorang pelaku usaha sebagai subyek hukum dan melakukan perbuatan hukum. Dalam dunia hukum perkataan orang (*persoon*)

⁵³ Hermansyah, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2009, hlm. 38.

⁵⁴ Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Gramedia Pustaka, Jakarta, 2004, hlm. 4.

berarti pembawa hak, yaitu sesuatu yang mempunyai hak dan kewajiban dan disebut subyek hukum. Dewasa ini subyek hukum itu terdiri dari manusia (*natuurlijke persoon*) dan badan hukum (*rechtspersoon*). Dapat dikatakan bahwa setiap manusia baik warga negara ataupun warga asing dengan tidak memandang agama atau kebudayaannya adalah subyek hukum. Sebagai subyek hukum, sebagai pembawa hak, manusia mempunyai hak dan kewajiban untuk melakukan tindakan hukum; ia dapat mengadakan persetujuan-persetujuan, menikah, membuat wasiat dan sebagainya.⁵⁵ Pada dasarnya subyek hukum yang melakukan perbuatan hukum harus cakap hukum. Cakap menurut hukum dalam pengertian bahwa pihak-pihak yang melakukan perjanjian adalah yang sudah dewasa (telah mencapai usia 21 tahun atau sudah kawin) dan memiliki akal sehat. Menurut Pasal 1330 KUHPerdara bahwa orang yang tidak cakap hukum melakukan suatu perjanjian adalah sebagai berikut:

1. Anak yang belum dewasa
2. Orang yaang dibawah pengampuan
3. Perempuan yang telah menikah dalam hal-hal yang ditentukan undang-undang dan pada umumnya semua orang yang oleh undang-undang dilarang untuk membuat persetujuan tertentu.

Pasal 330 KUHPerdara menyebutkan bahwa seseorang yang belum dewasa berumur 21 tahun dan belum menikah. Akan tetapi dengan adanya Undang-Undang Nomor. 30 Tahun 2004 tentang jabatan Notaris. Pasal 39 ayat 1 menyebutkan bahwa seorang yang sudah dewasa adalah Penghadap berumur 18

⁵⁵ CST Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1989, hlm. 117.

(delapan belas) tahun atau telah menikah, maka berbeda dengan undang-undang lainnya. Sedangkan perbuatan hukum merupakan perbuatan yang sengaja dilakukan oleh subyek hukum dan menimbulkan akibat-akibat hukum. Pengertian perbuatan hukum menurut Logemann adalah “perbuatan hukum itu adalah perbuatan yang bermaksud menimbulkan kewajiban hukum (melenyapkan atau mengubah kewajiban hukum)”.⁵⁶ Selanjutnya menurut CST Kansil, perbuatan hukum itu terdiri dari:⁵⁷

1. Perbuatan hukum sepihak, yaitu perbuatan hukum yang dilakukan oleh satu pihak saja dan menimbulkan hak dan kewajiban pada satu pihak saja:
 - a. pembuatan surat wasiat
 - b. pemberian hadiah sesuatu benda (hibah)
2. Perbuatan hukum dua pihak, yaitu perbuatan hukum yang dilakukan oleh dua pihak dan menimbulkan hak-hak dan kewajiban-kewajiban bagi kedua belah pihak (timbang balik) misalnya: membuat persetujuan jual beli, sewa menyewa dan lain-lain.

Larangan kegiatan dalam undang-undang persaingan usaha tidak sehat, pada dasarnya melihat dari aspek perbuatan hukum yang dilakukan pelaku usaha yang memberikan dampak dan menyebabkan persaingan usaha tidak sehat. Kegiatan tersebut meliputi: monopoli, monopsoni, penguasaan pasar dan persekongkolan. Suatu dampak dapat dilihat dari segi positif dan negatif, dalam persaingan usaha segi positifnya adalah pada saat perbuatan atau kegiatan pelaku usaha tersebut dapat mendorong mobilitas perdagangan dalam upaya

⁵⁶ Dudu Duswata Machmudin, *Pengantar Ilmu Hukum sebuah Sketsa*, Refika Aditama, Bandung, 2003, hlm. 43.

⁵⁷ CST Kansil, *op.cit*, hlm. 119.

pengembangan produksi dan distribusi antara pelaku usaha sehingga menciptakan persaingan usaha yang sehat. Sedangkan segi negatifnya adalah terjadi pada saat kegiatan tersebut memberikan kerugian bagi pelaku usaha dikarenakan terjadinya monopoli, sehingga hilangnya kesempatan bagi pelaku usaha lain untuk mendapat akses di pasar. Dengan demikian pelarangan kegiatan tersebut dilakukan karena menimbulkan dampak negatif dalam kegiatan di antara para pelaku usaha di bidang ekonomi.⁵⁸

Terdapat sebuah paradigma bahwa kegiatan yang dilarang dianggap sebagai perbuatan melawan hukum. Akan tetapi untuk mengetahui apakah kegiatan yang dilarang sebagai perbuatan melawan hukum, perlu kajian yang mendalam tentang perbuatan melawan hukum dan dasar hukumnya. Perbuatan melawan hukum dalam hal ini sebagai perbuatan melawan hukum dalam bidang keperdataan. Istilah perbuatan melawan hukum dalam bahasa Belanda dikatakan sebagai “*onrechtmatige daad*” atau dalam bahasa Inggris disebut dengan “*tort*” atau “*wrong*” yang berarti salah. Akan tetapi dalam bahasa hukum, kata *tort* itu berarti kesalahan perdata yang bukan berasal dari wanperstasi kontrak. Jadi serupa dengan pengertian perbuatan melawan hukum dalam sistem hukum Belanda, sehingga pada prinsipnya tujuan dari dibentuknya suatu sistem hukum yang kemudian dikenal dengan perbuatan hukum adalah untuk dapat tercapai hidup secara jujur, tidak merugikan orang lain dan memberikan orang lain haknya. Beberapa definisi perbuatan melawan hukum, sebagai berikut:⁵⁹

⁵⁸ Galuh Puspaningrum, *Hukum Persaingan Usaha; Perjanjian dan Kegiatan yang Dilarang dalam Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, CV. Aswaja Pressindo, 2013, hlm. 95.

⁵⁹ Munir Fuady, *Perbuatan Melawan Hukum; Pendekatan Kontemporer*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2005. hlm. 3

1. Tidak memenuhi sesuatu yang menjadi kewajibannya selain dari kewajiban kontraktual atau kewajiban quasi kontraktual yang menerbitkan hak untuk meminta ganti rugi.
2. Suatu perbuatan atau tidak berbuat sesuatu yang mengakibatkan timbulnya kerugian bagi orang lain tanpa sebelumnya ada suatu hubungan, dimana perbuatan atau tidak berbuat sesuatu tersebut, baik merupakan suatu perbuatan bisa juga merupakan suatu kecelakaan.
3. Tidak memenuhi suatu kewajiban yang dibebankan oleh hukum, kewajiban mana ditujukan terhadap setiap orang pada umumnya dan dengan tidak memenuhi kewajibannya tersebut dapat dimintakan ganti rugi.
4. Suatu kesalahan perdata terhadap suatu ganti kerugian yang dapat dituntut yang bukan merupakan *wanprestasi* terhadap kontrak atau *wanprestasi* terhadap kewajiban *trust*, ataupun *wanprestasi* terhadap kewajiban *equality* lainnya.
5. Sesuatu kerugian yang tidak disebabkan oleh *wanprestasi* terhadap kontrak, atau lebih tepatnya merupakan suatu perbuatan yang merugikan hak-hak orang lain yang diciptakan oleh hukum yang tidak terbit dari hubungan kontraktual.
6. Sesuatu perbuatan atau tidak berbuat sesuatu yang secara bertentangan dengan hukum yang melanggar orang lain yang diciptakan oleh hukum dan karenanya suatu ganti rugi dapat dituntut oleh pihak yang dirugikan.

7. Perbuatan melawan hukum bukan suatu kontrak, seperti juga kimia bukan suatu fisika atau matematika.⁶⁰

Perbuatan melawan hukum telah diartikan secara luas yakni mencakup salah satu dari perbuatan-perbuatan salah satu dari berikut:

1. Perbuatan yang bertentangan dengan hak orang lain.
2. Perbuatan yang bertentangan dengan kewajiban hukumnya sendiri.
3. Perbuatan yang bertentangan dengan kesusilaan.
4. Perbuatan yang bertentangan dengan kehati-hatian atau keharusan dalam pergaulan masyarakat yang baik.

Teori dalam ilmu hukum mengenal ada tiga kategori dari perbuatan melawan hukum, yaitu:

1. Perbuatan melawan hukum karena kesengajaan.
2. Perbuatan melawan hukum tanpa kesalahan (tanpa unsur kesengajaan dan kelalaian).
3. Perbuatan melawan hukum karena kelalaian.

⁶⁰ Munir Fuady, *op.cit*, hlm. 3.,

BAB III

POTENSI PELANGGARAN UNDANG-UNDANG NO. 5 TAHUN 1999

DALAM PENJUALAN SURAT KABAR HARIAN TRIBUN

A. Perjanjian Penetapan Harga di Bawah Harga Pasar terhadap Surat Kabar Harian Tribun.

PT. Media Tribun Yogya merupakan sebuah perusahaan media dimana saham mayoritasnya dimiliki oleh Kompas Gramedia, yang juga memiliki media cetak atau koran Kompas. Jika Kompas merupakan media yang memberikan informasi skala nasional atau informasi yang ada di berbagai wilayah di Indonesia, PT. Media Tribun menyediakan sebuah informasi yang skalanya bersifat kedaerahan. Jelasnya, setiap wilayah memiliki media Tribun yang berbeda-beda, sesuai dengan daerahnya, misalnya Yogyakarta, media tersebut dinamakan Tribun Yogya, jika di Makasar, kama media tersebut dinamakan Tribun Makasar. Dan substansi dari media tersebut dapat dikatakan hampir 70 % lebih membahas mengenai apa yang sedang terjadi di daerah asal pada saat itu.

Kehadiran awal media koran Tribun khususnya di Yogyakarta sempat menjadi perbincangan masyarakat luas termasuk kompetitor lain. Hal yang menjadi perhatian masyarakat waktu itu adalah harga koran Tribun yang dijual adalah Rp.1000,-. Tentu saja harga untuk sebuah informasi dengan tebal 24 halaman sangatlah terjangkau. Masyarakat dan penulis beranggapan bahwa harga Rp.1000,- mungkin hanya untuk sementara saja, atau hanya merupakan harga

promosi saja. Akan tetapi harga tersebut tetap dipertahankan hingga sampai saat ini, dengan halaman yang masih konsisten. Eksistensi penjualan koran Tribun Yogya tentunya menjadi pertanyaan di masyarakat, terutama penulis sendiri. Jika demikian, apakah PT.Media Tribun Yogya berpotensi telah menetapkan sebuah harga koran dibawah harga pasar?

Pembahasan mengenai penetapan harga di bawah pasar suatu barang telah diatur di dalam Pasal 7 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, dimana pelaku usaha dilarang melakukan atau membuat perjanjian dengan pelaku usaha lainnya untuk menetapkan harga dibawah pasar (*price fixing below in the market*) yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat. Oleh karena ketentuan yang mengatur mengenai predatory pricing dirumuskan secara *rule of reason*, maka sesungguhnya dapat dikatakan sebenarnya pelaku usaha tidak dilarang dalam membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga dibawah pasar, selama perjanjian tersebut tidak mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat atau pelaku usaha tersebut mempunyai alasan-alasan yang dapat diterima.

Predatory pricing adalah salah satu bentuk strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjual produk dengan harga dibawah biaya produksi (*average cost atau marginal cost*). Areeda dan Turner mengatakan bahwa adalah bukan merupakan *predatory pricing* apabila harga adalah sama atau diatas biaya marginal dari produksi suatu barang.⁶¹ Adapun tujuan utama dari *predatory*

⁶¹ Andi Fahmi Lubis, et.al,*op.cit*, hlm. 95.

pricing untuk menyingkirkan pelaku usaha pesaing dari pasar dan juga mencegah pelaku usaha yang berpotensi menjadi pesaing untuk masuk ke pasar yang sama. Segera setelah berhasil membuat pelaku usaha pesaing keluar dari pasar dan menunda masuknya pelaku usaha pendatang baru, maka selanjutnya dia dapat menaikkan harga kembali dan memaksimalkan keuntungan yang mungkin didapatkan.

Praktek *predatory pricing* sebagai salah satu strategi yang diterapkan oleh pelaku usaha untuk mengusir pesaing-pesaing dai pasar yang sama sebenarnya sangat sulit untuk dilakukan pada ekonomi pasar yang sehat (*healthy market economy*). Karena pada pasar yang sehat, maka tidak ada hambatan untuk masuk (*entry barrier*) ke pasar bagi pelaku usaha, sehingga pada awalnya (jika berhasil) *predatory pricing* memang akan mengusir pelaku usaha pesaingnya dari pasar, namun ketika si pelaku usaha yang menjalankan strategi *predatory pricing*-nya berhenti dan kemudian menaikkan harga lagi untuk mengeruk keuntungan yang sebesar-besarnya, maka pada saat itulah pelaku-pelaku usaha pesaingnya akan berusaha masuk kembali ke pasar.

Pada satu sisi, penetapan harga di bawah biaya marginal akan menguntungkan konsumen dalam jangka pendek, akan tetapi di pihak lain akan sangat merugikan pesaing (produsen lain). *Predatory pricing* ini sebenarnya adalah merupakan hasil dari perang harga tidak sehat antara pelaku usaha dalam rangka merebut pasar. Strategi yang tidak sehat ini pada umumnya beralasan bahwa harga yang ditawarkan merupakan hasil kinerja peningkatan efisiensi

perusahaan. Oleh karena itu, hal ini tidak akan segera terdeteksi sampai pesaing dapat mengukur dengan tepat berapa harga terendah yang sesungguhnya dapat ditawarkan pada konsumen (di mana harga = biaya marginal). Strategi ini akan dapat mengakibatkan produsen menyerap pangsa pasar yang lebih besar, yang dikarenakan berpindahnya konsumen pada penawaran harga yang lebih rendah. Sementara produsen pesaing akan kehilangan pangsa pasarnya. Pada jangka yang lebih panjang, produsen pelaku *predatory pricing* akan dapat bertindak sebagai monopoli.⁶²

Selain itu menurut Undang-Undang Nomor. 5 Tahun 1999 perihal isi Pasal 7 adalah : “ Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah pasar, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat”. Dari isi Pasal 7 tersebut, dapat diuraikan bahwa seorang pelaku usaha di nilai melanggar ketentuan undang-undang, apabila memenuhi unsur-unsur:

1. Adanya perjanjian yang dibuat.
2. Ada pelaku usaha lain ikut membuat perjanjian
3. Menetapkan suatu harga di bawah pasar.
4. Menyebabkan persaingan usaha tidak sehat.

Berdasarkan uraian diatas terdapat unsur penting yang berkaitan dengan perjanjian penetapan harga yakni jika dalam pembuatan perjanjian penetapan harga yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan pelaku usaha lain dapat mengakibatkan persaingan usaha yang tidak sehat. terdapat sebuah pertanyaan

⁶² Ayudha D.Prayoga et.al, *Persaingan Usaha Hukum yang Mengaturinya di Indonesia*, Proyek ELIPS, Jakarta, 2000, hlm. 50.

yang juga muncul, yakni apakah dalam menentukan sebuah harga jual yang dinilai di bawah standar pasar, perusahaan (PT. Media Tribun Yogya) membuat kesepakatan harga dengan Kompas yang juga satu grup dalam perusahaan Kompas Gramedia, atau membuat kesepakatan atau perjanjian dengan pihak (kompetitor) lainnya? Kemudian apakah yang menjadi landasan bagi PT. Media Tribun Yogya menentukan harga di bawah pasar untuk sebuah media cetak atau koran dengan harga yang sangat terjangkau, yakni Rp.1000,- sedangkan publik berasumsi bahwa jika dijual dengan harga lebih dari Rp.1000,- pun masyarakat tetap akan meminati media tersebut.

Mengenai hal tersebut, penulis mencoba mencari informasi terkait dengan hal penetapan harga koran Tribun Yogya kepada pimpinan PT. Media Tribun Yogya, F.X Agus Nugroho . Agus menjelaskan, bahwa dalam menetapkan sebuah harga untuk media cetak Tribun Yogya tidak melakukan atau membuat perjanjian dengan Kompas maupun dengan kompetitor lain. Agus juga menambahkan bahwa PT. Media Tribun dalam menentukan harga jual bersifat independet, tidak ada campur tangan pihak lainnya. Memang antara Tribun dengan Kompas adalah merupakan media yang lahir dari satu induk perusahaan, yakni Kompas Gramedia Group, akan tetapi antara keduanya adalah merupakan perusahaan atau PT yang berbeda, yaitu PT. Kompas Media Nusantara, dan memiliki manajemen yang berbeda juga, jadi dapat dikatakan Kompas tidak ada kaitannya dengan penetapan harga atas koran Tribun Yogya.⁶³

⁶³ Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pimpinan Tribun Yogya, F.X Agus Nugroho, Pimpinan PT. Media Tribun Yogya, Yogyakarta, 14 Mei 2013.

Terkait dengan penetapan harga sebuah media cetak, Agus juga menjelaskan landasan utama bagi perusahaan menentukan harga yang terjangkau adalah bahwa bisnis media itu adalah merupakan bisnis iklan. Bagi perusahaan, yang dijual bukanlah koran, akan tetapi informasi atau alat yang ada di dalam media tersebut. Tidak ada alasan bagi perusahaan untuk menetapkan harga sebuah koran dengan harga yang tinggi, serta tidak mengambil keuntungan dari penjualan koran Tribun tersebut. Selain itu perusahaan juga mencoba melihat perkembangan media di luar negeri. Di sebagian tempat, mereka justru memberikan koran tersebut dengan gratis. Jika ada media yang masih berbentuk koran, itupun informasi yang sifatnya kedaerahan saja, yang memuat kekhasan dari kota tersebut. Diluar daripada itu, segala informasi dapat mereka nikmati secara langsung dari jaringan internet.

Substansi pengaturan terhadap praktik “penetapan harga di bawah pasar” dalam Pasal 7 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 adalah memberikan kondisi bahwa praktik ini harus dalam kaitannya dengan suatu perjanjian antara pelaku usaha dan pesaingnya. Sementara itu pada Pasal 20 diisyaratkan bahwa praktik pengaturan atau penetapan atau penetapan harga di bawah pasar yang dapat merugikan pelaku usaha lain, tidak perlu didasarkan perlu adanya sebuah perjanjian.

Hal yang dapat membuktikan bahwa perjanjian atau praktik tersebut legal atau ilegal, Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 mensyaratkan adanya pembuktian akibat dampak ekonomi dimaksud (diatur secara “*rule of reason*”). Selain itu harus dibuktikan bahwa pengaturan harga yang dapat merugikan pelaku usaha lain

merupakan suatu strategi yang biasa dilakukan oleh perusahaan yang dominan untuk dapat menyingkirkan pesaingnya di suatu pasar dengan cara menetapkan harga atau penjualan yang sangat rendah dan umumnya di bawah biaya variabel.⁶⁴ Oleh karena ketentuan yang mengatur mengenai penetapan harga di bawah pasar dirumuskan secara *rule of reason*, maka sesungguhnya dapat dikatakan bahwa pelaku usaha tidak dilarang untuk membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar, dengan syarat hasil dari penetapan harga tersebut tidak mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat atau pelaku usaha tersebut mempunyai alasan-alasan yang dapat diterima.

Alasan dan keampuhan strategi predatory pricing masih menjadi kontroversi. Banyak ahli ekonomi yang mempertanyakan strategi *predatory pricing* atas dasar bahwa : strategi ini bisa sama mahalannya bagi pelaku usaha yang melakukan *predatory pricing* dan bagi korbannya. Begitu pula sasaran *predatory pricing* tidak akan mudah untuk dicapai, karena akan sangat sulit mengeluarkan pesaingnya dari pasar. Disamping itu sebagaimana dinyatakan oleh Professor Areeda, bahwa *predatory pricing* tersebut tidaklah selalu bertentangan dengan hukum. Beliau juga menyampaikan bahwa kita harus membedakannya dengan persaingan sempurna atau persaingan yang sangat ketat, karena bisa saja dianggap dengan predatory tapi sebenarnya adalah persaingan yang sangat kompetitif.⁶⁵

⁶⁴ Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao, *op.cit*, hlm. 121.

⁶⁵ Andi Fahmi Lubis, et.al, *op,cit.*, hlm. 96

Penetapan harga yang sangat rendah untuk sementara waktu agar pelaku usaha tidak dapat masuk karena harga pasar yang ada terlalu rendah untuk mendapatkan keuntungan. Untuk menghambat atau mengusir pelaku dari pasar memang biasanya pelaku usaha saingannya akan menerapkan harga yang rendah (banting harga). *Predatory Pricing* dari segi ekonomi adalah menetapkan harga yang tidak wajar, yaitu lebih rendah daripada biaya variabel rata-rata. Penentuan biaya variabel rata-rata sangat sulit dilakukan dalam dunia nyata. Oleh sebab itu, kebanyakan praktisi akan mengatakan bahwa *Predatory Pricing* adalah tindakan menentukan harga di bawah rata-rata atau tindakan jual rugi.⁶⁶

Selain hal yang berkaitan dengan perjanjian penetapan harga, apabila perjanjian penetapan yang menetapkan harga di bawah pasar tersebut ini tidak dilarang, maka pihak atau pelaku usaha yang tidak mempunyai modal yang cukup tentu tidak sanggup untuk berkompetisi, karena persaingan harga tidak mungkin dilakukan. Umumnya, apabila pihak pesaing satu demi satu gulung tikar karena barangnya tidak laku di pasar, pihak yang membuat perjanjian penetapan harga tersebut kembali menaikkan harga dengan harga yang tinggi karena mereka anggap tidak mempunyai pesaing yang berarti untuk persaingan di pasar. Hal ini akan sangat merugikan pihak konsumen.

Tindakan lain yang biasa dilakukan oleh pelaku usaha adalah dengan membuat kapasitas produksi yang tidak memungkinkan pelaku usaha lainnya untuk dapat masuk ke pasar karena skala ekonomisnya tidak lagi terjangkau. Penentuan kapasitas produksi dapat terjadi sebelum pelaku usaha lain masuk atau

⁶⁶ Mustafa Kamal Rokan, *op.cit.*, hlm. 95

sesaat sebelum pelaku usaha lain masuk. Tindakan pertama dilakukan pada saat pendirian usaha pada saat itu skala produksi ditentukan jauh lebih besar daripada jumlah produksi sesungguhnya.

Terkait dengan penetapan harga di bawah pasar, dalam hal ini PT. Media Tribun Yogya tidak membuat perjanjian penetapan harga dengan pelaku usaha atau pesaing lainnya. akan tetapi penetapan yang dilakukan belum tentu mengarah kepada tindakan yang mampu menimbulkan persaingan yang tidak sehat. Selain sifat perusahaan yang independen, dalam arti tidak mengikatkan diri dengan pelaku usaha lain dalam membuat perjanjian atau menetapkan harga sebuah produk atau jasa, penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Media Tribun Yogya adalah untuk alasan efisiensi.

Efisiensi adalah salah satu cara untuk menilai kinerja suatu unit kegiatan ekonomi. Dalam pengertian yang umum, suatu perusahaan yang efisien adalah suatu perusahaan yang dalam produksinya menghasilkan barang atau jasa dengan cepat, lancar dan dengan pemborosan yang minimum. Dalam hubungannya dengan organisasi industri, istilah efisiensi berhubungan dengan cara yang paling produktif untuk memanfaatkan sumber-sumber daya yang langka. Dalam hal ini, secara umum dikenal dua jenis efisiensi:⁶⁷

1. Efisiensi teknik menyangkut jumlah maksimum output yang dapat dihasilkan dengan penggunaan input tertentu, dan dengan teknologi tertentu. Suatu perusahaan mungkin secara teknologi lebih efisien dari yang lain kalau perusahaan tersebut memproduksi tingkat output yang

⁶⁷ <http://www.ut.ac.id/html/suplemen/espa4513/fD.1.Efisiensi.htm>, akses tanggal 28 Juni 2013.

sama dengan satu atau lebih sedikit input fisik. Karena proses produksi yang berbeda tidak semua perusahaan efisien secara teknologi

2. Efisiensi ekonomi timbul bila input dimanfaatkan sedemikian rupa sehingga suatu tingkat output diproduksi dengan biaya yang lebih rendah dari yang lainnya. Peningkatan efisiensi terjadi bila output yang ada atau tingkat output dihasilkan dengan biaya yang lebih rendah. Tidak seperti efisiensi teknik atau teknologi, efisiensi ekonomi memungkinkan membandingkan proses produksi yang berbeda. Persaingan biasanya dipandang oleh ahli-ahli ekonomi untuk mendorong perusahaan individual atau agen-agen ekonomi dalam mengejar efisiensi. Efisiensi meningkatkan kemungkinan bisnis untuk bertahan dan berhasil, serta sumberdaya yang langka dipakai sebaik-baiknya.

Pada tingkat perusahaan, efisiensi dapat meningkat karena skala ekonomi dan dalam jangka waktu yang lama melalui perubahan dan pembaharuan teknologi. Istilah efisiensi dalam distribusi atau konsumsi dipakai untuk menggambarkan situasi ketika suatu perangkat barang dan jasa tertentu dibagi diantara konsumen dengan cara sedemikian rupa sehingga tidak seorangpun dapat dibuat lebih baik tanpa menyebabkan ada yang menjadi lebih buruk. Kondisi ini disebut juga efisiensi alokatif atau efisiensi *pareto*. Bila mengacu pada suatu keadaan efisiensi *pareto*, biasanya diasumsikan bahwa produk itu diproduksi dengan cara yang amat efisien (biaya paling rendah). Kerugian kesejahteraan (*dead weight loss*) adalah ukuran inefisiensi alokatif.⁶⁸

⁶⁸ *Ibid.*

Para ahli ekonomi biasanya menambah kata kaitan pada efisiensi dengan kata alokasi. Alokasi artinya penggunaan atau pemanfaatan. Dengan demikian efisiensi alokasi dapat pemanfaatan sumber daya yang dikuasai atau dimiliki oleh setiap pelaku usaha. Efisiensi alokasi sumber daya akan terjadi apabila melalui proses produksi dapat dihasilkan barang dan jasa yang memberikan nilai kemanfaatan yang paling tinggi.⁶⁹

Perusahaan yang kurang efisien dalam suatu industri adalah kurang diinginkan, karena mereka tidak mampu memanfaatkan sumber daya yang tersedia dengan skala ekonomi yang tersedia. Disamping itu kita tentunya tidak menginginkan industri yang mempunyai kapasitas lebih yang karena kapasitas lebih ini akan menjadi mubazir. Disamping kedua jenis efisiensi diatas, dalam ilmu ekonomi khususnya organisasi industri dikenal juga istilah *X-efficiency*. Istilah ini pertama kali dikemukakan oleh Leibensten pada tahun 1966. *X-efficiency* dapat dijelaskan dengan menggunakan kurva transformasi, apabila suatu perusahaan beroperasi tepat pada kurva transformasi maka dikatakan *X-efficiency*, tetapi jika terjadi bukan pada kurva transformasi, misalnya terjadi dibawahnya maka dikatakan *X-inefficiency*, dan ini pada umumnya terjadi pada struktur pasar monopoli.

Disamping ukuran-ukuran efisiensi diatas, dalam ilmu ekonomi juga dikenal beberapa ukuran efisiensi yang lain, seperti efisiensi alokatif (*allocative efficiency*), efisiensi statik (*static efficiency*), dan efisiensi dinamik (*dynamic efficiency*). Konsep efisiensi alokatif dikembangkan dalam kerangka Analisis

⁶⁹ Agus Prianto, *Ekonomi Mikro;Kajian dari Sisi Teoritis dan Praktis*, Setara Press, Malang, 2008, hlm. 228.

Keseimbangan Umum atau GEA (*General Equilibrium Analysis*). Efisiensi alokasi merupakan kemampuan dan kesediaan unit ekonomi untuk beroperasi pada tingkat nilai produk marjinal (*marginal value product*) sama dengan biaya marjinal (*marginal cost*). Menurut konsep GEA sistem pasar yang kompetitif akan mengakibatkan alokasi yang optimal dari sumber daya dan distribusi pendapatan. Efisiensi statik menunjukkan efisiensi dalam produksi dan alokasi sumber daya, dengan tingkat teknologi tertentu. Sedangkan efisiensi dinamis tergantung pada perubahan teknologi.

Efisiensi yang dimaksud adalah dimana perusahaan sudah memperhitungkan semua nilai atau biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi atau mendistribusikan barang tersebut. Karena PT. Media Tribun Yogya merupakan perusahaan media atau jasa, maka dari itu perusahaan mempunyai strategi dengan menetapkan harga yang rasional dan efisien tanpa mengakibatkan timbulnya persaingan usaha yang tidak sehat. Dapat dikemukakan demikian karena pelaku usaha lain tidak dirugikan atau tidak merasa tersaingi dengan harga yang ditetapkan oleh PT. Media Tribun Yogya.

Berdasarkan hasil penelitian, penulis mempunyai asumsi atau paradigma dari fenomena di atas, bahwa PT. Media Tribun Yogya dalam menetapkan sebuah harga surat kabar harian Tribun Yogya tidak terbukti melanggar ketentuan atau tidak memenuhi unsur-unsur dimana PT. Media Tribun Yogya sebagai pelaku usaha melakukan pelanggaran yang telah disebutkan dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan

Persaingan Usaha Tidak Sehat, perihal tentang perjanjian penetapan harga di bawah pasar.

Unsur-unsur Pasal 7 Undang-Undang Nomor. 5 Tahun 1999 yang tidak terpenuhi terkait dengan perjanjian penetapan harga di bawah pasar, adalah:

1. **Unsur Perjanjian.** Pengertian perjanjian itu sendiri sesuai dengan Pasal 1 ayat 7 Undang-Undang Nomor. 5 Tahun 1999 adalah : “ suatu perbuatan dari satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikatkan diri terhadap satu atau lebih pelaku usaha lain dengan nama apapun baik tertulis ataupun tidak tertulis”. Artinya sebuah perjanjian bisa dibuat atau dilahirkan dengan syarat adanya pelaku usaha lainnya yang diikutsertakan untuk mengikatkan dirinya ke dalam sebuah perjanjian. Sedangkan untuk peristiwa hukum yang terjadi pada PT. Media Tribun Yogya, perihal menetapkan harga di bawah pasar untuk sebuah surat kabar harian pihaknya bersifat independent. Yang dimaksud independent adalah dimana PT. Media Tribun Yogya tidak melibatkan atau tidak mengikutsertakan pihak lain untuk menetapkan harga produk atau jasanya, melainkan
2. **Unsur pelaku usaha pesaing.** Dalam hal ini tidak ada pelaku usaha pesaing yang intervensi atau ikut menetapkan sebuah harga untuk surat kabar harian Tribun Yogya, karena sekali lagi PT. Media Tribun Yogya bersifat independent dalam penetapan harga atas barang dan/atau jasa tersebut.
3. **Menetapkan harga di bawah pasar.** Artinya suatu barang dan / atau jasa dijual dengan harga di bawah biaya total rata-rata, atau jauh lebih rendah

dibandingkan harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha lain di bidang yang sama. Namun penulis berasumsi, penetapan harga yang jauh lebih rendah dibandingkan pelaku usah lain, bukan berarti PT. Media Tribun Yogya melakukan pelanggaran terhadap undang-undang yang berlaku. Harga yang ditetapkan oleh PT. Media Tribun Yogya merupakan bentuk strategi dengan alasan efisiensi. Selain itu dalam praktiknya, tidak ada pihak atau pelaku usaha lain yang merasa dirugikan atas harga murah yang ditetapkan oleh PT. Media Tribun Yogya.

4. **Menyebabkan terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat.** Maksud dari unsur yang keempat adalah dimana perbuatan hukum (menetapkan harga atas produk dan/jasa) yang dilakukan oleh pelaku usaha, dalam hal ini adalah PT. Media Tribun Yogya, berpotensi menyebabkan terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat dan menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha pesaing lainnya. Menurut hasil pengamatan penulis, unsur keempat ini tidak terjadi dalam hal penetapan harga dibawah pasar, karena sejauh ini belum ada komplain atau sikap protes baik secara tertulis maupun tidak tertulis dari pelaku usaha pesaing lainnya perihal harga surat kabar harian Tribun Yogya yang ditetapkan dengan harga yang murah, yakni Rp. 1000,-. Baik pihak PT. Media Tribun Yogya maupun pihak media lainnya masih dapat bersaing secara sehat, tanpa menimbulkan kerugian satu sama lainnya.

B. Indikasi Jual Rugi Terhadap Penjualan Surat Kabar Harian Tribun.

Kegiatan jual rugi atau *predatory pricing* ini merupakan suatu bentuk penjualan atau pemasokan barang dan atau jasa dengan cara jual rugi (*predatory pricing*) yang bertujuan untuk mematikan pesaingnya. Berdasarkan sudut pandang ekonomi, *predatory pricing* ini dapat dilakukan dengan cara menetapkan harga yang tidak wajar, dimana harga lebih rendah daripada harga atau biaya variabel rata-rata. Dalam praktek penentuan biaya variabel rata-rata sangat sulit dilakukan, oleh karenanya kebanyakan para sarjana mengemukakan pendapatnya, bahwa *predatory pricing* merupakan tindakan menentukan harga dibawah harga rata-rata atau tindakan jual rugi.⁷⁰

Dapat dikemukakan bahwa faktor harga merupakan hal yang sangat penting dan esensial dalam dunia usaha. Oleh karenanya perilaku pelaku usaha yang menetapkan jual rugi atau harga sangat rendah bertujuan untuk menyingkirkan atau mematikan usaha para pesaingnya bertentangan dengan prinsip persaingan yang sehat. Sama seperti penguasaan pasar yang harus didasarkan pada adanya posisi dominan. Semakin besar diversifikasi kegiatan pelaku usaha berupa produk dan pasar, semakin kuat keuangannya, semakin besar juga kemampuannya untuk melakukan perilaku yang menyebabkan adanya persaingan usaha yang tidak sehat.⁷¹

Perusahaan yang menurunkan harganya pada level dimana pesaingnya akan berkurang atau tidak akan mempunyai pesaing lagi, maka akan menaikkan

⁷⁰ Partnership for Business Competition, *Persaingan Usaha dan Hukum Yang Mengaturinya di Indonesia*, Elips Project, Jakarta, 2001, hlm. 44

⁷¹ Ningrum Natasya Sirait, *Menjual rugi (predatory pricing) dalam Hukum Persaingan dan Pengaturannya dalam UU No. 5 Tahun 1999*, dalam Jurnal Hukum Bisnis, vol. 23 Tahun 2004, hlm. 72.

produksinya. Dengan demikian, maka akan semakin besar kerugiannya. Oleh karena itu perilaku *predatory hamper* tidak mungkin dilakukan perusahaan kecil, bahkan perusahaan yang besar saja, tetap akan mengalami kerugian pada saat pelaku usaha melakukan jual rugi. Dalam Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 disebutkan, bahwa : “ Pelaku Usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.”

Terkait dengan penjualan atau pemasokan barang serta penetapan harga atas suatu barang dan/ atau jasa,, F.X Agus Nugroho menjelaskan bahwa dalam melakukan kegiatan penjualan maupun pemasokan surat kabar Tribun, PT. Media Tribun Yogya tidak serta merta mencari sebuah keuntungan. Jelasnya, Agus mengemukakan bahwa dalam teknis produksi surat kabar tidaklah sama dengan industri atau pabrik lainnya, dimana perusahaan media lainnya berorientasi pada sebuah keuntungan. Jika demikian, bagaimana kegiatan yang dilakukan PT. Media Tribun Yogya tetap eksis jika memang keuntungan bukan menjadi suatu hal yang utama?

Kegiatan penjualan surat kabar harian di PT. Media Tribun Yogya tetap berjalan dengan lancar hingga sampai saat ini, dikarenakan segala biaya produksi dan proses pemasokan barang menggunakan dana atau hasil dari pembuatan iklan yang diajukan oleh pembuat iklan (masyarakat). Seperti yang sudah dijelaskan oleh Agus sebelumnya, bahwa bisnis surat kabar (bisnis media) adalah merupakan

bisnis iklan, secara otomatis yang dijual oleh PT. Media Tribun Yogya adalah bisnis iklan, bukanlah koran. Dengan demikian bisa dikatakan bahwa keuntungan yang diperoleh PT. Media Tribun Yogya adalah penjualan jasa iklan, bukan dari hasil penjualan koran Tribun tersebut.

Kegiatan pendistribusian barang dengan jual rugi tersebut telah disebutkan dalam Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, bahwa “ Seorang pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”.

Kegiatan jual rugi yang dilakukan dalam jangka waktu yang pendek dinilai sangat menguntungkan bagi konsumen, akan tetapi setelah menyingkirkan pesaing dari pasar dan menghambat calon pesaing baru, pelaku usaha dominan atau pelaku usaha incumbent tersebut mengharap dapat menaikkan harga secara signifikan. Umumnya harga yang ditetapkan untuk menutupi kerugian tersebut merupakan harga monopoli (yang lebih tinggi) sehingga dapat merugikan konsumen. Praktik tersebut adalah merupakan sebuah cara atau upaya bagi pelaku usaha untuk memaksimalkan keuntungan dan menutup kerugian yang ditimbulkan ketika melakukan jual rugi atau harga yang sangat rendah di bawah pasar.

Pelaksanaan Pasal 20 tentang jual rugi , secara detail telah dijelaskan oleh KPPU melalui Pedoman Pelaksanaan Pasal 20.⁷² Dalam penjelasan pedoman disebutkan bahwa praktik jual rugi dengan tujuan menyingkirkan atau mematikan pelaku usaha pesaingnya di pasar dalam konteks persaingan usaha adalah suatu perilaku pelaku usaha yang umumnya memiliki posisi dominan di pasar atau sebagai pelaku usaha *incumbent* menetapkan harga yang merugikan secara ekonomi selama jangka waktu yang tidak dapat ditentukan. Strategi ini dapat mengakibatkan pesaingnya tersingkir dari pasar bersangkutan dan/ atau menghambat pelaku usaha lain untuk masuk ke pasar.⁷³

Strategi penetapan harga yang sangat rendah, yang termasuk dalam *Limit Pricing Strategy* diidentifikasi dengan keinginan pelaku usaha monopolis atau dominan untuk melindungi posisinya dengan cara melakukan pemotongan harga secara substansial atau melakukan peningkatan produksi secara signifikan. Perilaku ini dimaksud agar tidak memberi kesempatan atau daya tarik pada pelaku usaha yang baru untuk masuk dalam industri sehingga pelaku usaha monopolis dapat tetap mempertahankan posisinya.

Meskipun penetapan harga yang sangat rendah dapat menguntungkan konsumen, akan tetapi keuntungan tersebut hanya untuk beberapa waktu saja, karena setelah jangka waktu tertentu, di mana sejumlah pelaku usaha pesaing tersingkir dari pasar konsumen justru akan dirugikan setelah pelaku usaha menetapkan harga yang sangat tinggi yang mengarah atau dapat merupakan harga monopoli. Kegiatan usaha semacam ini perlu dilakukan pengkajian berdasarkan

⁷² Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Pedoman Pelaksanaan Pasal 20 tentang Jual Rugi (*Predatory Pricing*).

⁷³ Mustafa Kamal Rokan, *op.cit.*, hlm 158.

pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 dengan mendasarkan pada kerangka analisis dan pertimbangan ekonomi.

Kegiatan jual rugi (*predatory pricing*) seringkali dilakukan dalam praktik dagang yang dilakukan eksportir dengan menjual barang, jasa atau barang dan jasa di pasar internasional dengan harga kurang dari nilai yang wajar atau lebih rendah daripada harga barang tersebut di negerinya sendiri atau daripada harga jual kepada negara lain. Jual rugi juga dapat dilakukan oleh produsen pengekspor yang dengan sengaja menurunkan harga secara drastis dengan cara menjual rugi atau menjual dengan harga yang lebih murah dibandingkan harga jual di dalam negeri atau negara lain, dengan harapan dapat mematikan usaha pesaing di pasar yang bersangkutan.

Mengenai kegiatan atau praktik jual rugi tersebut, ada juga yang berpendapat bahwa kegiatan jual rugi tersebut biasa disebut sebagai praktik dumping. Praktik dagang seperti itu tidak sehat dan sekaligus mampu mendatangkan kerugian pelaku usaha sejenis di negara pengimpor. Kegiatan dumping biasanya hanya dapat dilakukan oleh pengusaha yang memiliki modal besar dan dilakukan terhadap pesaing lainnya. Tujuannya tidak lain agar pengusaha tersebut mampu menguasai pasar dan meraih keuntungan. Walaupun pada tahap awal ketika dumping dilakukan mungkin hanya memperoleh sedikit laba atau bahkan mengalami kerugian, tetapi tujuan akhirnya adalah tetap ingin menguasai pasar dan meraih laba. Akan tetapi bisa saja terjadi tindakan *dumping* tersebut tidak berhasil apabila (para) pesaing mampu bertahan karena melakukan penurunan harga juga atau karena kualitas produk pesaing itu telah begitu melekat

di hati konsumen sehingga tidak terpengaruh pada harga jual yang lebih rendah yang dilakukan oleh pelaku *dumping*.⁷⁴

Beberapa negara, misalnya Amerika Serikat, Australia, dan masyarakat Eropa telah melarang praktik dagang dumping (*anti dumping*) ini dalam peraturan perundang-undangan. Amerika Serikat dinilai menjadi negara pertama dalam sejarah yang memberlakukan peraturan mengenai larangan *anti dumping*. Tujuan diberlakukannya pengaturan *anti dumping* adalah untuk memberikan proteksi terhadap industri dalam negeri dari praktik dumping eksportir atau produsen luar negeri. Peraturan anti dumping tersebut memungkinkan pemerintah untuk memberikan sanksi eksportir atau produsen yang melakukan praktik dumping dengan cara menerapkan sanksi hukuman berupa pengenaan bea masuk yang tinggi atas barang *dumping*. Penerapan bea masuk ini bertujuan untuk mengeliminir kerugian dari barang *dumping*. Dengan cara seperti ini, diharapkan industri dalam negeri dapat dilindungi dan tetap dapat bersaing dengan barang impor meskipun barang impor tersebut dijual dengan harga *dumping*.

Seorang pelaku usaha dinilai melakukan pelanggaran atau melakukan kegiatan jual rugi (*predatory pricing*) tentunya harus memenuhi unsur-unsur sebagai berikut :

1. Harus dibuktikan bahwa perusahaan tersebut menjual produknya dengan harga rugi (menjual dibawah biaya rata-rata). Jika perusahaan menjual dengan harga rendah, namun tidak merugi, maka perusahaan tersebut bersaing secara sehat. Perusahaan tersebut dapat menjual

⁷⁴ Insan Budi Maulana, *Catatan Undang-Undang Singkat No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopolidan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, PT.Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm. 32.

dengan harga rendah karena jauh lebih efisien dari pesaing-pesaingnya.

2. Jika terbukti perusahaan menjual dengan harga rugi, maka harus dibuktikan bahwa perusahaan tersebut memiliki kemampuan yang memungkinkan untuk menjual rugi disebabkan ada kalanya penjual melakukan jual rugi untuk menghindari potensi kerugian yang lebih lanjut atau untuk sekedar mendapatkan dana untuk keluar dari pasar (usaha).
3. Telah ditunjukkan bahwa perusahaan hanya akan menerapkan *predatory pricing* jika perusahaan tersebut yakin akan dapat menutup kerugian ditahap awal dengan menerapkan harga yang sangat tinggi (*supra competitive*) ditahap berikutnya.

Lebih lanjut, dalam Peraturan KPPU mengenai Pasal 20 (Jual Rugi) menjelaskan unsur-unsur Pasal 20 (Jual Rugi) secara lebih rinci, yaitu :⁷⁵

1. **Unsur pelaku Usaha.** Pengertian pelaku usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 angka 5 adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.

⁷⁵ *Ibid*, hlm. 159-162

2. **Unsur Pemasokan.** Pengertian memasok, sebagaimana dimaksud dalam penjelasan Pasal 15 adalah menyediakan pasokan, baik barang maupun jasa, dalam kegiatan jual beli, sewa menyewa, sewa beli, dan sewa guna (*leasing*).
3. **Unsur barang.** Pengertian barang menurut Pasal 1 angka 16 adalah setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak, maupun tidak bergerak, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha.
4. **Unsur Jasa.** Pengertian jasa menurut Pasal 1 angka 17 adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang diperdagangkan dalam masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha.
5. **Unsur Jual Rugi.** Berdasarkan teori ekonomi, jual rugi adalah suatu kondisi di mana suatu pelaku usaha menetapkan harga jual dari barang dan / jasa yang diproduksinya di bawah biaya total rata-rata (*Average Total Cost*). Suatu pelaku usaha hanya akan memperoleh keuntungan jika ia dapat menetapkan harga jual barang dan/jasa yang diproduksinya di atas biaya total rata-rata, atau hanya dapat sekedar menutup biayanya (pulang pokok-*break even*) bila menetapkan harga sama dengan biaya total rata-rata. (ATC) tersebut tetap masih dapat dikatakan sebagai *reasonable price* apabila berada di atas biaya variable rata-rata (*Average Variable Cost*), karena pada kondisi tersebut tetap masih ada manfaatnya bagi pelaku usaha untuk

memproduksi suatu barang dan/ jasa, meskipun tidak ada manfaatnya untuk mengganti peralatan modal yang sudah rusak. Apabila suatu pelaku usaha memproduksi pada harga di bawah biaya variable rata-rata (AVC), maka dapat dikatakan bahwa harga tersebut sudah tidak wajar (*reasonable*) lagi, dan jual rugi yang dilakukan oleh pelaku usaha tersebut dapat dicurigai mempunyai maksud tertentu.

6. **Unsur harga yang sangat rendah.** Harga yang sangat rendah adalah harga yang diterapkan oleh pelaku usaha yang tidak masuk akal rendahnya. Suatu pelaku usaha dapat dianggap melakukan pemasokan barang dan/ jasa dengan cara menetapkan harga yang sangat rendah apabila harga yang ditetapkan jauh lebih rendah dibandingkan dengan harga yang diterapkan oleh sejumlah pelaku usaha lain. Sehingga dalam hal ini diperlukan perbandingan harga dengan pelaku usaha lain (*horizontal comparison*).
7. **Dengan maksud.** Pada umumnya praktik jual rugi dimaksudkan pada lima tujuan, yaitu :
 - a) Mematikan pelaku usaha pesaing di pasar bersangkutan yang sama;
 - b) Membatasi pesaing dengan memberlakukan harga jual rugi sebagai *entry barrier*;
 - c) Memperoleh keuntungan besar di masa mendatang;
 - d) Mengurangi kerugian yang terjadi di masa lalu, atau merupakan harga promosi dalam upaya memperkenalkan produk baru sebagai alat strategi pemasaran, dan;

- e) Biasanya dilakukan oleh para pelaku usaha yang melakukan “cuci gudang” untuk mengurangi kerugian yang jauh lebih besar apabila persediaan barang yang telah atau mendekati kadaluwarsa.
8. **Unsur menyingkirkan atau mematikan.** Menyingkirkan atau mematikan berarti mengeluarkan atau menyingkirkan pelaku usaha pesaing dari pasar bersangkutan atau menjadi tutup usahanya.
 9. **Unsur Usaha Pesaing.** Usaha pesaing adalah usaha pelaku usaha lain dalam pasar bersangkutan yang sama.
 10. **Unsur pasar.** Menurut Pasal 1 angka 9 pengertian pasar adalah lembaga ekonomi di mana para pembeli dan penjual baik secara langsung maupun tidak langsung dapat melakukan transaksi perdagangan barang dan/ atau jasa.
 11. **Unsur pasar bersangkutan.** Pengertian 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.
 12. **Unsur praktik monopoli.** pengertian praktik monopoli menurut Pasal 1 angka 2 adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh 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.
 13. **Unsur Persaingan Usaha Tidak Sehat.** Pengertian persaingan usaha tidak sehat menurut Pasal 1 angka 6 adalah persaingan antar pelaku

usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan / atau pemasaran barang dan / atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.

Unsur-unsur Pasal 20 (Jual Rugi) yang telah disebutkan diatas, dapat dibuat dibuat kesimpulan, bahwa pelaku usaha atau perusahaan dalam menilai pelaku usaha atau perusahaan lain melakukan tindakan atau kegiatan jual rugi tersebut harus melihat atau memperhatikan hal-hal seperti :⁷⁶

1. Harus dibuktikan bahwa perusahaan tersebut menjual produknya dengan harga rugi (menjual dibawah biaya rata-rata). Jika perusahaan menjual dengan harga rendah, namun tidak merugi, maka perusahaan tersebut bersaing secara sehat. Perusahaan tersebut dapat menjual dengan harga rendah karena jauh lebih efisien dari pesaing-pesaingnya.
2. Jika terbukti perusahaan menjual dengan harga rugi, maka harus dibuktikan bahwa perusahaan tersebut memiliki kemampuan yang memungkinkan untuk menjual rugi disebabkan ada kalanya penjual melakukan jual rugi untuk menghindari potensi kerugian yang lebih lanjut atau untuk sekedar mendapatkan dana untuk keluar dari pasar (usaha).

Telah ditunjukkan bahwa perusahaan hanya akan menerapkan *predatory pricing* jika perusahaan tersebut yakin akan dapat menutup kerugian ditahap awal dengan menerapkan harga yang sangat tinggi (*supra competitive*) ditahap

⁷⁶ Andi Fahmi Lubis, et.al, *op,cit.*, hlm. 144.

berikutnya. Berdasarkan rumusan Pasal 20 tersebut, dapat diketahui bahwa tidak semua kegiatan jual rugi atau sangat murah merupakan perbuatan atau kegiatan yang melanggar hukum. Dalam hal terjadinya indikasi adanya tindakan predator, maka haruslah diperiksa apakah terdapat alasan-alasan yang dapat diterima dan yang membenarkan tindakan tersebut, dan apakah memang tindakan tersebut dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Oleh karenanya jual rugi (*predatory pricing*) dilarang secara *rule of reason* dikarenakan penerapan harga dibawah harga variable rata-rata disatu sisi akan menguntungkan konsumen karena disini konsumen dapat menikmati barang dan atau jasa dengan harga yang sangat rendah, namun disisi lain *predatory pricing* (jual rugi) tersebut akan sangat merugikan pelaku usaha pesaing dikarenakan tidak dapat bersaing dalam hal penentuan harga suatu barang atau jasa.

Selain itu terkait dengan kegiatan yang berpotensi menyebabkan kerugian bagi pelaku usaha lain, Pasal 1365 KUHPerdara menyebutkan ” Tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian pada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian tersebut karena kesalahannya untuk mengganti kerugian tersebut.” sesuai dengan ketentuan 1365 KUHPerdara tersebut maka suatu perbuatan melawan hukum haruslah mengandung unsur-unsur sebagai berikut:⁷⁷

1. **Adanya suatu perbuatan.**

Suatu perbuatan melawan hukum diawali oleh perbuatan pelakunya.

Umumnya diterima anggapan bahwa dengan perbuatan tersebut

⁷⁷ Galuh Puspaningrum, *op.cit*, hlm. 97-98.

dimaksudkan baik berbuat sesuatu (secara aktif) maupun tidak berbuat sesuatu (dalam arti pasif), misalnya tidak berbuat sesuatu padahal ia berkewajiban untuk membantunya, kewajiban mana timbul dari hukum yang berlaku (karena ada juga kewajiban yang timbul dari kontrak).

2. Perbuatan tersebut melawan hukum

Perbuatan yang dilakukan oleh pelaku usaha haruslah mempunyai unsur-unsur melawan hukum. Unsur-unsur melawan hukum tersebut meliputi:

- a. Perbuatan yang melanggar undang-undang yang berlaku.
- b. Melanggar hak pihak lain yang dijamin oleh hukum, atau pelaku, atau
- c. Perbuatan yang bertentangan dengan kewajiban hukum pelaku usaha, atau
- d. Perbuatan yang bertentangan dengan kesusilaan (*goede zeden*), atau
- e. Perbuatan yang bertentangan dengan sikap yang baik dalam bermasyarakat untuk memperhatikan kepentingan orang lain.

3. Adanya kesalahan dari pihak pelaku

Pasal 1365 KUHPerdara mensyaratkan adanya unsur kesalahan (*schuld*) dalam suatu perbuatan melawan hukum, oleh karena itu perlu diketahui bagaimana cakupan dari unsur kesalahan tersebut. Suatu tindakan dianggap oleh hukum mengandung unsur kesalahan sehingga dapat dimintakan pertanggungjawaban secara hukum jika memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Ada unsur kesengajaan.
- b. Ada unsur kelalaian
- c. Tidak ada alasan pemaaf atau pembenar seperti keadaan *overmacht*, membela diri, tidak waras dan lain-lain.

4. Adanya kerugian bagi pelaku usaha lainnya

Adanya kerugian (*schade*) bagi korban juga merupakan syarat agar gugatan berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdara dapat dipergunakan. Berbeda dengan kerugian karena *wanprestasi* yang hanya mengenal kerugian materiil maka kerugian karena melawan hukum di samping materiil, yurisprudensi juga mengakui konsep kerugian immateriil, yang juga akan dinilai dengan uang.

5. Adanya hubungan kausal antara perbuatan dengan kerugian.

Hubungan kausal antara perbuatan yang dilakukan dan kerugian yang ditimbulkan juga merupakan syarat dari suatu perbuatan melawan hukum.

Terkait dengan unsur-unsur yang sudah diuraikan diatas, inti dari unsur pertama adalah apakah ketika suatu perusahaan, dalam hal ini PT.Media Tribun Yogya menjual produknya dengan harga rendah, namun perusahaan mengalami kerugian bagi perusahaan sendiri atau perusahaan orang lain? Hasil wawancara yang sudah dilakukan kepada pimpinan PT.Media Tribun Yogya, Agus menjelaskan bahwa Tribun menjual koran dengan harga Rp.1000,-. Dimana dari harga Rp.1000,- dibagi menjadi dua biaya. Untuk Rp.500,- harga untuk pedagang eceran atau asongan, kemudian Rp.500,- ditujukan untuk pihak ekspeditor atau

kanvasser. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara pihak pengecer mengambil barang di Tribun sesuai dengan kesepakatan yang sudah dibuat antara keduanya, sisanya adalah untuk biaya pengiriman dengan menggunakan ekspeditor atau kanvasser.

F.X Agus Nugroho dalam konggres yang diadakan oleh Serikat Penerbit Surat Kabar Indonesia di Korea tahun 2012 lalu mengemukakan bahwa PT.Media Tribun Yogya dalam berproduksi tidak melakukan kegiatan jual rugi untuk menghindari atau menutup kerugian yang selama ini menjadi topik perbincangan di masyarakat. Dalam proses produksi surat kabar, Perusahaan menggunakan mesin cetak bekas buatan Eropa tahun 2005, dimana mesin tersebut adalah merupakan barang hasil lelang perusahaan media di Eropa yang sudah tidak menggunakan mesin tersebut. Alasan perusahaan menggunakan mesin cetak buatan Eropa adalah dikarenakan mesin buatan Eropa hasil cetak atau hasil produksi kualitasnya lebih baik daripada mesin buatan Cina. Memang mesin buatan Cina tergolong lebih murah, akan tetapi untuk harga suku cadangnya masih cukup mahal. Dan yang menjadi keuntungan bagi PT.Media Tribun Yogya adalah dimana suku cadang untuk mesin tersebut kini dapat di buat atau diproduksi di Indonesia dengan harga yang relative murah dan dinilai efisien oleh perusahaan namun tidak mengurangi kualitas cetak daripada surat kabar tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, dapat di ketahui bahwa dalam proses produksi surat kabar, PT.Media Tribun Yogya tidak melakukan kegiatan penjualan barang (surat kabar) dengan menjual rugi barang tersebut kepada masyarakat, serta tidak menghindari potensi yang dialami perusahaan yang lebih lanjut ataupun hanya

untuk sekedar mendapatkan dana untuk dapat keluar dari pasar. Penggunaan mesin yang berkualitas dan bahan koran yang kini semakin murah adalah merupakan strategi bagi perusahaan untuk dapat melakukan usaha tanpa harus melakukan kegiatan jual rugi yang kerap diberitakan oleh masyarakat, khususnya di Yogyakarta. Eksistensi perusahaan masih berjalan hingga sampai saat ini karena memang perusahaan ini unggul dalam pembuatan iklan dari perusahaan media lain di Yogyakarta, yang tentunya menguntungkan bagi masyarakat.

Selain penggunaan mesin cetak yang murah namun tidak mengurangi nilai kualitas cetak, penggunaan jasa iklan juga menjadi strategi utama yang dilakukan oleh PT. Media Tribun Yogya tersebut. Biaya pemasangan iklan yang ditentukan oleh PT. Media Tribun Yogya dinilai cukup terjangkau dan bervariasi tergantung kebutuhan, sehingga minat masyarakat untuk menggunakan jasa iklan tersebut cukup besar. Hasilnya, perusahaan mampu untuk terus memproduksi tanpa harus melakukan kegiatan jual rugi. PT. Media Tribun Yogya dalam menentukan biaya pemasangan iklan, memiliki 2 macam biaya, yaitu :

1. Tarif Iklan Reguler

Tarif iklan reguler merupakan iklan yang dikenakan bagi konsumen yang ingin memasang iklan dengan grade normal. PT. Media Tribun Yogya terbuka dalam memberikan informasi mengenai tarif pada semua konsumen yang ingin memasang iklan di PT. Media Tribun Yogya. Tarif iklan yang dikenakan pada konsumen berlaku untuk 1 hari atau 1 kali koran Tribun Yogya terbit. Berikut adalah rincian tarif iklan reguler di PT. Media Tribun Yogya :

NO.	JENIS IKLAN	HARGA
1.	DISPLAY FC*	Rp. 30.000,-
2.	DISPLAY BW*	Rp. 17.500,-
3.	DISPLAY HAL.1	Rp. 75.000,-
4.	IKLAN KOLOM	Rp. 10.000,-
5.	IKLAN BARIS	Rp. 5.500,-
6.	IKLAN KELUARGA	Rp. 10.000,-

Sumber : Data Media Kit 2012

2. Tarif Iklan Online.

Tarif online merupakan tarif iklan yang dikenakan bagi konsumen yang ingin memasang iklan dengan grade istimewa. Untuk pemasangan iklan online ini dapat di akses pada web www.tribunjogja.com. Konsumen dapat memasang iklannya dengan tarif yang terhitung mahal, karena iklan yang ditayangkan dapat dilihat oleh masyarakat di seluruh penjuru dunia, sehingga dapat memberikan keuntungan tersendiri bagi konsumen yang memasang iklannya secara online. Frekuensi pada penayangkan iklan online adalah sekali tayang untuk jangka waktu satu bulan. Berikut adalah rincian tarif iklan online di PT.Media Tribun Yogya :

NO.	POSISI IKLAN	UKURAN	HARGA
1.	TOP 1	980 x 80	Rp. 5.000.000,-

2.	TOP 2	600 x 80	Rp. 4.500.000,-
3.	TOP 3	640 x 80	Rp. 2.000.000,-
4.	Midle 1	640 x 80	Rp. 1.750.000,-
5.	Midle 2	305 x 250	Rp. 1.000.000,-
6.	Right 1	305 x 250	Rp. 3.000.000,-
7.	Right 2	305 x 250	Rp. 1.750.000,-
8.	Right 3	305 x 100	Rp. 1.500.000,-
9.	Right 4	305 x 100	Rp. 1.000.000,-
10.	Right 5	305 x 100	Rp. 800.000,-
11.	Bottom Local	980 x 80	Rp. 4.750.000,-

Sumber : Data Media Kit 2012

*Harga Belum termasuk PPn 10 %

Penjelasan yang sudah diuraikan di atas dapat disebutkan bahwa dengan penetapan atau penggunaan biaya atau nilai jual atas jasa iklan atau koran itu sendiri adalah nilai yang sudah ditentukan oleh perusahaan tanpa harus melakukan penjualan di bawah harga variable rata-rata maupun melakukan kegiatan jual rugi. Hal tersebut tentu dapat menyanggah unsur ketiga, bahwa sebuah perusahaan hanya akan menerapkan *predatory pricing* jika perusahaan tersebut yakin akan dapat menutup kerugian ditahap awal dengan menerapkan harga yang sangat tinggi ditahap berikutnya.

Memang dalam menentukan sebuah nilai atau harga suatu produk atau jasa di bawah harga variable rata-rata, disebutkan sangat sulit bagi para pelaku usaha khususnya dalam bisnis media. Akan tetapi nilai yang sudah ditentukan dan dijalankan oleh PT. Media Tribun Yogya tidak mengalami kerugian apapun, kegiatan produksi tetap berjalan tanpa harus mengurangi nilai jual atau melakukan kegiatan jual rugi. Tujuan dari semua itu adalah hanya untuk membantu masyarakat dalam menjalankan profesinya dengan membantu menayangkan iklan sesuai dengan permintaan. Selain itu kegiatan bisnis PT. Media Tribun Yogya juga tidak mengakibatkan pelaku usaha lain mengalami kerugian atau mengalami persaingan usaha yang tidak sehat

Terkait dengan penjelasan di atas, penulis berasumsi bahwa kegiatan penjualan surat kabar harian Tribun Yogya yang dilakukan oleh PT. Media Tribun Yogya tidak masuk dalam kategori melanggar ketentuan yang ada di dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor. 5 Tahun 1999. Bila dikaitkan antara regulasi yang mengatur perihal jual rugi (undang-undang persaingan usaha) dengan realita di lapangan, unsur-unsur untuk disebut sebagai pelanggaran tidaklah memenuhi. Jika dianalisis secara mendalam, unsur-unsur tersebut dapat diuraikan berdasarkan Pasal 20 Undang-Undang Nomor. 5 Tahun 1999 dengan realita di lapangan. Uraian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Unsur pelaku usaha. PT. Media Tribun Yogya dalam hal ini disebut sebagai pelaku usaha yang berbentuk badan hukum yang melakukan kegiatan usaha di wilayah hukum Republik Indonesia.

2. Unsur pemasokan. Unsur yang kedua, penulis lebih membahasakan kata pemasokan dengan kata "produksi". Karena PT. Media Tribun Yogya merupakan perusahaan di bidang media cetak yang memproduksi suatu barang dan atau jasa.
3. Unsur barang. Barang yang diproduksi oleh PT. Media Tribun Yogya adalah surat kabar harian (koran).
4. Unsur jasa. Dalam hal ini PT. Media Tribun Yogya memiliki layanan jasa pembuatan iklan, baik iklan cetak maupun elektronik.
5. Unsur jual rugi. Untuk unsur kelima ini, penulis berasumsi bahwa PT. Media Tribun Yogya tidak melakukan kegiatan jual rugi., dalam hal ini untuk menutup kerugian yang dialami. Kegiatan penjualan yang dilakukan adalah merupakan bentuk efisiensi produksi. Selain itu kegiatan yang dilakukan tidak berdampak pada kerugian bagi perusahaan itu sendiri.
6. Unsur harga yang sangat rendah. Penulis melihat harga surat kabar harian Tribun memang lebih rendah diandingkan dengan pelaku usaha lain di bidang yang sama. Diperlukan perbandingan harga dengan pelaku usaha lain untuk hal tersebut.
7. Dengan maksud. Dalam hal ini PT. Media Tribun Yogya, tidak mempunyai maksud atau tujuan baik untuk mematikan pelaku usaha pesaing di pasar bersangkutan, membatasi pesaing dengan memberlakukan harga jual rugi, maupun untuk mengurangi kerugian yang terjadi, atau yang merupakan harga promosi dalam upaya memperkenalkan produk baru sebagai alat strategi pemasaran. Maksud disini adalah perusahaan

lebih kepada ingin melayani masyarakat dengan informasi dan produk dan atau jasa lainnya dengan penentuan harga yang efisien.

8. Unsur menyingkirkan atau mematikan. Berkaitan dengan point 7, PT. Media Tribun Yogya tidak ada maksud atau tujuan untuk mengeluarkan atau mematikan pelaku usaha pesaing dari pasar bersangkutan atau menjadi tutup usahanya.
9. Unsur usaha pesaing. Usaha pesaing disini adalah pelaku usaha dalam pasar bersangkutan yang sama, yaitu pelaku usaha di bidang media cetak yang ada di wilayah Yogyakarta.
10. Unsur praktik monopoli. Monopoli bisa diartikan sebagai penguasaan atas produksi dan / atau pemasaran barang dan / atau jasa, sehingga pelaku usaha lain tidak memiliki celah untuk melakukan kegiatan produksi. Fenomena yang terjadi, penulis tidak melihat adanya penguasaan pasar atau praktik monopoli yang dilakukan PT. Media Tribun Yogya. Jelas terlihat lalu lintas produksi atas media cetak (Tribun dengan media lainnya) yang ada di Yogyakarta cukup ramai, dalam artian produksi satu sama lain tidak terganggu dan tidak merugikan pelaku usaha lain.
11. Unsur persaingan usaha tidak sehat. Unsur ini dinilai penulis tidak terpenuhi, karena kegiatan produksi dan / atau pemasaran barang dan / atau jasa yang dilakukan oleh PT. Media Tribun Yogya dilakukan secara *fair*. Sejauh ini penulis belum menemukan informasi baik secara tertulis atau tidak tertulis, baik Tribun maupun perusahaan media cetak lainnya yang menyatakan bahwa PT. Media Tribun Yogya melakukan kegiatan

produksi dengan melawan hukum. Dan realitanya kegiatan produksi dan pemasaran dari perusahaan media cetak lainnya masih dapat berjalan dengan baik, dan bersaing secara adil dan sehat.

Selain itu jika kembali dianalisis secara mendalam, Pasal 1365 KUPerdata yang ada kaitannya dengan perbuatan melawan hukum tidaklah juga memenuhi unsur-unsur terhadap kegiatan penjualan atas barang dan / atau jasa yang dilakukan oleh PT. Media Tribun Yogya. Pasal ini turut dimasukkan kedalam analisis, karena penulis mempunyai asumsi bahwa pasal 1365 ada kaitannya dengan kegiatan jual rugi tersebut. Dasar dari isi Pasal 1365 adalah perbuatan hukum. Tentunya perbuatan ini memberikan efek atau akibat hukum bagi pihak yang melakukan perbuatan tersebut. Berikut penjelasan unsur-unsur Pasal 1365 KUPerdata :

1. **Perbuatan tersebut melawan hukum.** Melawan hukum dalam artian melanggar undang-undang, dalam hal ini Undang-Undang Nomor. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Selain itu pihaknya juga tidak melanggar hak dari pihak lain yang dijamin oleh hukum. Jelas dapat terlihat di lapangan, Perbuatan yang dilakukan oleh PT. Media Tribun Yogya tidaklah melawan hukum. baik pihak Tribun maupun media cetak lainnya mendapatkan hak yang sama untuk melakukan perbuatan hukum. Kegiatan penjualan yang dilakukan juga tidak melanggar kesusilaan, karena kegiatan yang dilakukan adalah justru memberikan informasi atau jasa yang memang dibutuhkan masyarakat secara faktual, akurat, dan jujur.

2. **Adanya kesengajaan atau kelalaian dari pelaku.** Menurut hemat saya, unsur kesengajaan yang dimaksud adalah dimana ketika PT. Media Tribun Yogya dengan sengaja melakukan kegiatan jual rugi dengan alasan untuk mematikan usaha pelaku usaha lain, agar keluar dari pasar. Begitu juga dengan unsur kelalaian, lalai dalam artian pihak Tribun melakukan kesalahan dalam memasok atau memasarkan suatu produk, barang dan / atau jasa, yang dapat berakibat negati pada pelaku usaha lain. Realita yang penulis ketahui, unsur kesengajaan atau kelalaian tersebut dirasa tidak tepat. Kesengajaan yang ada, merupakan bentuk praktik efisiensi produksi atas suatu barang dan / atau jasa, dan tidak melakukan kelalaian yang disebutkan diatas, karena pihaknya sudah memperhitungkan segala sesuatu, berkaitan dengan proses cetak, hingga pemasokan atau produksi barang.
3. **Adanya kerugian bagi pihak lainnya.** Point ini jelas bahwa unsur kerugian tidaklah terpenuhi. Hasil pengamatan yang telah dilakukan penulis, sejauh ini tidak terjadi adanya penurunan pemasokan pada surat kabar harian lainnya, dan masih dalam kondisi normal. Menurut hemat penulis, belum terjadi adanya penurunan pemasokan, berarti perusahaan media lainnya tidak mengalami kerugian apapun. Selain itu, penulis juga belum menemukan artikel bahwa perusahaan media mengalami kerugian akibat kegiatan jual rugi yang dilakukan oleh PT. Media Tribun Yogya.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan analisis pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Penetapan harga atas surat kabar harian Tribun Yogya yang dilakukan oleh PT.Tribun Media Yogya adalah bersifat independen yaitu dimana dalam menetapkan sebuah harga atas surat kabar harian tersebut tidak ada campur tangan atau tidak melakukan perjanjian penetapan dengan pelaku usaha lain, termasuk dengan Kompas yang tergabung dalam Kompas Gramedia Group. Walaupun satu group dalam perusahaan media, akan tetapi keduanya merupakan PT yang berbeda, dimana Kompas adalah PT. Kompas Media Nusantara, yang berarti juga mempunyai manajemen yang berbeda dengan PT. Media Tribun Yogya. Atas hal tersebut Kompas Gramedia memberikan “kewenangan” atau “kepercayaan” untuk masing-masing perusahaan, baik untuk PT.Media Tribun Yogya maupun PT.Kompas Media Nusantara dalam hal menetapkan nilai atau harga jual untuk masing-masing surat kabar.
2. Kegiatan penjualan atas surat kabar harian Tribun Yogya yang dilakukan oleh PT.Media Tribun Yogya tidak mengandung unsur-unsur jual rugi atau adanya *predatory pricing* yang disebutkan dalam Pasal 20 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Unsur-unsur tersebut tidak terbukti dalam fakta-fakta berikut :

- a. Dalam hal ini, PT. Media Tribun Yogya memang menjual produknya dengan harga yang murah akan tetapi tidak mengalami kerugian. Hal tersebut dapat terjadi karena biaya produksi yang digunakan berasal dari hasil biaya pemasangan iklan masyarakat di Tribun Yogya. Nilai jual koran Tribun yang ditentukan dinilai efisien, karena pada dasarnya yang dijual oleh perusahaan media bukanlah koran atau surat kabar, melainkan iklan itu sendiri.
- b. PT. Media Tribun Yogya melakukan kegiatan menjual produknya dengan harga jual yang murah, tidak serta merta telah melakukan kegiatan jual rugi (*predatory pricing*). Selain biaya produksi menggunakan biaya dari hasil pemasangan iklan, dalam proses produksi perusahaan menggunakan mesin cetak bekas yang masih mempunyai kualitas yang masih bagus, serta bahan kertas yang kini semakin murah. Atas hal tersebut tidak ada alasan perusahaan melakukan kegiatan jual rugi atau menjual dengan harga di bawah harga rata-rata.
- c. Penetapan atas nilai atau harga suatu produk atau jasa di bawah harga variable rata-rata, dapat disebutkan sangat sulit bagi para pelaku usaha khususnya dalam bisnis media. Akan tetapi nilai yang sudah ditentukan dan dijalankan oleh PT. Media Tribun Yogya tidak mengalami kerugian apapun, kegiatan produksi tetap berjalan tanpa harus mengurangi nilai jual atau melakukan kegiatan jual rugi. Tujuan dari semua itu adalah hanya untuk membantu masyarakat dalam menjalankan profesinya dengan membantu menayangkan iklan sesuai dengan permintaan. Selain itu

kegiatan bisnis PT. Media Tribun Yogya juga tidak mengakibatkan pelaku usaha lain mengalami kerugian atau mengalami persaingan usaha yang tidak sehat.

B. SARAN

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah :

1. Dalam hal penetapan harga untuk sebuah surat kabar harus tetap bersifat independen, hal tersebut memang dianggap perlu dikarenakan agar roda bisnis media tetap berjalan dengan baik tanpa ada intervensi dari luar, terutama intervensi politik. Karena jika terdapat adanya intervensi, maka dikhawatirkan bisnis media di PT. Media Tribun Yogya tidak dapat berjalan dengan independen dan adanya kepentingan-kepentingan terselubung.
2. Agar dalam melakukan kegiatan penjualan surat kabar menjaga eksistensinya, baik dalam segi produksi maupun penjualan jasa iklan. Selain itu diperlukan strategi yang baik dan menjaga hubungan baik dengan masyarakat khususnya dengan pelaku usaha lain sehingga dapat terhindar dari *predatory pricing* yang jelas mampu mengakibatkan persaingan usaha yang tidak sehat.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Budi Maulana, Insan, *Catatan Singkat Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, PT.Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000.
- Depdikbud. *Kamus Bahasa Indonesia*, Edisi Kedua, Jakarta : (Balai Pustaka, 1994).
- Duswata Machmudin, Dudu, *Pengantar Ilmu Hukum sebuah Sketsa*, Refika Aditama, Bandung, 2003
- Edwin Nasution, Mustafa, et.al., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Prenada, Jakarta, 2006
- Fajar Nur Dewata, Mukti dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2010
- Fuady, Munir, *Perbuatan Melawan Hukum; Pendekatan Kontemporer*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2005
- Hansen, Knud, et.al, *Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, GTZ-PT.Katalis, Jakarta, 2002.
- Ibrahim, Johnny, *Hukum Persaingan Usaha, Filosofi, Teori dan Implikasi Penerapannya di Indonesia*, Bayumedia Publishing, Malang, 2009.
- J.Gifford, Daniel and Leo J.Raskind, *Federal Antitrust Law Cases and Material*, Anderson Publishing Co, 1998
- Kamal Rokan, Mustafa. *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia)*, PT.RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2010
- Kansil, CST, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1989
- Kian Gie, Kwik, *Praktik Bisnis dan Orientasi Ekonomi Indonesia*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1996.
- Lubis, Fahmi, Andi, et.al, *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks dan Konteks*(Indonesia : dicetak diterbitkan dengan kerjasama dari GTZ, Oktober 2009).
- Margono, Suyud. *Anti Monopoli*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009.

- Prayoga, Ayudha D, et.al. *Persaingan Usaha Hukum yang Mengaturinya di Indonesia*, Proyek ELIPS, Jakarta, 2000.
- Prianto, Agus, *Ekonomi Mikro;Kajian dari Sisi Teoritis dan Praktis*, Setara Press, Malang, 2008
- Puspaningrum, Galuh, *Hukum Persaingan Usaha; Perjanjian dan Kegiatan yang Dilarang dalam Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, CV.Aswaja Pressindo, 2013
- S.Pindyck, Robert and Daniel L.Rubinfel. *Microeconomics*, 4 ed, (USA: Prentice Hall International Inc, 1998), hlm. 283-284. Dikutip dari, Himahanto Juwana, *Hukum Ekonomi dan Hukum International*, (Jakarta : Lentera Hati, 2002).
- Siswanto, Arie, *Hukum Persaingan Usaha*, Penerbit Ghalia Indonesia, Cet.Pertama, 2002,
- Sitompul, Asril, *Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Tinjauan Yuridis terhadap UU No.5 Tahun 1999*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1999.
- Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao. *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010.
- Syafi'i Antonio, M, *Konsep Distribusi Islam, dalam Eus Amalia, Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam*, Rajawali Press, Jakarta, 2009.
- Usman, Rachmadi, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Gramedia Pustaka, Jakarta, 2004.
- Yani, Ahmad dan Gunawan Wijaya, *Anti Monopoli*, PT.Raja Grafindo, Jakarta, 1999.

B. Jurnal, Majalah, dan Makalah

- Fransiscus,Welirang. Beberapa Catatan *Praktisi Usaha atas Undang-Undang tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, makalah disampaikan di Seminar Tinjauan Kritis UU tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Universitas Atmajaya, 22 Maret 1999

Juwana, Himahanto. *Makalah Intepretasi UU No.5 Tahun 1999 dengan Menggunakan Standar Internasional dalam Telaah terhadap Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dalam Perspektif Internasional*, Newsletter No.39, Desember, Jakarta, 1999

Sirait, Ningrum Natasya, *Menjual rugi (predatory pricing) dalam Hukum Persaingan dan Pengaturannya dalam UU No. 5 Tahun 1999*, Jurnal Hukum Bisnis, vol. 23 Tahun 2004.

Suhartono, R.B, *Konglomerat dan Relevansi UU Antimonopoli di Indonesia*, Jurnal Hukum Bisnis, Vol.4, Jakarta, 1998.

C. Peraturan Perundang-undangan

Peraturan KPPU No. 6 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 20 (Jual Rugi) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

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

D. Data Elektronik

<http://www.koransuararakyat.com/2010/10/fungsi-surat-kabar.html>, akses tanggal 17, Oktober 2012

<http://www.kppu.go.id/id/pertumbuhan-ekonomi-dan-kebijakan-persaingan/>, akses tanggal 23 Oktober 2012

<http://www.kompasgramedia.com/aboutkg/history>, akses tanggal 11 Oktober 2012

<http://media.kompasiana.com/mainstream-media/2011/04/14/selamat-datang-koran-tribun-jogja/>, diakses tanggal 11 Oktober 2012

<http://www.merdeka.com/2010/05/23/fungsi-surat-kabar/>, diakses tanggal 20 Oktober 2012

<http://www.pengacarasioarjo.com/anti-monopoli-dan-persaingan-tidak-sehat/>, diakses tanggal 12 November 2012

<http://radarbanten.com/2010/12/24/praktek-monopoli-dan-persa/>, diambil tanggal 23 Oktober 2012

<http://www.scribd.com/doc/91799239/Konvergensi-Media-Lokal-Koran-Tribun>, akses tanggal 09 Oktober 2012