

**STRATEGI BISNIS DALAM KONSTRUKSI *HOLDING COMPANY*  
PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA**

**TESIS**



**Oleh:**

**MIFTAHUL MAHASIN**

**No. Mahasiswa : 11912751  
BKU : HUKUM BISNIS  
Program Studi : Ilmu Hukum**

**PROGRAM MAGISTER (S2) ILMU HUKUM  
PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2015**



**STRATEGI BISNIS DALAM KONSTRUKSI *HOLDING COMPANY*  
PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA**

**TESIS**

Oleh:

**MIFTAHUL MAHASIN**

**No. Mahasiswa : 11912751**  
**BKU : Hukum Bisnis**  
**Program Studi : Ilmu Hukum**

Telah diperiksa dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diajukan ke  
Dewan Penguji dalam ujian tesis

Yogyakarta, Tgl. 22 Agustus 2015

**Pembimbing**

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

Mengetahui

Ketua Program Pascasarjana Fakultas Hukum  
Universitas Islam Indonesia

**Drs. Agus Triyanta, M.A., M.H., Ph.D**



**STRATEGI BISNIS DALAM KONSTRUKSI *HOLDING COMPANY*  
PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA**

**TESIS**

Oleh:

**MIFTAHUL MAHASIN**

**No. Mahasiswa : 11912751**  
**BKU : Hukum Bisnis**  
**Program Studi : Ilmu Hukum**

Telah diajukan dihadapan Tim Penguji dalam Ujian Akhir/Tesis  
dan dinyatakan **LULUS** pada hari sabtu, 24 Oktober 2015

Tim Penguji  
Ketua

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

Tanggal November 2015

Anggota

**Prof. Dr. Ridwan Khairandy, S.H., M.Hum.**

Tanggal November 2015

Anggota

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

Tanggal November 2015

Mengetahui  
Ketua Program

**Drs. Agus Triyanta, M.A., M.H., Ph.D**

Tanggal November 2015

## HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Ingatlah tatkala Tuhanmu berjanji kepadamu:

“Sesungguhnya jika kamu bersyukur pasti kami akan menambah nikmat-KU kepadamu”

(Qur'an Surat - Ibrahim: 7)

“Jika kalian berbuat baik, sesungguhnya kalian berbuat bagi diri kalian sendiri”

(Qur'an Surat - Al-isra: 7)

Dengan segenap hati dan keikhlasan, peneliti persembahkan tesis ini kepada:

- My beloved parents (Bapak A.Kasoni, S.Ag dan Ibu Sumiyati) yang dengan telaten, tulus dan ikhlas selalu mendoakan, mengingatkan dan memotivasi peneliti hingga mampu menyelesaikan tesis ini. Semoga Bapak dan Ibu selalu dianugerahi kelimpahan rahmat dan kesehatan.
- My beloved sisters (Siti Anis NM & Dyan Kurniati K).
- Calon pendamping yang akan menemani perjalanan hidup
- Almamater program magister ilmu hukum Universitas Islam Indonesia
- Penulis secara pribadi yang telah mampu menyelesaikan tesis ini.

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Tesis dengan Judul:

### **STRATEGI BISNIS DALAM KONSTRUKSI *HOLDING COMPANY* PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA**

Benar-benar karya dari penulis, kecuali bagian-bagian tertentu yang telah diberikan keterangan pengutipan sebagaimana etika akademis yang berlaku. Jika terbukti bahwa karya ini bukan karya penulis sendiri, maka penulis siap untuk menerima sanksi sebagaimana yang telah ditentukan oleh Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, Tgl. 03 November 2015

**MIFTAHUL MAHASIN**  
**NIM: 11912751**

## KATA PENGANTAR

*“Bismillaah, walhamdulillaah, laa haula wa laa quwwata illaa billaah”*

Alhamdulillah dan puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Strategi Bisnis dalam Konstruksi  *Holding Company* Perspektif Hukum Persaingan Usaha”, Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar magister hukum pada Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Dr. Ir. Harsoyo, M.Sc. Selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Drs. Agus Triyanta, M.A., M.H., Ph.D. Selaku Ketua Program Magister Ilmu Hukum yang telah memberi kesempatan penulis untuk menyelesaikan tesis ini.
3. Dr. Siti Anisah, S.H., M.Hum sebagai dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu diantara segenap kesibukan aktifitas untuk membimbing dan mengarahkan peneliti selama penulisan tesis ini.
4. Dewan Penguji tesis (Prof. Dr. Ridwan Khairandy, S.H., M.Hum & Nandang Sutrisno, S.H., LL.M., M.Hum., Ph.D). Peneliti ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya karena telah memberikan ilmu, saran dan kritik yang membangun dan berharga bagi peneliti.
5. Segenap dosen dan staf magister hukum UII yang telah memberikan banyak tambahan ilmu pengetahuan kepada penulis
6. Kedua orang tua (Bapak A.Kasoni, S.Ag dan Ibu Sumiyati) yang dengan telaten, tulus dan ikhlas selalu mendoakan, mengingatkan dan memotivasi peneliti hingga mampu menyelesaikan tesis ini dan kedua adik yang selalu meramaikan suasana hati (Siti Anis NM & Dian Kurniati K), sehingga peneliti tidak merasa bosan dalam mengerjakan tesis ini.
7. Rekan kerja dan semua sahabat di magister hukum angkatan 27, yang selalu aktif dalam berdiskusi dan bertukar pikiran, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini.

Tiada yang sempurna dalam hidup ini, begitu halnya dengan penulis yang masih banyak kekurangan dalam penulisan tesis ini. Segala masukan, kritik dan saran penulis ambil pelajaran dan diterima dengan baik. Pada akhirnya penulis berharap tesis ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkaitan.

Yogyakarta, 3 November 2015

Penulis,

**MIFTAHUL MAHASIN**

**NIM: 11912751**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN DEPAN</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	14
C. Tujuan Penelitian .....	15
D. Kerangka Teori .....	15
E. Metode Penelitian .....	22
F. Sistematika Penelitian .....	25

### **BAB II TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN GRUP/*HOLDING* DAN HUKUM PERSAINGAN USAHA**

A. Perusahaan Grup/ <i> Holding</i> .....	26
1. Perkembangan Korporasi dan Bisnis .....	26
2. Pembentukan Perusahaan Grup/ <i> Holding</i> .....	28
3. Konsep Bisnis Konstruksi Perusahaan Grup/ <i> Holding</i> .....	36
B. Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat .....	42
1. Larangan dalam Hukum Persaingan Usaha .....	42
a. Perjanjian yang Dilarang dalam Hukum Persaingan Usaha ...	45
b. Kegiatan yang Dilarang dalam Hukum Persaingan Usaha .....	60

c. Afiliasi dengan Pelaku Usaha Lain .....	65
2. Pasar Bersangkutan dalam Hukum Persaingan Usaha .....	67

### **BAB III KONSTRUKSI PERUSAHAAN GRUP/HOLDING DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA**

A. Strategi Bisnis Konstruksi Perusahaan Grup/Holding Perspektif Hukum Persaingan Usaha .....	72
1. Keterkaitan Kepemilikan Induk atas Saham Anak Perusahaan ....	72
a. Kepemilikan Saham Mayoritas yang Mendominasi Anak Perusahaan .....	72
b. Afiliasi Melalui <i>Cross Ownership</i> .....	77
c. Afiliasi Melalui Keterkaitan Kepemimpinan .....	81
2. Kewenangan Pengendalian Induk atas Anak Perusahaan .....	84
B. Potensi Pelanggaran Hukum Persaingan Usaha dalam Penerapan Strategi Bisnis pada Konstruksi Perusahaan Grup/Holding .....	86
1. Penerapan Konstruksi Perusahaan Grup/ <i> Holding</i> .....	87
a. Profil Perusahaan .....	87
b. Struktur Bisnis dan Kegiatan Usaha/Jenis Produk .....	89
c. Hubungan Kerja dan Keterkaitan antara Induk dan Anak Perusahaan .....	91
2. Potensi Pelanggaran Hukum Persaingan Usaha atas Penerapan Strategi bisnis pada Konstruksi Perusahaan Holding .....	97
a. Perjanjian Penetapan Harga ( <i>Price Fixing Agreement</i> ).....	97
b. Potensi Adanya Afiliasi dengan Pelaku Usaha Lain .....	108

### **BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	115
B. Saran .....	117

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	120
-----------------------------	-----

<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	125
----------------------------	-----

## ABSTRAK

Perkembangan ekonomi dunia cenderung mengarah pada pasar bebas, sehingga persaingan menjadi suatu keniscayaan dan ajang kompetisi pun digelar. Untuk menghadapi persaingan bisnis, banyak pelaku usaha yang menciptakan daya saing dan strategi bisnis berupa *diversifikasi* dan *ekstensifikasi* atau *ekspansi* usaha. *Ekspansi* bisnis dilakukan untuk menguasai industri dengan membentuk grup/kelompok badan usaha secara horizontal (dalam industri/pasar yang bersangkutan) dan vertikal (dalam industri yang berbeda yang bergerak dari hulu hingga hilir). Pembentukan perusahaan grup berimplikasi keterkaitan induk dan anak perusahaan dalam kepemilikan saham dan menimbulkan legitimasi pengendalian induk atas anak perusahaan, hak suara dalam RUPS anak perusahaan dan kewenangan mengangkat direksi dan/atau dewan komisaris anak perusahaan. Pengendalian mencakup jangkauan yang luas dalam tatanan manajemen perusahaan berupa pengaturan produksi, harga/pemasaran dan mengoordinasikan kebijakan strategik anak-anak perusahaan untuk mencapai kepentingan/tujuan kolektif induk perusahaan.

Kekhawatiran yang muncul adalah keterkaitan kepemilikan saham menimbulkan pengendalian/pengaturan suatu perusahaan pada sektor manajemen perusahaan lain, yang mengakibatkan iklim persaingan yang tidak sehat sehingga merugikan dan menghambat pihak lain. Demikian konstruksi perusahaan *holding*/grup menjadi terdistorsi oleh perilaku pelaku usaha yang potensinya cukup besar untuk memanfaatkan celah-celah konsep perusahaan grup yang belum diatur secara komprehensif dalam peraturan persaingan usaha.

Tujuan yang akan dicapai adalah untuk menganalisis penerapan strategi bisnis konstruksi perusahaan *holding* dan potensi pelanggaran di dalam penerapan strategi bisnis tersebut berdasar Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Sifat penelitian ini adalah Deskriptif kualitatif, yaitu dengan memberikan argumentasi atas hasil penelitian kemudian digunakan untuk memberikan penilaian/preskriptif potensi atas perbuatan/peristiwa hukum yang terjadi.

Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi pengembangan bisnis dengan konstruksi perusahaan grup/*holding* menimbulkan *market power* karena mendominasi anak-anak perusahaan akibat keterkaitan kepemilikan saham. Keterkaitan kepemilikan saham yang dominan dimanfaatkan induk perusahaan untuk mengendalikan anak perusahaan melalui penempatan jabatan yang sama (direksi dan/atau dewan komisaris) dan memiliki saham silang, sehingga dapat dinyatakan secara umum konstruksi perusahaan grup memiliki celah potensi pelanggaran yaitu Pasal 26 terkait jabatan rangkap dan Pasal 27 terkait kepemilikan saham silang, dalam praktiknya terbukti terjadi di perusahaan grup (Cineplax 21, Garuda Indonesia dan Temasek Holdings). Perbuatan hukum tersebut menimbulkan pengendalian yang mempengaruhi kepentingan anak perusahaan berupa pengaturan kebijakan/kesepakatan harga dan pemasaran di antara anak perusahaan yang mengarah pada persaingan tidak sehat dan merugikan pihak lain, sehingga pembentukannya harus diatur dan dikendalikan.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan laju perkembangan zaman dan arus globalisasi yang tidak dapat dihindari, maka persaingan menjadi suatu keniscayaan dan ajang kompetisi pun digelar. Untuk menjamin suatu kompetisi yang sehat, banyak negara yang membuat undang-undang kompetisi yang mengatur berbagai mekanisme persaingan usaha, kompetisi yang sehat, bebas dan adil. Tujuan utama yang hendak dicapai adalah memberikan kesejahteraan kepada konsumen, jadi sudah barang tentu perlindungan dalam kompetisi menguntungkan konsumen.<sup>1</sup>

Begitu juga dengan iklim persaingan usaha di Indonesia, mau tidak mau perusahaan yang ada di Indonesia harus menciptakan daya saing. Daya saing bukan hanya terkait kemampuan bersaing dengan pesaing lokal dalam memasok produk ke pasar domestik, akan tetapi juga mampu bersaing ke pasar internasional dan domestik dalam menghadapi pesaing luar negeri. Oleh sebab itu dalam mengatur mekanisme persaingan agar dapat berjalan secara kondusif, pada 5 Maret 1999 terbitlah Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Tujuan Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat ialah menjaga kepentingan umum dan efisiensi ekonomi nasional. Efisiensi ekonomi nasional dapat dilakukan dengan mencegah praktik usaha yang tidak efisien yaitu kontraproduktif dan

---

<sup>1</sup>Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen (kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran)*, (Banjarmasin: FH Unlam Press, 2008), hlm. 19.

bertentangan dengan Undang-undang No. 5 Tahun 1999 seperti monopoli, oligopoli, kartel, persekongkon tender, dan sebagainya, yang menimbulkan persaingan tidak sehat dan melemahkan ekonomi pasar dan menguntungkan pihak tertentu.<sup>2</sup>

Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat merupakan pedoman diakuinya persaingan usaha yang sehat sebagai pilar ekonomi dalam sistem ekonomi Indonesia berdasar Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945. Lahirnya undang-undang persaingan usaha tersebut juga merupakan refleksi dari sebuah kemajuan ekonomi, khususnya dalam dunia persaingan usaha yang perkembangannya sangat signifikan sehingga kompetisinya perlu dikendalikan.<sup>3</sup> Secara umum hukum persaingan usaha mengatur berbagai larangan yang mencakup ketentuan yaitu dalam perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang, dan posisi dominan.<sup>4</sup>

Dengan demikian, sudah menjadi kewajiban dan kesadaran bagi para pelaku usaha untuk mematuhi ketentuan undang-undang persaingan usaha. Tujuannya supaya tercipta sistem ekonomi dan persaingan usaha yang sehat, tetapi realitanya saat ini masih banyak terjadi pelanggaran atau munculnya praktik monopoli dan persaingan tidak sehat.

Hasrat untuk mendominasi bisnis dan memiliki usaha dalam satu tangan atau menguasai usaha dari hulu hingga hilir merupakan penyebab utama yang memicu

---

<sup>2</sup>[http://www.hukumonline.com/berita/baca/lt537ecb99830f4/memahami-hukum-persaingan-usaha-dalam-kerangka-regulasi-dan-praktik-beracara-angkatan-ii#\\_ftn2](http://www.hukumonline.com/berita/baca/lt537ecb99830f4/memahami-hukum-persaingan-usaha-dalam-kerangka-regulasi-dan-praktik-beracara-angkatan-ii#_ftn2), Akses 20 Februari 2015.

<sup>3</sup>Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao, *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 5.

<sup>4</sup>Ahmad Yani & Gunawan Wijaya, *Seri Hukum Bisnis: Anti Monopoli*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006), hlm. 19.

praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Praktik bisnis yang mengarah pada hal tersebut yaitu pengembangan usaha dengan membangun dan menghimpun badan usaha/perusahaan dalam suatu bidang tertentu untuk menguasai pasar, yang mana dikenal dengan konstruksi perusahaan grup atau *holding company*.

Perusahaan grup merupakan suatu susunan sejumlah perusahaan yang secara yuridis masing-masing merupakan subjek hukum yang mandiri, walaupun semuanya merupakan suatu kesatuan ekonomis.<sup>5</sup> Perusahaan grup terdiri dari induk perusahaan sebagai perseroan yang khusus disiapkan memegang saham perseroan lain (anak-anak perusahaan), untuk tujuan investasi baik tanpa maupun dengan “kontrol” yang nyata (*without or with actual control*).<sup>6</sup>

Di dalam Undang-undang Perseroan Terbatas dinyatakan bahwa sebuah badan hukum didirikan oleh dua orang atau lebih, baik orang perseorangan maupun badan hukum berdasarkan perjanjian.<sup>7</sup> Hal tersebut mengisyaratkan ada dua subjek hukum dalam pendirian badan hukum, yaitu orang dan badan hukum (*recht person*) seperti perseroan. Kewenangan suatu badan hukum untuk mendirikan badan hukum, maka hal tersebut dapat melahirkan konstruksi perusahaan holding yang cenderung mengarah praktik monopoli yang menghambat persaingan usaha.

---

<sup>5</sup><http://www.hukumonline.com/klinik/detail/cl3562/holding-company,-fungsi-dan-pengaturannya>, Akses 13 Juli 2015.

<sup>6</sup>M. Yahya Harahap, *Hukum Perseroan Terbatas*, hlm. 49-50, dikutip dari <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/cl3562/holding-company,-fungsi-dan-pengaturannya>, Akses 23 Februari 2015.

<sup>7</sup>Pasal 7 Ayat (1) Undang-undang No. 40 tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

Pengembangan bisnis konstruksi perusahaan grup/*holding* dikhawatirkan akan menimbulkan kerugian-kerugian materil dan immaterial bagi perusahaan-perusahaan anggota grup dan pihak di luar grup (pesaing dan konsumen). Penguasaan industri tertentu dengan konstruksi perusahaan grup tanpa ada celah/sulitnya pelaku usaha lain untuk mengembangkan bisnis yang sama akan menghambat persaingan usaha. Oleh sebab itu pengembangan bisnis dalam konstruksi grup/*holding* sangat berpotensi menimbulkan perbuatan-perbuatan hukum yang bertentangan dengan hukum persaingan usaha.

Penelitian ini menggunakan beberapa kasus dalam kaitannya dengan perusahaan grup/*holding*, sebagai pedoman untuk mengetahui pasal-pasal yang berpotensi dilanggar, yaitu:

#### **1. Kasus Temasek Holding (Putusan Perkara Nomor: 07/KPPU-L/2007)**

Temasek merupakan perusahaan kelompok/grup yang memiliki anak-anak perusahaan yang bergerak pada bidang jasa telekomunikasi seluler. Dengan susunan anak perusahaan yang dimiliki teridentifikasi bahwa dalam susunan perusahaan tersebut terdapat banyaknya kesamaan orang yang menjabat berbagai posisi dalam struktur induk dan anak perusahaan,<sup>8</sup> diketahui yaitu Mr. Simon Israel yang menjabat sebagai anggota Board Temasek Holdings dan merangkap jabatan sebagai Board of Director Singtel dan juga Ms. Cuah, menjabat di SingTel sebagai anggota of the Board of Director dan CEO, dan satu di SingTel Mobile sebagai member of

---

<sup>8</sup>Putusan Perkara Nomor: 07/KPPU-L/2007, terkait Perkara Temasek Holdings, hlm. 632.

the Board Director (padanan di Indonesia adalah Board of Commisioners).<sup>9</sup> Hal tersebut menjadikan Temasek dapat mempengaruhi kebijakan anak-anak perusahaanya, namun demikian dalam putusannya KPPU tidak mengeluarkan penetapan Pasal 26.

Untuk pelanggaran lain KPPU memiliki dugaan pelanggaran Pasal 25, tetapi kemudian tidak terbukti dilanggar Temasek. Pasal yang terbukti dilanggar yaitu Pasal 27 dan Pasal 17.

Temasek dinyatakan bersalah melanggar Pasal 27 Undang-undang No. 5 Tahun 1999, terkait pelanggaran terhadap kepemilikan saham mayoritas, yang menyebabkan Temasek Holding memiliki saham silang (*cross ownership*), yaitu STT memiliki saham Indosat dan Singtel memiliki saham Telkomsel, di mana STT dan Singtel dimiliki oleh perusahaan yang sama (Temasek) yang menyebabkan terpusatnya kekuatan pasar di tangan Temasek karena kepemilikan saham mayoritas dalam bidang usaha yang sama pada pasar bersangkutan yang sama, sehingga mengakibatkan dampak anti persaingan usaha dalam pelayanan telekomunikasi seluler di Indonesia.<sup>10</sup>

Temasek juga dinyatakan melanggar Pasal 17 Ayat (1), terkait dengan monopoli yang dilarang. Temasek Holding melakukan hambatan interkoneksi dan mempertahankan harga tinggi, sehingga menyebabkan

---

<sup>9</sup>Putusan Perkara Nomor: 07/KPPU-L/2007, terkait Perkara Temasek Holdings, hlm. 137.

<sup>10</sup>Ridwan Khairandy & Cenuk W.S, *Monopoli Industri Jasa Telepon Seluler di Indonesia*, Cetakan Pertama (Yogyakarta: Kerjasama UII Fak. Hukum Program Pascasarjana & Total Media, 2009), hlm. 39.

dampak anti persaingan usaha.<sup>11</sup> Kegiatan yang dilakukan Temasek Holding tersebut termasuk dalam kriteria yang ditetapkan sesuai Pasal 17 ayat (2) huruf b, bahwa Pelaku usaha patut diduga atau dianggap melakukan penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) apabila: mengakibatkan pelaku usaha lain tidak dapat masuk ke dalam persaingan usaha barang dan atau jasa yang sama.

## **2. Kasus PT. Cineplex 21 (Perkara Nomor: 05/KPPU-L/2002)**

Cineplex 21 hanya terbukti memiliki saham mayoritas yang menyebabkan pelanggaran kepemilikan saham silang sesuai Pasal 27. Sebagai induk perusahaan yaitu PT. Nusantara Indonesia Raya memiliki hubungan terafiliasi dengan anak perusahaanya berupa kepemilikan saham silang, karena mempunyai saham mayoritas lebih dari 50% yaitu di 8 (delapan) perusahaan perbioskopian dan melalui dua dari delapan perusahaan tersebut memiliki saham mayoritas di 3 perusahaan perbioskopian lainnya. Dua perusahaan bioskop tersebut di Surabaya yaitu di PT. Intra Mandiri sebesar 98% dan PT. Wedu Mitra sebesar 70%. Akibat kepemilikan saham mayoritas tersebut PT. Nusantara Sejahtera Raya memiliki pasar dominan yang merugikan pihak lain di pasar bersangkutan.<sup>12</sup> Dugaan pelanggaran lain yang tidak diputuskan oleh KPPU

---

<sup>11</sup>Andi Fahmi Lubis *et.al.*, *Hukum Persaingan Usaha antara Teks dan Konteks* (Indonesia: dicetak dan diterbitkan dengan kerjasama dari GTZ, Oktober 2009), hlm. 126.

<sup>12</sup>Putusan Perkara Nomor: 05/KPPU-L/2002 tentang Cineplex, hlm. 42.

yaitu pelanggaran atas Pasal 15, 17, 18, 19, 25 dan 26 Undang-undang No. 5 Tahun 1999.<sup>13</sup>

Kaitanya dengan Pasal 26, dalam kesimpulan putusan KPPU menyatakan bahwa Harris Lasmana dan Suryo Suherman menduduki jabatan rangkap pada jabatan-jabatan strategis di beberapa perusahaan importir film dan atau perusahaan bioskop yang hal ini berpotensi besar untuk timbulnya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, akan tetapi sampai dengan berakhirnya pemeriksaan Majelis Komisi belum menemukan cukup bukti untuk menyatakan perangkapan jabatan tersebut mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan tidak sehat, sebagaimana dimaksud Pasal 26. Pertimbangan lainnya karena pengunduran diri Harris Lasmana dan Suryo Suherman dari jabatan direksi di beberapa perusahaan yang memiliki keterkaitan erat dalam bidang pendistribusian dan penayangan film patut dicatat sebagai suatu itikad baik untuk mengurangi potensi penyalahgunaan perangkapan jabatan.<sup>14</sup>

### **3. Kasus PT. Garuda Indonesia (Perkara Nomor. 01/KPPU-L/2003)**

PT. Garuda Indonesia terbukti melanggar Pasal 26 huruf b terkait dengan kepemilikan saham mayoritas yang mendominasi pasar melalui rangkap jabatan. Garuda Indonesia mempunyai saham 95% di PT. Abacus dan Garuda Indonesia menempatkan dua orang direksinya merangkap jabatan di PT. Abacus. Dalam hal ini PT. Garuda Indonesia dipandang sebagai induk perusahaan dan PT. Abacus sebagai anak perusahaan. Dengan

---

<sup>13</sup>Putusan Perkara Nomor: 05/KPPU-L/2002 tentang Cineplex, hlm. 42.

<sup>14</sup>Putusan Perkara Nomor: 05/KPPU-L/2002 tentang Cineplex, hlm. 141-142.

rangkap jabatan tersebut kedua direksi ikut andil dalam menetapkan *dual access* yang mengharuskan travel agent untuk mengakses sistem abacus untuk pasar domestic, padahal abacus untuk pasar internasional.<sup>15</sup>

Dugaan pelanggaran lain yang dapat dibuktikan oleh KPPU di Garuda Indonesia yaitu Pasal 15 ayat 2 dan Pasal 14.<sup>16</sup> Pasal yang tidak dapat dibuktikan yaitu Pasal 17 dan Pasal 19.

#### 4. Kasus Carrefour Indonesia

PT. Alfa Retailindo Tbk, dinyatakan melanggar Pasal 17 Ayat (1) Undang-undang No. 5 Tahun 1999, terkait monopoli yang dilarang. Pelanggaran lain Pasal 25 ayat (1) huruf a, karena posisi dominan yang dimiliki Carrefour menimbulkan terjadinya ketergantungan yang sangat tinggi dari pemasok kepada Carrefour, membuat Carrefour memiliki *bargaining power* yang besar untuk menyalahgunakan posisi dominan dengan memaksakan *trading term* yang kurang begitu menguntungkan para pemasoknya.<sup>17</sup> Dugaan pelanggaran yang tidak dapat dibuktikan oleh KPPU yaitu pelanggaran Pasal 20 dan Pasal 28.

Secara umum pasal yang dilanggar oleh perusahaan-perusahaan di atas dapat disimpulkan, yaitu

1. Pasal 27 (terbukti dilanggar Temasek Holdings dan Cineplex 2)
2. Pasal 26 (terbukti dilanggar Garuda Indonesia dan diduga di Cineplex 21, Temasek Holding)

---

<sup>15</sup>Putusan Perkara KPPU No. 01/KPPU-L/2003 Tentang Garuda Indonesia, hlm. 32.

<sup>16</sup>Putusan Perkara KPPU No. 01/KPPU-L/2003 Tentang Garuda Indonesia, hlm. 32.

<sup>17</sup>Andi Fahmi Lubis *et.al.*, *op.cit.*, hlm. 142.

3. Pasal 25 (terbukti dilanggar Carrefour, dan diduga di Temasek dan Cineplex 21)
4. Pasal 17 (terbukti dilanggar Temasek dan Carrefour, dan diduga di Cineplex 21 dan Garuda Indonesia).

Perusahaan-perusahaan di atas dikategorikan sebagai perusahaan grup. Hubungan hukum yang terjadi antara perusahaan yang satu dengan yang lain dalam kasus tersebut, yaitu kepemilikan saham dan pengendalian manajemen oleh induk atas anak perusahaan dalam pasar bersangkutan yang sama. Induk perusahaan mendominasi kewenangan untuk mengendalikan dan menentukan kebijakan atau mempengaruhi anak perusahaan sehingga menimbulkan anti persaingan dan merugikan pihak lain. Berdasar pembentukan perusahaan grup, perusahaan-perusahaan di atas merupakan perusahaan grup yang dibentuk karena kepentingan ekonomi perusahaan grup.

Pada prinsipnya kemunculan perusahaan grup didasari karena dua alasan, yaitu adanya perintah peraturan perundang-undangan dan kepentingan ekonomi suatu perusahaan.<sup>18</sup> Dalam hal memperoleh manfaat/kepentingan ekonomi, suatu perusahaan/perusahaan grup melakukan ekspansi usaha atau memperkuat posisi strategik di pasar dengan melakukan integrasi vertikal/horizontal atau diversifikasi usaha dalam bentuk, yaitu:<sup>19</sup>

1. Kerja sama dengan perusahaan lain melalui pengambilalihan saham (*akuisisi*) dari perusahaan lain, kerja sama operasi dan *joint venture*.

---

<sup>18</sup>Sulistiowati, *Aspek Hukum dan Realitas Bisnis Perusahaan Grup di Indonesia* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010), hlm. 64.

<sup>19</sup>*Ibid.*, hlm. 69

2. Mengalokasikan sebagian kegiatan usaha kepada perusahaan lain, melalui pendirian anak perusahaan, pemisahan usaha atau pengalihan saham.

Berbagai perbuatan hukum dalam pembentukan/pengembangan perusahaan grup di atas berimplikasi terhadap kepemilikan induk atas saham anak perusahaan,<sup>20</sup> sehingga menyebabkan induk perusahaan memiliki hak suara dalam RUPS anak perusahaan, dapat mengangkat anggota direksi dan/atau dewan komisaris induk perusahaan untuk merangkap menjadi anggota direksi dan/atau dewan komisaris anak perusahaan, dan juga menimbulkan kewenangan pengendalian atas anak perusahaan/kontrak pengendalian.<sup>21</sup>

Demikian induk perusahaan dapat bertindak sebagai pimpinan sentral yang memiliki kewenangan mengontrol serta mengendalikan anak perusahaannya demi mendukung tujuan perusahaan grup sebagai suatu kesatuan ekonomi. Dengan kewenangan mengendalikan itulah induk perusahaan dianggap menjalankan fungsi sebagai *holding company*.<sup>22</sup> Pengendalian dalam hal ini berkaitan dengan pengendalian dalam suatu tatanan manajemen anak perusahaan.<sup>23</sup> *Legitimasi* induk perusahaan dalam pengendalian dan pengelolaan manajerial atas anak perusahaan, dapat mencakup semua lini manajemen anak perusahaan.<sup>24</sup>

Strategi perusahaan grup/*holding* merupakan bentuk strategi korporasi untuk ekspansi bisnis. Ekspansi bisnis melalui pengembangan kelompok horizontal

---

<sup>20</sup>Putusan Perkara Nomor: 07/KPPU-L/2007, terkait Perkara Temasek Holdings, hlm. 630.

<sup>21</sup>Sulistiowati, *op.cit.*, hlm. 2.

<sup>22</sup>*Ibid.*, hlm. 24.

<sup>23</sup>*Ibid.*, hlm. 21.

<sup>24</sup>Manajemen perusahaan mencakup beberapa aspek yang sangat luas, yaitu aspek manajemen pemasaran, produksi sampai manajemen strategik dalam perusahaan, lihat [http://www.academia.edu/8023912/Fungsi\\_Teori\\_dan\\_Bidang\\_Manajemen](http://www.academia.edu/8023912/Fungsi_Teori_dan_Bidang_Manajemen), Akses 14 Juli 2015.

maupun vertikal atau integrasi vertikal dengan menguasai industri/pasar yang berkaitan atau menguasai produksi sejumlah produk dalam suatu proses produksi lanjutan dari hulu hingga hilir yang merugikan masyarakat atau mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat, maka bertentangan dengan hukum persaingan usaha.

Komplikasi hukum persaingan usaha ditimbulkan dengan menyatunya kepemilikan saham dan pengendalian dalam konsep konstruksi perusahaan grup. Kewenangan dalam menempatkan direksi dan/atau dewan komisaris induk perusahaan sebagai direksi dan/atau dewan komisaris anak perusahaan, serta *legitimasi* pengendalian induk perusahaan berupa menetapkan dan mengoordinasi atau mengatur kebijakan/kesepakatan bisnis (produksi dan pemasaran) di antara anak perusahaan dapat mempengaruhi kepentingan dan pengambilan keputusan anak-anak perusahaan dalam berkompetisi, sehingga berpotensi menimbulkan pelanggaran hukum persaingan usaha.

Melihat kompleksitas potensi/peluang praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dalam konsep konstruksi perusahaan grup/*holding*, maka menjadi penting diuraikan dalam implementasi dan praktiknya di perusahaan selain dari perusahaan yang perkaranya sudah diputuskan KPPU, karena peluang/potensi yang sama dapat terjadi. Salah satu perusahaan *holding* di Yogyakarta, yaitu PT. Amrta Corporation Grup (ACG Company). ACG Company merupakan perusahaan induk yang mengembangkan bisnis dengan membangun kelompok perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pelatihan dan konsultan. Perkembangan ACG Company cukup menarik perhatian, karena strategi bisnis yang digunakan mampu membuat perusahaan tersebut berkembang walaupun

dalam kondisi persaingan yang ketat. Bisnis ACG Company berkembang dengan cukup signifikan, dengan produk-produk jasanya dipasarkan hampir ke berbagai perusahaan besar di Indonesia.

Strategi pengembangan bisnis dengan membangun grup perusahaan pada jasa konsultan dan training tentu mampu menyerap pangsa pasar. Pasalnya pelaku usaha lain dalam bisnis ini khususnya di Yogyakarta, banyak yang hanya bergerak dengan satu perusahaan, sehingga strategi tersebut dianggap mempersempit persaingan karena sedikitnya peluang pelaku usaha lain dalam menarik konsumen.<sup>25</sup> Proyek jasa pelatihan dan konsultasi banyak dibutuhkan dan diadakan oleh perusahaan-perusahaan besar, maka setiap perusahaan penyedia jasa pelatihan & konsultasi berkesempatan mengikuti seleksi dan penawaran. Tetapi dampak penguasaan oleh kelompok perusahaan, mempersempit peluang pelaku usaha lain untuk memiliki kesempatan mendapatkan proyek tersebut.

Realita bisnis konstruksi Grup ACG Company merupakan kesatuan ekonomi, dengan susunan anak perusahaan berbadan hukum dan tidak berbadan hukum mandiri. Kesatuan ekonomi ACG Company ditandai dengan *legitimasi* ACG Company sebagai induk perusahaan mampu mengendalikan dan mengoordinasikan anggota kelompoknya dalam mencapai tujuan *holding company*, sehingga dalam praktiknya ACG Company dapat mengontrol harga untuk efisiensi dan memenangkan persaingan. Prinsipnya ACG Company merupakan pimpinan perusahaan yang memiliki saham anak-anak perusahaan. Oleh sebab dengan kondisi grup yang cukup besar dan sumber daya manusia yang

---

<sup>25</sup>Wawancara secara non formal dengan Sigit Hariyadi, staf di Uvi Consultant sebagai salah satu pesaing bisnis perusahaan jasa consultant, di Yogyakarta, 4 Mei 2015.

sedikit, maka ACG Company menetapkan jabatan yang sama atas satu orang di beberapa perusahaan grupnya.

Selanjutnya, kepemilikan saham anak-anak perusahaan dan kewenangan pengendalian/kontrol yang dominan menjadikan ACG Company terindikasi mampu menentukan kebijakan dan kesepakatan harga atas suatu proyek yang tidak terduga. Artinya, walaupun setiap badan usaha dalam ACG Company memiliki *branding* dan *corebusiness* yang berbeda, tetapi tetap merespon peluang dengan mengajukan penawaran ketika mendapatkan suatu proyek yang sama. Kemudian kesepakatan yang diakomodir induk perusahaan (ACG Company), yaitu anak perusahaan yang paling awal mendapatkan permintaan proyek berhak untuk memberikan atau menawarkan proyek dengan harga yang lebih rendah dari anak perusahaan lainnya, dan anak perusahaan lain tetap menawarkan proyek yang sama tersebut tetapi dengan memberikan harga yang lebih tinggi/mahal.

Berdasarkan latarbelakang masalah yaitu berbagai pelanggaran pada kasus perusahaan grup yang diputuskan oleh KPPU dapat diindikasikan bahwa konsep konstruksi perusahaan grup menimbulkan celah potensi pelanggaran hukum persaingan usaha yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha. Begitu juga berdasarkan proses bisnis perusahaan grup ACG Company yang mana celah potensi pelanggaran cukup terbuka yaitu potensi pengaturan kesepakatan harga barang dan/atau jasa oleh induk perusahaan. Oleh sebab itu, peneliti akan melakukan penelitian dengan menganalisis konsep strategi bisnis konstruksi *holding company* dan potensi-potensi pelanggarannya berdasarkan hukum persaingan usaha.

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki dugaan potensi pelanggaran Undang-undang No. 5 Tahun 1999 yang dapat ditimbulkan dalam konsep konstruksi perusahaan grup/*holding*, yaitu potensi pelanggaran Pasal 5 Ayat (1) terkait perjanjian penetapan harga (*Price Fixing Agreement*) yaitu pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama.

Dugaan pelanggaran Undang-undang No. 5 Tahun 1999 terkait dengan kepemilikan saham mayoritas, yaitu kepemilikan saham mayoritas dengan afiliasi antara pelaku usaha lain dalam perusahaan grup melalui rangkap jabatan, diatur di dalam Pasal 26 dan kepemilikan saham silang (*cross ownership*) yang diatur dalam Pasal 27 Undang-undang No. 5 tahun 1999.

Tetapi dugaan potensi pelanggaran hukum persaingan usaha tersebut belum mendapat jawaban yang pasti. Mungkinkah ketentuan/larangan hukum persaingan usaha tersebut berpotensi terjadi di dalam konstruksi perusahaan grup/*holding*.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana konsep strategi bisnis konstruksi perusahaan grup/*holding* dalam perspektif hukum persaingan usaha?
2. Apa potensi pelanggaran hukum persaingan usaha dalam penerapan konsep strategi bisnis pada konstruksi perusahaan grup/*holding*?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis konsep strategi bisnis konstruksi perusahaan grup/*holding* dalam perspektif hukum persaingan usaha.
2. Untuk menganalisis potensi pelanggaran hukum persaingan usaha dalam penerapan konsep strategi bisnis pada konstruksi perusahaan grup/*holding*.

### **D. Kerangka Teori**

Persaingan merupakan hal yang sangat diperlukan dalam suatu pasar. Dengan adanya persaingan, pelaku usaha dipaksa untuk menghasilkan produk-produk berkualitas. Perusahaan-perusahaan yang dikelola dengan efisien akan memperoleh keuntungan yang besar dan tetap eksis, sebaliknya perusahaan yang tidak efisien akan mengalami kekalahan dalam persaingan bisnis, sebagai suatu konsekuensi logis dari persaingan sempurna adalah terciptanya harga yang bersaing dan kualitas barang yang baik, serta adanya berbagai pilihan terhadap suatu produk barang dan jasa.

Dalam menghadapi persaingan, pelaku usaha selalu berusaha melakukan *diversifikasi* dan *ekstensifikasi* usaha, oleh karena itu tidak mengherankan apabila pelaku usaha berhasrat menguasai berbagai sektor industri strategis, mulai dari industri hulu hingga hilir, sehingga salah satu dampak negatif dari persaingan adalah kepemilikan suatu usaha berada dalam satu tangan, sehingga ia bisa mengendalikan pasar yang akhirnya akan mengarah pada iklim persaingan yang tidak sehat. Munculnya konglomerasi dan sekelompok kecil pengusaha kuat yang

tidak didukung oleh semangat kewirausahaan sejati merupakan salah satu faktor yang menyebabkan ketahanan ekonomi menjadi sangat rapuh dan tidak mampu bersaing.<sup>26</sup>

Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Pasal 2 menyatakan bahwa “Pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antar kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum”. Asas demokrasi ekonomi tersebut merupakan penjabaran Pasal 33 UUD 1945 dan ruang lingkup pengertian demokrasi ekonomi yang dimaksud dahulu dapat ditemukan dalam penjelasan atas Pasal 33 UUD 1945.<sup>27</sup>

Melalui Pasal 33 UUD 1945 tersirat bahwa tujuan pembangunan ekonomi yang hendak dicapai haruslah berdasarkan kepada demokrasi yang bersifat kerakyatan yaitu adanya keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. UUD 1945 melindungi kepentingan rakyat melalui pendekatan kesejahteraan dengan membiarkan mekanisme pasar berjalan dengan bebas, Pasal 33 UUD 1945 juga memberikan petunjuk bahwa jalannya perekonomian nasional tidak diserahkan begitu saja kepada pasar, tetapi memerlukan peraturan perundang-undangan untuk mengatur jalannya perekonomian nasional.<sup>28</sup>

Pengaturan perekonomian dengan perundang-undangan tujuannya adalah untuk menciptakan struktur ekonomi nasional dalam rangka mewujudkan

---

<sup>26</sup>Lihat penjelasan di bagian umum Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

<sup>27</sup>Andi Fahmi Lubis *et. al.*, *op. cit.*, hlm. 14.

<sup>28</sup>Sri Edi Swasono, “Demokrasi Ekonomi Keterkaitan Usaha Partisipatif Versus Konsentrasi Ekonomi”, Makalah Seminar *Pancasila sebagai Idiologi Negara dalam berbagai bidang kehidupan bermasyarakat berbangsa dan bernegara*, Jakarta: 1989, hlm. 17.

demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan UUD 1945. Demokrasi ekonomi akan terwujud, jika suatu pasar terhindar dari persaingan tidak sehat serta pemusatan kekuatan ekonomi pada satu kelompok dalam berbagai bentuk monopoli dan monopsoni yang merugikan masyarakat dan bertentangan dengan cita-cita keadilan sosial.<sup>29</sup>

Pada prinsipnya dalam teori ekonomi dasar terdapat empat bentuk struktur pasar, yaitu pasar persaingan sempurna (*Perfect Competition*), pasar persaingan monopolistis (*monopolistic competition*), pasar oligopoli dan pasar monopoli.<sup>30</sup>

Pasar persaingan sempurna merupakan struktur pasar yang ideal. Dapat dikatakan dalam keadaan persaingan sempurna, yaitu apabila terdapat banyak penjual dan pembeli kuantitas, produknya bersifat homogen dengan jumlah penjual dan pembeli yang sangat banyak, sehingga tidak ada satupun penjual atau pembeli yang dapat mempengaruhi pasar secara sendiri, jika ada penjual yang menaikkan harga maka ia akan kehilangan pembeli dan jika menurunkan harga maka akan merugi. Semua pembeli dan penjual memiliki informasi yang cukup mengenai harga-harga yang berlaku di pasar dan mengenai kualitas barang yang di jual, serta terdapat kebebasan perusahaan untuk masuk dan keluar dari pasar yang bersangkutan.<sup>31</sup>

Keempat ciri pasar persaingan sempurna di atas menimbulkan satu konsekuensi logis, yaitu perusahaan di pasar tidak dapat menentukan harga sendiri. Perusahaan menjual produknya dengan berpatokan pada harga yang

---

<sup>29</sup>GBHN 1998, Butir G, Kaidah Penuntun (Surakarta: PT. Pabelan, 1998), hlm. 23.

<sup>30</sup>Andi Fahmi Lubis, *Hukum Persaingan Usaha.... op. cit.*, hlm. 29

<sup>31</sup>Moch Faisal Salam, *Pertumbuhan Hukum Bisnis Di Indonesia* (Bandung: Pustaka, 2001), hlm. 315.

ditetapkan pasar. Setiap perusahaan hanya akan menerima harga yang ditentukan pasar. Yang dapat dilakukan perusahaan adalah menyesuaikan jumlah output untuk mencapai laba maksimum.<sup>32</sup>

Sedangkan pasar monopoli merupakan struktur pasar yang hanya ada satu perusahaan/penjual yang menghasilkan barang dan/atau jasa yang tidak ada substitusinya (tidak memiliki barang pengganti yang mirip) dan tanpa pesaing (tidak terdapat kemungkinan pesaing masuk ke dalam pasar), sehingga penjual/perusahaan dapat menguasai penentuan harga, karena tidak ada persaingan maka tidak perlu melakukan promosi penjualan secara iklan.<sup>33</sup>

Apabila suatu pasar mempunyai produk tertentu dan hanya satu perusahaan yang ada dalam lingkup geografis yang menjual produk tersebut, dengan cara sedemikian rupa dapat menutup kemungkinan perusahaan lain untuk memproduksi dan menjual produk yang sama, maka perusahaan tersebut dapat dikatakan telah melakukan monopoli. Sebaliknya apabila perusahaan lain diberikan kesempatan yang sama untuk memproduksi barang tersebut, tetapi kesempatan itu tidak dipergunakan maka perusahaan tadi tidak dapat dikatakan melakukan monopoli.

Pengertian monopoli mengisyaratkan unsur-unsur yang dapat dikategorikan sebagai monopoli, yaitu adanya penguasaan atas produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau penggunaan atas jasa tertentu, serta dilakukan oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha.<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup>Andi Fahmi Lubis, *Hukum Persaingan Usaha... op. cit.*, hlm. 31

<sup>33</sup>*Ibid.*, hlm. 34

<sup>34</sup>Andi Fahmi Lubis *et.al.*, *Hukum Persaingan Usaha... op. cit.*, hlm. 130

Undang-undang No. 5 Tahun 1999 melarang monopoli secara *rule of reason*. Berarti bahwa monopoli akan dilarang jika monopoli tersebut merusak persaingan secara signifikan dan dengan pertimbangan monopoli tersebut nantinya akan mengakibatkan praktek monopoli. Istilah “monopoli” dan “praktek monopoli” memiliki pengertian yang berbeda. Monopoli merupakan penguasaan atas produksi dan/atau pemasaran barang dan/ penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku satu kelompok pelaku usaha.<sup>35</sup>

Ada jenis monopoli tertentu yang tidak bisa dihindari demi alasan efisiensi (*natural monopoly*) atau karena dilindungi oleh undang-undang (*statutory monopoly*), sehingga monopoli bisa berdampak positif dan bisa negatif.<sup>36</sup> Sepanjang tidak menyalahgunakan kekuatan monopoli, oligopoli atau posisi dominan yang merugikan, maka tidak melanggar undang-undang.<sup>37</sup>

Monopoli tidak selalu dilarang oleh undang-undang, ada beberapa monopoli yang diperbolehkan, yaitu antara lain:<sup>38</sup>

1. Monopoli yang diberikan kepada penemu barang baru, seperti hak cipta dan paten. Maksudnya untuk memberikan intensif bagi pemikir yang kreatif dan inovatif.
2. Monopoli yang diberikan oleh pemerintah (ketentuan undang-undang dan Hak khusus) kepada BUMN, lazimnya barang yang diproduksi dianggap

---

<sup>35</sup>Pasal 1 angka 1 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

<sup>36</sup><http://business-law.binus.ac.id/2013/01/20/catatan-seputar-hukum-persaingan-usaha/>, akses 18 Juni 2015.

<sup>37</sup><https://serambihukum.wordpress.com/2011/01/16/perse-illegal-dan-rule-of-reason-dalam-hukum-persaingan-usaha/>, Akses 20 Juli 2015.

<sup>38</sup>Kwik Kian Gie, *Analisa Ekonomi Politik Indonesia*, (Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBII dan Gramedia Pustaka Utama, 1994), hlm. 243-244.

menguasai hajat hidup orang banyak. Sebagai contoh seperti PLN, Garuda, Telkom dan sebagainya.

3. Monopoli yang diberikan kepada perusahaan swasta dengan kredit pemerintah,
4. Monopoli dan kedudukan monopolistik yang diperoleh secara natural karena monopolis menang dalam persaingan yang dilakukan secara sehat. Dalam hal demikian memang tidak apa-apa, namun entrance (masuknya siapa saja kedalam investasi yang sama harus terbuka lebar-lebar).
5. Monopoli dan kedudukan monopolistik yang diperoleh secara natural karena investasinya terlalu besar sehingga hanya satu saja yang berani dan bisa merealisasikannya. Meskipun demikian, pemerintah tetap harus bersikap persuasif dan kondusif di dalam memecahkan monopoli.
6. Monopoli yang diberikan kepada suatu organisasi dengan maksud untuk membentuk dana bagi yayasan, yang dananya lalu dipakai untuk tujuan tertentu, seperti, kegiatan sosial dan sebagainya.

Peter Mahmud Marzuki mengatakan bahwa monopoli yang dilarang oleh Undang-undang Persaingan adalah monopoli yang menyebabkan terjadinya penentuan harga/pasar, pembagian pasar dan konsentrasi pasar.<sup>39</sup>

Secara umum monopoli merupakan suatu keadaan atau kondisi dari penguasaan produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa, yang terjadi karena faktor alamiah/monopoli alamiah atau ketentuan hukum (*monopoly by*

---

<sup>39</sup>Peter Mahmud Marzuki, *Telaah filosofi terhadap Undang-undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Kaitannya Dengan Konstitusi Republik Indonesia*, (Surabaya: Majalah Yuridika, Fakultas Hukum Universitas Erlangga, November 2001), hlm. 512.

*law*). Sedangkan praktek monopoli merupakan pemusatan kekuatan ekonomi, yang berarti disini adanya proses atau kegiatan yang dilakukan. Selanjutnya yang dimaksud dengan Pemusatan kekuatan ekonomi adalah penguasaan yang nyata atas suatu pasar bersangkutan oleh satu atau lebih pelaku usaha sehingga dapat menentukan harga barang dan/atau jasa.<sup>40</sup>

Persaingan usaha tidak sehat merupakan persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.<sup>41</sup> Definisi tersebut menandai bahwa ada tiga hal yang mendasari suatu bisnis terjadi persaingan yang tidak sehat, yaitu persaingan dilakukan dengan tidak jujur, persaingan dengan melawan hukum, dan menghambat terjadinya persaingan antara pelaku usaha.

Untuk mencegah persaingan usaha tidak sehat, yang menjurus ke arah terjadinya monopoli, maka Undang-undang melarang dilakukan “tindakan-tindakan” tertentu oleh para pelaku usaha. Secara garis besar ada tiga tindakan atau perbuatan hukum yang dilarang yang dapat mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat, yaitu:<sup>42</sup>

1. Perjanjian yang dilarang, misalnya praktek oligopoli, penetapan harga, pembagian wilayah, pemboikotan, kartel, trust, oligopsoni, integrasi vertikal,

---

<sup>40</sup>Pasal 1 angka 3 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

<sup>41</sup>Pasal 1 angka 6 Pasal 1 angka 1 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

<sup>42</sup>Hermansyah, *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Edisi Pertama, Cet. ke-2 (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 24.

perjanjian tertutup dan perjanjian dengan pihak luar negeri (terdapat pada Pasal 4 sampai Pasal 16 Undang-undang No. 5 Tahun 1999).

2. Kegiatan yang dilarang, misalnya praktek monopoli, praktek monopsoni, dan persekongkolan, penguasaan pasar, kegiatan menjual rugi, kecurangan dalam menetapkan kegiatan produksi (Pasal 17 sampai Pasal 24 Undang-undang No. 5 Tahun 1999).
3. Penyalahgunaan posisi dominan, Posisi dominan yang dimaksud adalah keadaan di mana pelaku usaha tidak mempunyai pesaing yang berarti di pasar bersangkutan dalam kaitan dengan pangsa pasar yang dikuasai, atau pelaku usaha mempunyai posisi tertinggi di antara pesaingnya di pasar bersangkutan dalam kaitan dengan kemampuan keuangan, kemampuan akses pada pasokan atau penjualan, serta kemampuan untuk menyesuaikan pasokan atau permintaan barang atau jasa tertentu. Adapun penyalahgunaan posisi dominan misalnya jabatan rangkap, pemilikan saham, dan lain-lain (diatur dalam Pasal 25 sampai dengan Pasal 27 Undang-undang No 5 Tahun 1999).

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam rencana penelitian ini adalah penelitian hukum Normatif, yaitu penelitian yang mengacu pada nilai-nilai, asas-asas dan norma-norma hukum dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), yaitu Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Undang-

undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan terbatas, putusan KPPU dan peraturan-peraturan hukum terkait. Kemudian ditelaah kaitannya dengan isu hukum yang sedang ditangan. Pendekatan kasus (*case approach*) dilakukan dengan cara menelaah kasus-kasus terkait dengan isu yang sedang dihadapi. Dengan pendekatan kasus (*case approach*), beberapa kasus ditelaah untuk referensi bagi suatu isu hukum, dan telah menjadi putusan yang mempunyai kekuatan hukum tetap. Penelitian ini merupakan penelitian hukum yang menggunakan sumber data sekunder atau data yang diperoleh dari bahan kepustakaan. Baik bahan primer, bahan sekunder atau bahan tersier, dari data literatur-literatur, perundang-undangan dan peraturan lain yang terkait.

## **2. Objek Penelitian**

- a. Konsep strategi bisnis konstruksi perusahaan grup/*holding* dalam perspektif hukum persaingan usaha
- b. Perbuatan hukum yang berpotensi atas pelanggaran hukum persaingan usaha dalam penerapan konsep strategi bisnis pada konstruksi perusahaan grup/*holding*.

## **3. Bahan Hukum**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder (kepustakaan). Data sekunder yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bahan-bahan hukum primer, yaitu Undang-undang NO. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat,

Undang-undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas dan perundang-undangan terkait lainnya.

- b. Bahan hukum sekunder, yaitu: buku teks, hasil penelitian, hasil putusan KPPU, artikel/karya ilmiah, ceramah, pidato dan media internet yang berhubungan dengan penelitian ini.
- c. Bahan hukum tersier, bahan ini dijadikan sebagai pedoman untuk mengkaji bahan primer dan sekunder, yang diperoleh dari kamus hukum.

#### **4. Teknik Pengolahan dan Penyajian Bahan Hukum**

Sebagai penelitian hukum Normatif, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui studi kepustakaan, baik dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier untuk mendapatkan konsepsi teori atau doktrin, pendapat atau pemikiran konseptual dan penelitian terdahulu yang berhubungan dengan objek telaahan penelitian ini yang dapat berupa peraturan perundang-undangan, putusan, buku, tulisan ilmiah, dan karya ilmiah lainnya (data sekunder). Dengan teknik membaca bahan-bahan, mendengarkan, melihat/observasi atas peristiwa atau bahan hukum yang berkaitan dengan penelitian ini dan teknik wawancara informal dengan pesaing usaha/konsumen dan pejabat terkait.

#### **5. Analisis Data**

Analisis data yang digunakan adalah analisis data secara Preskriptif. Data yang diperoleh dan dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data sekunder terhadap bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier kemudian dianalisis dengan penalaran Preskriptif kualitatif, yaitu

dengan memberikan argumentasi atas hasil penelitian, kemudian digunakan untuk memberikan penilaian/preskriptif benar atau salah atas perbuatan/peristiwa hukum yang terjadi.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Adapun kajian dalam tesis ini disusun dalam 4 bab, setiap bab akan diuraikan secara mendalam sesuai masalah dan pokok bahasan yang dikaji, dengan perincian sebagai berikut:

BAB pertama sebagai pendahuluan dalam penelitian ini, yang mencakup Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kerangka Teoretik, Metode Penelitian dan Sistematika Penelitian.

BAB kedua menjelaskan dan menjabarkan teori atau doktrin secara umum, yang mencakup: Perusahaan Grup/ *Holding*, Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

BAB ketiga Memuat pembahasan hasil penelitian dan menjawab atau menganalisa masalah sesuai rumusan masalah, yaitu strategi bisnis konstruksi perusahaan grup/*holding* dalam perspektif hukum persaingan usaha dan potensi pelanggaran hukum persaingan usaha dalam penerapan strategi bisnis pada konstruksi perusahaan grup/*holding*.

BAB keempat merupakan penutup, yang memuat kesimpulan dan saran.

**BAB II**  
**KONSTRUKSI PERUSAHAAN GRUP/*HOLDING* DAN**  
**HUKUM PERSAINGAN USAHA**

**A. Tinjauan Umum Perusahaan Grup/ *Holding***

**1. Perkembangan Korporasi dan Bisnis**

Era globalisasi membawa pertumbuhan ekonomi dunia ke arah pasar bebas. Pasar atau perdagangan bebas sebenarnya bukan sebagai sesuatu yang perlu ditakutkan bagi perkembangan dan kemajuan perekonomian rakyat, karena akan ada mekanisme yang mengaturnya, sehingga persaingan di pasar dunia dapat berjalan secara *fair* dan jujur dan pada akhirnya para pelaku usaha memiliki kesempatan yang sama dalam memasarkan produk unggulannya dan bersaing menembus pasar dunia.<sup>1</sup>

Perilaku berusaha dengan semangat beraktifitas dalam rangka memajukan usaha yang tanpa batas. Semangat yang luar biasa itulah yang mendorong dilahirkannya usaha-usaha baru sebagaimana diinginkan, tentu saja sesuai dengan kondisi dan modal yang dimiliki masing-masing pelaku usaha, agar bisnis dapat bertahan dan berkembang secara berkelanjutan dalam kondisi pasar bebas yang semakin terbuka.

Perusahaan atau industri kecil tentu akan sangat rentan dalam persaingan bebas. Tidak adanya perlindungan berupa proteksi, kuota dan sejenisnya, maka bukan saja sulit menembus pasar luar negeri namun juga akan sulit untuk mempertahankan pasar dalam negeri. Adanya AFTA,

---

<sup>1</sup>Muyassarotussolichah, *Bunga Rampai Hukum Bisnis*, Cetakan Pertama (Yogyakarta: LINKSAS, bekerjasama dengan Biruni Press, 2008), hlm. 10.

WTO dan APEC, industri-industri kita tentunya harus siap bersaing dengan industri yang berasal dari negara lain, termasuk dari negara maju yang sudah sangat terbiasa dengan budaya persaingan bebas dan memproduksi secara efisien.<sup>2</sup>

Kecenderungan perkembangan ekonomi dunia ke pasar bebas memberikan peluang tingkat persaingan usaha yang tinggi ditandai dengan tumbuhnya korporasi dan perusahaan-perusahaan transnasional. Tentu saja dalam persaingan ini, pelaku usaha yang memiliki modal lebih besar dan kuat yang akan berhasil menguasai pasar. Hal ini dapat dilihat pada perkembangan badan usaha atau korporasi yang memiliki modal besar mampu mengembangkan kegiatan usahanya dengan membangun jaringan bisnis melalui badan usaha baru atau memecah badan usaha menurut penggolongan bisnisnya dikarenakan bisnis yang dimiliki sudah berkembang besar dan melebar.<sup>3</sup>

Suatu perusahaan yang dipecah tersebut masih dalam kepemilikan yang sama dengan pengontrolan yang masih terpusat atau tersentralisasi dalam batas-batas tertentu. Dalam perkembangannya perusahaan pecahan akan menjadi badan hukum atau perseroan terbatas yang mandiri dan ada juga yang berbentuk badan usaha yang tidak berbadan hukum.<sup>4</sup> Selanjutnya perusahaan pemilik sekaligus sebagai pengendali tersebut

---

<sup>2</sup>Edy Suandi Hamid, MB. Hendrie Anto, *Ekonomi Indonesia Memasuki Milenium III* (Yogyakarta: UII Pres, 2000), hlm. 51.

<sup>3</sup>Muyassarotussolichah, *op. cit.*, hlm. 10.

<sup>4</sup>Sulistiowati, *Aspek Hukum dan Realitas Bisnis Perusahaan Grup di Indonesia*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010), hlm. 4.

disebut dengan perusahaan induk/*holding (holding company, parent company, atau control company)*.<sup>5</sup>

## 2. Pembentukan Konstruksi Perusahaan Grup/ *Holding*

Keberadaan *holding company* di dalam Undang-undang No. 40 tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas tidak dijelaskan secara jelas seperti apa konsep *holding company* yang dikehendaki. Namun, secara eksplisit keberadaan *holding company* dapat dilakukan dengan cara melakukan pengambilalihan saham (akuisisi) maupun dengan cara membentuk perseroan baru. Pengambilalihan (akuisisi) dapat dilakukan oleh orang perseorangan maupun badan hukum.<sup>6</sup>

Ketentuan dalam Undang-undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas yang memberikan legitimasi bagi pendirian/pembentukan perusahaan grup, terdapat pada pasal-pasal berikut.

### a. Pendirian suatu perseroan oleh perseroan lain

Pasal 7 Ayat (1): Perseroan didirikan oleh 2 (dua) orang atau lebih dengan akta notaris yang dibuat dalam bahasa Indonesia.<sup>7</sup>

Penjelasan Pasal 7 Ayat (1) yang dimaksud dengan “orang” adalah orang perseorangan, baik warga Negara Indonesia maupun asing, atau

---

<sup>5</sup>Munir Fuady menjelaskan bahwa *holding company* merupakan suatu perusahaan yang bertujuan untuk memiliki salah satu atau lebih perusahaan lain dan/atau mengatur satu atau lebih perusahaan lain. Demikianlah perusahaan holding mempunyai kepentingan pengawasan dalam perusahaan lainnya, *Perusahaan dalam Paradigma Bisnis*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2002), hlm. 84, dikutip dari Neni Sri Imaniyati, *Hukum Bisnis: Telaah Tentang Pelaku dan Kegiatan Ekonomi*, Edisi Pertama (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm. 195.

<sup>6</sup>Lihat Pasal 125 Undang-undang No. 40 tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

<sup>7</sup>Pasal 7 Ayat (1) Undang-undang No. 40 tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.

badan hukum Indonesia atau asing. Memori penjelasan pasal ini memberi legitimasi bagi suatu badan hukum perseroan untuk mendirikan perseroan lain. Pendirian suatu perseroan oleh perseroan menimbulkan keterkaitan antara induk dan anak perusahaan yang selanjutnya membentuk suatu perusahaan grup.<sup>8</sup>

b. Pembentukan perusahaan grup melalui pengambilalihan.

Berdasarkan ketentuan Pasal 1 Angka 11 Undang-undang No. 40 Tahun 2007, perusahaan grup dapat dibentuk melalui pengambilalihan kepemilikan saham anak perusahaan oleh induk perusahaan dengan implikasi yuridis berupa beralihnya pengendalian atas perseroan tersebut. Pengendalian suatu perseroan oleh perseroan lain melalui pengambilalihan saham merupakan bentuk *intercorporate control* yang menjadi suatu konstitutif dari pembentukan perusahaan grup.<sup>9</sup>

Pengambilalihan atau yang biasa disebut dengan akuisisi menurut pasal 125 ayat 3 UUPT 40 Tahun 2007 akan mengakibatkan secara hukum adanya peralihan pengendalian oleh pihak yang mengambil alih perseroan, atau pihak yang mengakuisisi, dan perseroan yang di ambil alih sahamnya tidak menjadi bubar dan tetap eksis seperti sediakala.<sup>10</sup>

c. Pembentukan perusahaan grup melalui pemisahan.

---

<sup>8</sup>Sulistiowati, *op.cit.*, hlm. 111.

<sup>9</sup>*Ibid.*, hlm. 112. Lihat juga Pasal 1 Angka 11 Undang-undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan terbatas.

<sup>10</sup>Munir Fuady, *Hukum Tentang Akuisisi, Take Over dan Lbo* (Bandung: Citra Ditya Bakti, 2001), hlm. 5.

Diatur pada pasal 1 Angka (12). Pasal tersebut tidak secara eksplisit menyatakan bahwa pemisahan perseroan berimplikasi kepada pembentukan perusahaan grup ataupun timbulnya pengendalian satu perseroan terhadap perseroan lain, tetapi materi pasal ini memberikan legitimasi bagi pembentukan perusahaan grup yang dihasilkan dari pemisahan satu perseroan menjadi dua atau lebih perseroan. Syarat terbentuknya perusahaan grup dari pemisahan adalah satu perseroan bertindak sebagai induk perusahaan yang mengendalikan satu atau lebih perseroan lain dari pemisahan yuridis.<sup>11</sup>

R. Murjiyanto menjelaskan bahwa perusahaan *holding* atau induk adalah suatu perusahaan yang sudah besar dan berkembang, kemudian membentuk beberapa perusahaan sebagai anak perusahaan, maka perusahaan besar itulah yang menjadi perusahaan induk.<sup>12</sup>

Dalam perkembangan perusahaan *holding* atau induk, yang lebih memberikan fungsi dan peranan adalah Perseroan Anak. Biasanya Perseroan Anak yang menjalankan bisnis dari Perseroan Induk, dan dengan adanya Perseroan Anak, Perseroan Induk dapat terhindar dari kerugian potensial. Selain itu, juga dengan adanya Perseroan Anak, jika sesuatu terjadi terhadap usaha yang dijalankan oleh Perseroan Anak, Perseroan Induk hanya bertanggungjawab sebatas saham yang dimilikinya

---

<sup>11</sup>Sulistiowati, *op.cit.*, hlm. 112

<sup>12</sup>R. Murjiyanto, *Pengantar Hukum Dagang: Aspek-aspek Hukum Perusahaan dan Larangan Praktek Monopoli*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), hlm. 66.

di Perseroan Anak, karena keduanya adalah entitas yang terpisah (*separate entity*).<sup>13</sup>

Selain itu, pengembangan konstruksi perusahaan grup dapat memudahkan perusahaan yang bersangkutan untuk mengatasi berbagai permasalahan menyangkut operasional perusahaan yang berada pada wilayah yurisdiksi berbeda.<sup>14</sup> Pembentukan atau pengembangan perusahaan grup merupakan strategi pertumbuhan eksternal untuk mengakomodasi ekspansi bisnis ataupun memperoleh posisi strategis di pasar dengan melakukan baik integrasi vertikal/horizontal maupun diversifikasi usaha kerja sama dengan perusahaan lain atau mengalokasikan sebagian kegiatan usaha ke perusahaan lain.<sup>15</sup>

Tentu saja memperoleh manfaat ekonomi merupakan tujuan atas pembentukan atau pengembangan strategi perusahaan grup. Dengan adanya anak perusahaan diharapkan ekspansi perusahaan holding mencapai hasil yang maksimal sebagai tujuan utama dari para pelaku usaha yakni mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Oleh sebab itu, pembentukan *holding company* ini dimaksudkan agar adanya *control system* oleh induk kepada anak perusahaan agar anak perusahaan dapat

---

<sup>13</sup>M. Yahya Harahap, dalam bukunya yang berjudul *Hukum Perseroan Terbatas* (hlm. 49-50), mengatakan bahwa dalam rangka memanfaatkan prinsip *limited liability* atau pertanggungjawaban terbatas, sebuah perseroan dapat mendirikan “Perseroan Anak” atau *Subsidiary* untuk menjalankan bisnis “Perseroan Induk” (*Parent Company*). Dengan demikian, sesuai dengan prinsip keterpisahan (*separation*) dan perbedaan (*distinction*) yang dikenal dengan istilah *separate entity*, maka aset Perseroan Induk dengan Perseroan Anak “terisolasi” terhadap kerugian potensial (*potential losses*) yang akan dialami oleh satu di antaranya, dikutip dari <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/cl3562/holding-company,-fungsi-dan-pengaturannya>, Akses 13 Juli 2015.

<sup>14</sup>Sulistiowati, *op. cit.*, hlm. 64

<sup>15</sup>*Ibid.*, hlm. 71.

memaksimalkan usahanya. Alasan ekonomi pembentukan perusahaan grup tidak dapat dilepaskan dari kepentingan bisnis ataupun strategi korporasi terhadap bidang usaha yang dimasuki perusahaan grup yang bersangkutan, terutama dalam mendukung penciptaan nilai tambah melalui sinergi dari beberapa perusahaan.<sup>16</sup>

Ada tiga proses dalam pembentukan perusahaan *holding*, yaitu prosedur residu, prosedur penuh, dan prosedur terprogram.<sup>17</sup>

- a. Prosedur residu, yaitu perusahaan akan dipecah-pecah sesuai dengan masing-masing sektor usaha. Perusahaan yang dipecah-pecah tersebut telah menjadi perusahaan yang mandiri sementara sisanya (residu) dari perusahaan asal dikonversi menjadi perusahaan *holding* yang juga memegang saham pada perusahaan pecahan tersebut dan perusahaan-perusahaan lainnya jika ada.
- b. Prosedur penuh, yang biasanya dilakukan jika sebelumnya tidak terlalu banyak terjadi pemecahan atau pemandirian perusahaan, tetapi masing-masing perusahaan dengan kepemilikan yang sama atau bersama hubungan saling terpencar-pencar, tanpa terkonsentrasi dalam suatu perusahaan induk. Dalam hal ini, yang menjadi perusahaan induk bukan sisa dari perusahaan asal seperti pada prosedur residu, tetapi perusahaan penuh dan mandiri.
- c. Prosedur terprogram, yang dilakukan jika sejak semula pemilik telah menyadari pentingnya perusahaan *holding* sehingga sejak awal sudah

---

<sup>16</sup>*Ibid.*, hlm. 69-70

<sup>17</sup>Munir Fuady, dikutip dari Neni Sri Imaniyati, *op. cit.*, hlm. 195-197.

terpikir untuk membentuk suatu perusahaan *holding*. Karena itu perusahaan yang pertama kali didirikan dalam grupnya adalah perusahaan holding/induk. Kemudian untuk setiap bisnis yang dilakukan, akan dibentuk atau mengakuisisi perusahaan lain, di mana perusahaan induk sebagai pemegang saham biasanya bersama-sama dengan pihak lain sebagai partner bisnis. Demikianlah, maka jumlah perusahaan-perusahaan baru sebagai anak perusahaan dapat terus berkembang jumlahnya seiring dengan perkembangan bisnis dari grup usaha yang bersangkutan.

Dalam pengklasifikasian kriteria induk perusahaan dan hubungan hukum dengan anak perusahaan, dapat dilakukan dari dua hal yaitu ditinjau dari segi keterlibatan berbisnis dan pengambilan keputusan.<sup>18</sup>

a. Ditinjau dari Segi Keterlibatan Perusahaan Induk dalam Berbisnis.

Apabila dipakai sebagai kriterianya berupa keterlibatan perusahaan induk dalam berbisnis sendiri (tidak lewat anak perusahaannya) maka perusahaan induk dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1) Perusahaan Induk Semata-mata

Jenis perusahaan induk semata-mata ini secara *de facto* tidak melakukan bisnis sendiri dalam praktek, terlepas dari bagaimana pengaturannya dalam anggaran dasarnya. Karena tidak ditemukan dalam anggaran dasar perusahaan yang menyebutkan

---

<sup>18</sup><http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/36068/6/Chapter%20III-V.pdf>, Akses 2 Maret 2015.

bahwa maksud dan tujuan perusahaan semata-mata menjadi perusahaan induk, tetapi disebutkan bahwa perusahaan induk tersebut juga mempunyai maksud dan tujuan umumnya di berbagai bidang bisnis. Oleh sebab itu perusahaan induk semata-mata ini sebenarnya memang dimaksudkan hanya untuk memegang saham dan mengontrol anak perusahaannya.

## 2) Perusahaan Induk Beroperasi

Pada prinsipnya perusahaan induk beroperasi disamping bertugas memegang saham dan mengontrol anak perusahaan, juga melakukan bisnis sendiri. Biasanya perusahaan induk beroperasi memang sedari awal, sebelum menjadi perusahaan induk sudah terlebih dahulu aktif berbisnis sendiri. Karena dikhawatirkan akan menjadi masalah jika dengan perusahaan induk kemudian usaha bisnisnya yang terlebih dahulu dilakukannya diberhentikan. Di samping harus memenuhi prosedur hukum tertentu, yang terkadang tidak mudah jika bisnisnya dihentikan atau dialihkan kepada pihak lain, apalagi jika banyak *outgoing transaction* dengan pihak mitra bisnis tersebut. Disamping kekhawatiran akan menurunnya perkembangan bisnis jika bisnisnya dialihkan ke perusahaan lain.

### b. Ditinjau dari Keterlibatan dalam Pengambilan Keputusan

Apabila dilihat dari faktor sejauh mana perusahaan induk ikut terlibat dalam pengambilan keputusan oleh anak perusahaan, maka perusahaan induk dapat dibagi dalam kategori:

1) Perusahaan Induk Investasi

Perusahaan induk investasi memiliki saham pada perusahaan anak dengan tujuan semata-mata hanya untuk investasi, tanpa perlu mencampuri soal manajemen dari perusahaan anak. Oleh karena itu, kewenangan mengelola bisnis sepenuhnya atau sebagian besar berada pada perusahaan anak. Biasanya dalam praktek, eksistensi dari perusahaan induk investasi disebabkan karena faktor-faktor sebagai berikut:

- a) Perusahaan induk tidak mempunyai kemauan atau kemampuan atau pengalaman atau pengetahuan terhadap bisnis anak perusahaannya.
- b) Perusahaan induk hanya sebagai pemegang saham minoritas pada anak perusahaan.
- c) Mitra usaha dalam perusahaan anak lebih mampu atau lebih terkenal dalam bidang bisnisnya

2) Perusahaan Induk Manajemen.

Model perusahaan ini merupakan kebalikan dari perusahaan induk investasi. Keterlibatan perusahaan induk manajemen pada perusahaan anaknya tidak hanya sebagai pemegang saham pasif semata-mata, tetapi turut serta dan mencampuri atau setidaknya

tidaknya memonitor terhadap pengambilan keputusan bisnis dari perusahaan anak.<sup>19</sup>

### 3. Konsep Bisnis Konstruksi Perusahaan Grup/ *Holding*

Pengertian perusahaan grup dapat dilihat dalam ketentuan teknis, di antaranya adalah tentang Izin Lokasi, yang menjelaskan pengertian grup perusahaan sebagai dua atau lebih badan usaha yang sebagian sahamnya dimiliki oleh orang atau oleh badan hukum yang sama baik secara langsung maupun melalui badan hukum lain, dengan jumlah atau sifat kepemilikan sedemikian rupa, sehingga melalui kepemilikan saham tersebut dapat langsung atau tidak langsung menentukan penyelenggaraan atau jalannya badan usaha.<sup>20</sup>

Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, tidak memberikan definisi yang jelas tentang apa yang dimaksud dengan 'kelompok pelaku usaha' yang banyak disebut dalam pasal-pasal nya. Apakah kelompok pelaku usaha itu hanya mencakup kelompok perusahaan yang berada di bawah satu '*holding company*' yang dengan demikian berarti diantara perusahaan tersebut ada keterkaitan atau hubungan kepemilikan perusahaan, ataukah kelompok pelaku usaha itu juga mencakup berbagai perusahaan yang

---

<sup>19</sup>Munir Fuady, *Hukum Perusahaan Dalam Paradigma Hukum Bisnis*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1999), hlm. 95-97

<sup>20</sup>Pasal 1 Ayat 3 Peraturan Menteri Negara Agraria/Kepala BPN No. 2 Tahun 1999 Tentang Izin Lokasi.

secara yuridis maupun manajemen masing-masing berdiri sendiri tetapi ‘dikelompokkan’ karena memproduksi produk yang sejenis.<sup>21</sup>

Hubungan dalam perusahaan kelompok merupakan hubungan-hubungan antara badan hukum, tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa perusahaan anak yang tidak berbadan hukum juga dapat bergabung dalam suatu perusahaan kelompok.<sup>22</sup>

Menurut jenis variasi usahanya, perusahaan kelompok dibagi ke dalam dua kategori, yaitu perusahaan kelompok vertikal dan perusahaan kelompok horisontal. Seperti yang didefinisikan oleh Emmy Pangaribuan sebagai berikut.<sup>23</sup>

a. Perusahaan kelompok vertikal

Dalam perusahaan kelompok seperti ini, sifat vertikal ada apabila perusahaan-perusahaan yang terkait di dalam susunan itu merupakan mata rantai dari perusahaan-perusahaan yang melakukan suatu proses produksi, hanya mata rantainya saja yang berbeda. Jadi suatu kelompok usaha menguasai suatu jenis produksi dari hulu ke hilir. Semua perusahaan yang terkait tersebut merupakan suatu kesatuan dalam perusahaan kelompok.

b. Perusahaan kelompok horizontal

---

<sup>21</sup>Himpunan Makalah Seminar, “Membenahi Prilaku Pelaku Bisnis Melalui Undang-undang No. 5 Thn 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat”, diselenggarakan oleh: Law Firm and Legal research Institut Sidharta, Pohan, Prastowo Associates, (Bandung: PT. Citra Adhya Bakti, 1999), hlm. 29.

<sup>22</sup>Emmy Pangaribuan, *Perusahaan Kelompok* (Yogyakarta: Seri Hukum Dagang,Fak. Hukum Universitas Gadjah Mada, 1994), hlm. 3.

<sup>23</sup>Emmy Pangaribuan, dikutip dari <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/36068/6/Chapter%20III-V.pdf>, akses 2 maret 2015.

Dalam perusahaan kelompok horizontal, perusahaan-perusahaan yang terkait di dalam perusahaan kelompok itu ialah perusahaan-perusahaan yang masing-masing bergerak dalam bidang-bidang usaha yang beragam. Jenis usaha yang ditangani dalam perusahaan kelompok horizontal yang terkait tidak hanya menangani satu jenis produksi, melainkan beberapa jenis industri.

Tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa di dalam perusahaan grup terdapat pasar yang bersangkutan dalam pengembangan bisnis secara integrasi horizontal yang menggabungkan dua perusahaan yang bergerak dalam industri yang sama.<sup>24</sup> Begitu halnya dengan perusahaan grup BUMN yang mensyaratkan pembentukan anak perusahaan jika; bergerak pada sektor usaha yang sama, atau bergerak pada jenis usaha yang sejenis tetapi dengan segmen pasar berlainan.<sup>25</sup>

Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan peraturan perundang-undangan lain menjelaskan secara aspek hukum/yuridis bahwasanya dalam perusahaan grup, status badan hukum induk dan perusahaan anak sebagai subjek hukum mandiri, yang sama-sama dapat melakukan perbuatan hukum sendiri. Hal tersebut tentu saja berbeda jika dilihat dari aspek realitas bisnis dari induk dan anak perusahaan yang tergabung dalam perusahaan grup, yang mana secara realitas bisnis tergabungnya anak perusahaan dalam perusahaan grup

---

<sup>24</sup>Sulistiowati, *op.cit.*, hlm. 72

<sup>25</sup>Kurniawan, *Hukum Perusahaan (Karakteristik badan Usaha Berbadan Hukum dan Tidak Berbadan hukum di Indonesia*, Cetakan Pertama (Yogyakarta: Genta Publishing, 2014), hlm. 112

merupakan bagian dari kepentingan ekonomi perusahaan grup untuk menciptakan sinergi kegiatan usaha anak-anak perusahaan yang diorientasikan untuk mendukung tujuan kolektif perusahaan grup dalam suatu kesatuan ekonomi.<sup>26</sup>

Kekuatan dan soliditas finansial senantiasa merupakan fitur dari perusahaan grup. Oleh sebab itu, strategi grup bertujuan untuk mengkonsolidasikan keunggulan usaha pada pasar-pasar utama dan mencapai posisi utama di pasar dengan potensi pertumbuhan yang tinggi, membangun kepemimpinan dalam profitabilitas.

Kepentingan ekonomi pembentukan perusahaan grup sebagai strategi bisnis dalam ekspansi usaha dan dengan mensinergikan anggota grup, sehingga mampu mengoptimalkan usaha yang dijalani dengan manajemen dan pemasaran yang baik. Kepentingannya tentu saja meraih pangsa pasar yang banyak, sehingga dapat menghasilkan nilai tambah perusahaan melalui sinergi dari beberapa perusahaan serta upaya perusahaan mencapai keunggulan kompetitif yang melebihi perusahaan lain.<sup>27</sup> Tujuan jangka panjang yang hendak dicapai, agar perusahaan dapat terus berkembang dan bertahan dalam persaingan pasar bebas.

Kesatuan ekonomi dalam perusahaan grup, mencerminkan adanya keterkaitan kepemilikan dan juga pengendalian sebuah perusahaan. Makna

---

<sup>26</sup>Sulistiowati, *op. cit.*, hlm. 5.

<sup>27</sup>*Ibid.*, hlm. 70.

kesatuan ekonomi dapat diartikan bahwa grup perusahaan adalah sebagai berikut:<sup>28</sup>

- a. Dua atau lebih badan usaha yang terkait secara organisatoris.
- b. Kepemilikan (saham) oleh orang atau badan hukum yang sama (aspek kepemilikan).
- c. Orang atau badan hukum tersebut dapat menentukan penyelenggaraan jalannya badan usaha (aspek pengendalian).

Secara umum dalam suatu perusahaan grup terdiri dari perusahaan induk dan satu atau beberapa perusahaan anak. Fungsi pengendalian atau kontrol dalam perusahaan grup dapat bersifat mengurangi hak atau mendominasi hak perusahaan lain. Kewenangan yang dimiliki perusahaan induk dalam pengendalian atas perusahaan-perusahaan anak secara kolektif merupakan sebagai bentuk kesatuan manajemen, maka perusahaan induk dianggap menjalankan fungsi sebagai *holding company*.<sup>29</sup>

Pengendalian atau kontrol perusahaan induk dapat dilakukan secara langsung pada perusahaan anaknya dengan ikut beroperasi secara aktif dalam menjalankan kegiatan usaha. Bentuk pengendalian perusahaan induk yang demikian disebut dengan *operating holding company*. Pada *operating holding company*, perusahaan induk menjalankan kegiatan usaha atau mengendalikan perusahaan anaknya, dan dalam mencapai

---

<sup>28</sup><http://www.hukumonline.com/klinik/detail/cl6709/definisi-perusahaan-satu-grup>, akses 7 Maret 2015.

<sup>29</sup>Sulistiowati, *op. cit.*, hlm. 24.

tujuannya perusahaan induk dapat menentukan kebijakan-kebijakan yang kemudian akan dilaksanakan oleh perusahaan anaknya.<sup>30</sup>

Hubungan antar perusahaan dalam *holding company* tersebut merupakan bentuk pergaulan hukum. Menjadi penting dalam pergaulan hukum adalah bahwa badan hukum itu mempunyai kekayaan yang sama sekali terpisah dari kekayaan anggotanya, yaitu dalam hal badan hukum itu berupa korporasi, hak dan kewajiban badan hukum terpisah dari hak dan kewajiban anggotanya.<sup>31</sup> Menurut R. Subekti badan hukum pada pokoknya adalah suatu badan atau perkumpulan yang dapat memiliki hak-hak untuk melakukan perbuatan seperti manusia serta memiliki kekayaan sendiri, dapat digugat dan menggugat di depan hakim.<sup>32</sup>

Hakikatnya anak perusahaan didirikan untuk menjalankan bisnis induk perusahaan. Seperti yang dijelaskan oleh Yahya, bahwasanya *holding company* merupakan penciptaan Perseroan yang khusus disiapkan memegang saham Perseroan lain untuk tujuan investasi baik tanpa maupun dengan “kontrol” yang nyata (*without or with actual control*).<sup>33</sup> Dapat diartikan bahwa, hubungan hukum yang terjadi diantara perusahaan induk dan perusahaan anak pada dasarnya merupakan hubungan antara pemegang saham, yakni perusahaan induk dengan perusahaan anak.

---

<sup>30</sup>Sulistiowati, *Ibid.*, hlm. 25.

<sup>31</sup>Neni Sri Imaniyati, *op. cit.*, hlm.124.

<sup>32</sup>R. Subekti, dikutip dari Neni Sri Imaniyati, *Ibid.*, hlm. 125

<sup>33</sup>M. Yahya Harahap, dalam bukunya yang berjudul “*Hukum Perseroan Terbatas*”, (hlm. 49-50), dikutip dari <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/cl3562/holding-company,-fungsi-dan-pengaturannya>, akses 23 Februari 2015.

Hubungan hukum tersebut diatur secara tegas di dalam Anggaran Dasar perusahaan anak dengan memperhatikan ketentuan yang berlaku.<sup>34</sup>

## **B. Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat**

### **1. Larangan dalam Hukum Persaingan Usaha**

Tujuan Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat adalah menjaga kepentingan umum dan efisiensi ekonomi nasional. Semangat yang muncul dalam perancangan undang-undang persaingan usaha adalah *dekonsentrasi* usaha.<sup>35</sup> Oleh sebab itu, penggabungan dan peleburan usaha (seperti merger, akuisisi, *buy-out*, atau istilah lain untuk aneka aliansi strategis), dianggap sebagai hal-hal yang harus dihindari karena dapat mengakibatkan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.<sup>36</sup>

Undang-undang No. 5 tahun 1999 menegaskan pada aspek Hukum Perusahaan dalam upaya menguasai pasaran, yaitu dalam rangka pembentukan *trust* sebagaimana ditentukan di dalam Pasal 12 yang memuat “Larangan pelaku usaha membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk membentuk gabungan perusahaan atau perseroan yang lebih besar dengan tetap menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidup

---

<sup>34</sup>Rita Diah Widawati, Tanggung Jawab Induk Perusahaan Terhadap Perikatan yang Dilakukan Oleh Anak Perusahaan, *Tesis*, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2009), hlm. 69.

<sup>35</sup>Rahardi Ramelan, *Catatan Seputar Hukum Persaingan Usaha*, Makalah yang ditulis Oleh Dr. Shidarta, 3 Juni 2013, dikutip dari <http://business-law.binus.ac.id/2013/01/20/catatan-seputar-hukum-persaingan-usaha/>, Akses tgl. 18 Juli 2015.

<sup>36</sup>Pasal 28 & Pasal 29 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

masing-masing perusahaan..”. Hal ini berarti membentuk merger/akuisisi dengan tujuan untuk mengontrol produksi dan/atau pemasaran atas barang dan/atau jasa tidak diperbolehkan.<sup>37</sup>

Dalam akuisisi terdapat dua bentuk pengelolaan usaha yang dilakukan yaitu pengelolaan financial dan pengelolaan strategis. Pengelolaan financial dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan financial dengan jalan memperbaiki kondisi perusahaan terakuisisi. Pengelolaan strategis dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan sinergi berdasarkan pertimbangan jangka panjang. Sinergi ini bukan hanya sinergi financial, tetapi juga sinergi produksi, distribusi, pemasaran, pengembangan teknologi, maupun gabungan dari sinergi-sinergi tersebut. Sinergi yang dikembangkan ini sebenarnya mempunyai misi khusus, yaitu berupa menciptakan monopoli dan menghapuskan persaingan.<sup>38</sup>

Strategi merger kadangkala juga mengakibatkan jumlah perusahaan menurun, kompetisi menurun dan konsentrasi dapat meningkat. Walaupun di sisi lain hal tersebut dipandang sebagai strategi untuk meningkatkan efisiensi perusahaan yang terlibat dengan meningkatkan koordinasi di bidang produksi, memanfaatkan skala ekonomi, mendapatkan dana yang relatif murah dan sebagainya.<sup>39</sup>

---

<sup>37</sup>Himpunan Makalah Seminar, “Membenahi Prilaku Pelaku Bisnis Melalui Undang-undang No. 5 Thn 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat”, diselenggarakan oleh: Law Firm and Legal research Institut Sidharta, Pohan, Prastowo Associates (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1999), hlm. 10.

<sup>38</sup>Abdulkadir Muhammad, *Perusahaan Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bhakti, 1994), hlm. 133

<sup>39</sup>Robintan Sulaiman, *Persaingan Curang Dalam Perdagangan Global*, Cetakan Pertama (Jakarta: Pusat Studi Hukum Bisnis Fakultas Hukum Universitas Pelita Harapan, 2000), hlm. 12.

Ketentuan dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat mengatur hambatan perdagangan yang bersifat illegal. Hambatan yang terus berkelanjutan akan menimbulkan kerugian yang signifikan dalam kegiatan usaha, pada dasarnya hambatan dalam perdagangan oleh para pelaku usaha dilakukan dengan maksud untuk mencegah terjadinya proses persaingan yang wajar.<sup>40</sup> Salah satu upaya untuk mencegah terjadinya hambatan yang bersifat merugikan tersebut adalah melalui penegakan hukum.

Undang-undang persaingan usaha telah memberikan pengaturan dan ketentuan secara jelas dan terstruktur mengenai perjanjian yang dilarang,<sup>41</sup> kegiatan yang dilarang,<sup>42</sup> dan posisi dominan.<sup>43</sup> Disadari oleh pembentuk undang-undang bahwa ketiga hal ini memang secara substansial berpotensi atau membuka peluang besar untuk terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, dan tentu saja akan merugikan masyarakat.<sup>44</sup>

---

<sup>40</sup>Pasal 1 angka 6 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyatakan, bahwa "Persaingan usaha tidak sehat 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.

<sup>41</sup>Perjanjian yang dilarang yaitu meliputi praktek oligopoli, penetapan harga, pembagian wilayah, pemboikotan, kartel, trust, oligopsoni, integrasi vertikal, perjanjian tertutup dan perjanjian dengan pihak luar negeri (terdapat pada Pasal 4 sampai Pasal 16 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat).

<sup>42</sup>Kegiatan yang dilarang, misalnya praktek monopoli, praktek monopsoni, dan persekongkolan, penguasaan pasar, kegiatan menjual rugi, kecurangan dalam menetapkan kegiatan produksi (Pasal 17 sampai Pasal 24 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Larangan Praktek monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat)

<sup>43</sup>Penyalahgunaan posisi dominan misalnya jabatan rangkap, pemilikan saham, dan lain-lain (diatur dalam Pasal 25 sampai dengan Pasal 27 Undang-undang No 5 Tahun 1999 Larangan Praktek monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat).

<sup>44</sup>Hermansyah, *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Edisi Pertama, Cet. ke-2 (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 24.

### a. Perjanjian Yang Dilarang Dalam Hukum Persaingan Usaha

Secara Umum perjanjian diartikan sebagai sebagai suatu peristiwa di mana dua orang atau dua pihak saling berjanji untuk melakukan suatu hal.<sup>45</sup> Sedangkan menurut Undang-undang Antimonopoli yang dimaksud dengan perjanjian adalah suatu perbuatan satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikatkan diri terhadap satu atau lebih pelaku usaha lain dengan nama apapun, baik tertulis maupun tidak tertulis.<sup>46</sup>

Syarat sahnya suatu perjanjian diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata, yaitu adanya kesepakatan, adanya kecakapan, adanya obyek/ suatu hal tertentu, dan suatu sebab yang halal.<sup>47</sup> Persyaratan pertama dan kedua merupakan syarat *subyektif*, karena keduanya berhubungan langsung dengan subyek hukum yang melakukan perbuatan hukum perjanjian. Pelanggaran atau tidak terpenuhinya syarat *subyektif*, maka perjanjian dapat dibatalkan dengan catatan ada pihak yang mengajukan/meminta pembatalan. Selanjutnya syarat ketiga dan keempat lebih terkait dengan obyek dari perjanjian dan disebut sebagai syarat *obyektif*. Pelanggaran atas syarat tersebut maka suatu perjanjian akan batal demi hukum.<sup>48</sup>

Untuk mencegah terjadinya monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat, Undang-undang melarang pelaku usaha untuk membuat

---

<sup>45</sup>*Ibid*

<sup>46</sup>Pasal 1 angka 7 Undang-undang No. 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat.

<sup>47</sup>R. Subekti & R. Tjitrosudibio, *Kitab Undang-undang Hukum Perdata*, Cetakan ke-31 (Jakarta: PT. Pradnya Paramita, 2001), hlm. 339.

<sup>48</sup>Ahmad Yani & Gunawan Wijaya, *Seri Hukum Bisnis: Anti Monopoli* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006), hlm. 23.

perjanjian tertentu dengan pelaku usaha lain. Larangan tersebut merupakan larangan keabsahan obyek dari perjanjian. Dengan demikian berarti setiap perjanjian yang dibuat dengan obyek perjanjian yang berupa hal-hal yang dilarang oleh undang-undang adalah batal demi hukum dan karenanya tidak dapat dilaksanakan oleh pelaku usaha yang menjadi subyek perjanjian tersebut.<sup>49</sup>

Perjanjian dapat dibedakan menjadi perjanjian horisontal dan vertikal.<sup>50</sup> Perjanjian horisontal adalah perjanjian yang dilakukan secara implisit (diam-diam) atau eksplisit (terang-terangan) oleh para pelaku usaha di level perdagangan yang sama, yang bertujuan untuk membatasi kemampuan para pesaingnya dalam melakukan kegiatan usaha di bidang produk sejenis. Perjanjian semacam ini biasanya terjadi dalam asosiasi-asosiasi perdagangan, yang bentuknya antara lain berupa pertukaran informasi tentang perhitungan statistik, informasi operasional, sampai dengan kesepakatan atau penetapan harga (*price fixing*) yang bertujuan mengesampingkan pelaku usaha baru.<sup>51</sup>

Sedangkan perjanjian vertikal adalah perjanjian yang dilakukan baik secara lisan maupun tertulis antara pelaku usaha dalam level

---

<sup>49</sup>*Ibid.*, hlm. 24.

<sup>50</sup>Lihat Penjelasan Pasal 9 Undang-undang No. 5 Tahun 1999

<sup>51</sup>Anna Maria Tri Anggraini, *Kajian Yuridis Terhadap Perjanjian Penetapan Harga Berdasarkan UU No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Komisioner KPPU, dikutip dari <https://sekartrisakti.wordpress.com/2011/06/08/kajian-yuridis-terhadap-perjanjian-penetapan-harga-berdasarkan-uu-no-5-tahun-1999-tentang-larangan-praktek-monopoli-dan-persaingan-usaha-tidak-sehat/>, Akses 28 Juli 2015.

perdagangan yang berbeda dalam proses produksi, misalnya antara pabrikan (*manufacture*) dan agen/distributor, atau antara distributor dan grosir, atau antara grosir dan pengecer. Dengan tujuan untuk meningkatkan penghasilan/laba dengan memperluas skala perusahaan, mendapatkan pangsa pasar yang besar, tingkat efisiensi yang semakin tinggi dan juga untuk mengurangi ketidakpastian akan pasokan bahan baku yang dibutuhkan untuk produksi dan pemasaran.<sup>52</sup>

Adapun obyek perjanjian atau jenis perjanjian yang dilarang diatur dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 16 Undang-undang No. 5 Tahun 1999, perjanjian-perjanjian yang dilarang tersebut dianggap sebagai praktik monopoli dan atau persaingan usaha yang tidak sehat. Dalam tulisan ini hanya akan dibahas beberapa perjanjian yang dilarang yang berkaitan dengan penelitian peneliti (oligopoli, penetapan harga, pembagian wilayah, kartel dan integrasi vertikal) yaitu sebagai berikut:

### 1) Oligopoli

Oligopoli menurut Undang-undang No. 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat adalah Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan atau pemasaran barang dan/ atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.<sup>53</sup> Pelaku usaha patut diduga atau dianggap secara bersama-sama melakukan

---

<sup>52</sup>Andi Fahmi Lubis *et.al.*, *op. cit.*, hlm. 113.

<sup>53</sup>Pasal 4 ayat (1) Undang-undang No. 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat.

penguasaan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa, apabila 2 (dua) atau 3 (tiga) pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 75% (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.<sup>54</sup>

Pasar oligopoli umumnya terbentuk pada industri yang membutuhkan *capital intensive* dan keahlian tertentu, seperti industri motor, mobil, semen, kertas, industri baja, industri rokok, dan industri sabun mandi, di mana dalam produksinya baru akan tercapai tingkat efisiensi optimum (biaya rata-rata minimum) ketika diproduksi dalam jumlah yang sangat besar. Oleh sebab itu Pasal 4 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 ditafsirkan menggunakan *prinsip of reason*, bisa saja perjanjian oligopoli diperbolehkan selama tidak mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat dan mempunyai alasan-alasan yang dapat diterima sebagai dasar pembenar dari perbuatan tersebut.<sup>55</sup>

Ciri-ciri pasar oligopoli di antaranya adalah sebagai berikut.<sup>56</sup>

- a) Perusahaan menghasilkan barang standar dan barang dengan jenis/corak beragam. Industri dengan barang yang berstandar merupakan industri yang menghasilkan bahan baku seperti produsen bensin, industri baja, semen, industri kimia, dan industri penghasil bahan bangunan. Selain itu beberapa

---

<sup>54</sup>Pasal 4 ayat (2) Undang-undang No. 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat.

<sup>55</sup>Andi Fahmi Lubis *et.al.*, *op. cit.*, hlm. 89.

<sup>56</sup>Andra, dikutip dari <http://ardra.biz/ekonomi/ekonomi-mikro/pengertian-fungsi-jenis-pasar/pengertian-ciri-ciri-pasar-oligopoli/>, Akses 11 April 2015.

perusahaan dalam pasar oligopoli menghasilkan barang-barang dengan jenis atau corak yang berbeda-beda seperti pada industri otomotif, industry sabun, industry telephon selular dan industri elektronik lainnya.

- b) Promosi melalui iklan secara terus-menerus. Perusahaan dalam pasar oligopoli yang menghasilkan barang-barang dengan jenis atau corak yang berbeda harus melakukan promosi untuk mengenalkan produknya pada pembeli. Perusahaan harus mengalokasikan dana cukup besar untuk Biaya promosi atau iklan ini. Tujuan promosi ini adalah untuk menarik pembeli baru dan mempertahankan pembeli lama. Untuk perusahaan penghasil barang standar, biaya iklan relative lebih kecil dan promosi bertujuan untuk memelihara hubungan baik dengan masyarakat.
- c) Hanya terdapat sedikit penjual, biasanya antara tiga sampai dengan sepuluh yang menjual produk substitusi. Pasar oligopoli mempunyai kurva permintaan dengan elastisitas silang atau cross elasticity of demand yang relatif tinggi.
- d) Pada pasar oligopoli terdapat rintangan yang menyebabkan perusahaan lain sulit memasukinya. Hal ini karena perusahaan yang ada dalam pasar hanya sedikit.
- e) Keputusan harga yang diambil oleh suatu perusahaan harus dipertimbangkan oleh perusahaan yang lain. kekuatan harga

tergantungan pada cara harga itu ditentukan. Jika harga bukan merupakan kesepakatan, maka kekuatan harga menjadi lemah. Ketika suatu perusahaan menurunkan harga, maka perusahaan lain akan cenderung melakukan penurunan harga pula. Ketika harga dibuat dengan cara kesepakatan antara perusahaan yang ada dalam pasar oligopoli, maka harga cenderung lebih kuat, tidak mudah untuk diturunkan oleh suatu perusahaan.

## 2) Penetapan Harga

Mengenai perjanjian penetapan harga dibedakan dalam 4 macam sebagaimana diatur dalam Pasal 5 sampai dengan Pasal 8 Undang-undang No. 5 Tahun 1999, yaitu:<sup>57</sup>

### a) Perjanjian Penetapan Harga (*Price Fixing Agreement*)

Perjanjian penetapan harga merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh para pelaku usaha yang bertujuan untuk menghasilkan laba yang setinggi-tingginya. Dengan adanya penetapan harga yang dilakukan di antara pelaku usaha (produsen atau penjual), maka akan meniadakan persaingan dari segi harga atas produk yang mereka jual atau pasarkan. Pada prinsipnya persaingan harga akan menjadikan harga pada tingkat yang serendah mungkin, sehingga memaksa perusahaan memanfaatkan sumber daya yang ada seefisien mungkin.

---

<sup>57</sup>Hermansyah, *op. cit.*, hlm. 26.

Sebaliknya, dengan adanya perjanjian penetapan harga oleh para pelaku usaha yang terlibat kemungkinan dapat mendiktekan atau menentukan harga yang diinginkan secara sepihak kepada konsumen. Apabila hal tersebut dilakukan oleh para pelaku usaha yang berada di dalam pasar bersangkutan, maka akan merugikan konsumen karena tanpa sepengetahuan konsumen dan akhirnya menerima barang atau jasa dengan harga yang ditawarkan oleh pelaku usaha yang telah melakukan perjanjian penetapan harga tersebut.<sup>58</sup>

Perjanjian penetapan harga disebut juga kartel harga. Perjanjian ini terjadi bilamana para produsen atau perusahaan produk sejenis atau yang identik, saling sepakat untuk menentukan atau menetapkan harga jual produk yang bersangkutan dan atau disertai pula dengan penetapan jumlah atau volume maksimum dan minimum produk tersebut yang akan dihasilkan oleh mereka.<sup>59</sup>

Larangan perjanjian penetapan harga diatur dalam ketentuan Pasal 5 ayat (1) dan (2) Undang-undang No. 5 Tahun 1999, selengkapya pasal ini merumuskan bahwa: “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau

---

<sup>58</sup>Philip Areeda, *Anti Trust Analysis, Problems, Text, Cases*, Little Brown and Company (1981) p.315, dikutip dari Andi Fahmi Lubis *et.al., op. cit.*, hlm. 91.

<sup>59</sup>Himpunan Makalah Seminar, “Membenahi Prilaku Pelaku Bisnis .... *op. cit.*, hlm. 35.

jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama”.<sup>60</sup>

Lebih lanjut menurut Pasal 5 ayat (2), memberikan pengecualian-kecualian, sehingga tidak semua perjanjian penetapan harga (*price fixing agreement*) dilarang, yaitu:

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) tidak berlaku bagi:<sup>61</sup>

- a) suatu perjanjian yang dibuat dalam suatu usaha patungan; atau
- b) suatu perjanjian yang didasarkan undang-undang yang berlaku.

Karakteristik pasar yang dapat mendukung terjadinya perjanjian penetapan harga (*price fixing Agreement*)<sup>62</sup>, yaitu:

1) Konsentrasi Pasar (*Market Concentration*)

Adanya sejumlah kecil perusahaan sejenis yang beroperasi di pasar akan mempermudah terbentuknya kesepakatan di antara mereka. Asumsi ini didasarkan pada dua alasan, *pertama*, bahwa perusahaan-perusahaan tersebut harus melakukan pertemuan secara rahasia dan mengkomunikasikan gagasan mereka satu

---

<sup>60</sup>Pasal 5 ayat (1) Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

<sup>61</sup>Pasal 5 ayat (2) Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

<sup>62</sup>Herbert Hovenkamp, *Antitrust* (St. Paul, Minn: West Publishing Co., 1993), hlm. 71-72, dikutip dari <https://sekartrisakti.wordpress.com/2011/06/08/kajian-yuridis-terhadap-perjanjian-penetapan-harga-berdasarkan-uu-no-5-tahun-1999-tentang-larangan-praktek-monopoli-dan-persaingan-usaha-tidak-sehat/>, Akses 1 Mei 2015.

sama lain. Sebaliknya, semakin besar jumlah peserta kartel, akan semakin sulit melakukan pertemuan rahasia, atau dengan kata lain, lebih mudah untuk mendeteksi pertemuan rahasia yang terdiri dari banyak jumlah anggota. Alasan yang *kedua*, adalah bahwa berangkat dari perbedaan kondisi anggota kartel, maka akan lebih mudah menyeragamkan harga jika kartel hanya diikuti beberapa anggota saja.

## 2) Hambatan Masuk (*Barriers to Entry*)

Hambatan masuk pasar adalah beberapa faktor di pasar yang membuat “biaya” melakukan kegiatan bisnis serupa bagi pelaku usaha baru (*new entrant*) menjadi lebih tinggi dibandingkan biaya yang dibebankan terhadap perusahaan yang telah eksis sebelumnya. Hambatan masuk yang tinggi merupakan upaya esensial bagi kartel yang efektif, karena ketika pasar kartel memperoleh profit yang tinggi, hal ini akan menjadi daya tarik bagi pelaku usaha baru (*new entrant*) untuk masuk pasar yang sama.

Jika dalam suatu pasar kartel yang menetapkan harga tinggi “kebanjiran” perusahaan-perusahaan baru yang masuk pasar, maka kartel tersebut tidak dapat beroperasi dengan baik, dan pada akhirnya berakibat pada berakhirnya kartel. Hambatan masuk tersebut meliputi biaya-biaya permodalan yang harus dibayar oleh pelaku usaha baru lebih tinggi daripada perusahaan

yang telah ada. Hambatan tersebut juga dapat berupa persyaratan pemberian lisensi oleh pemerintah yang sulit atau tidak mungkin dilaksanakan bagi pelaku usaha baru.

### 3) Metode Penjualan (*Sales Methods*)

Metode penjualan yang paling kondusif terwujudnya perjanjian penetapan harga adalah dalam suatu pelelangan, di mana pihak penjual membuka harga melalui lelang, dan para anggota kartel menanggapi dengan harga tertentu yang telah disepakati sebelumnya di antara mereka. Mereka juga akan menyepakati dan menentukan pihak mana yang akan memenangkan tender. Dalam pasar demikian, jika salah seorang anggota mengingkari kesepakatan tersebut, maka akan segera diketahui oleh anggota lainnya.

### 4) Homogenitas Produk (*Product Homogeneity*)

Adanya kesamaan produk mempermudah bekerjanya suatu kartel harga, terutama bagi bidang-bidang usaha yang memiliki karakteristik unik. Namun pada akhirnya konsumen akan menyangsikan produk yang mereka beli, karena adanya keseragaman harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha. Sebaliknya, heterogenitas produk akan membuat konsumen mempunyai pilihan atas varian produk yang ditawarkan, sehingga pada akhirnya mempersulit terjadinya kartel harga.

### 5) Adanya Sarana Kerjasama (*Facilitating Devices*)

Bekerjanya suatu penetapan harga dapat secara efektif berjalan jika terdapat sarana untuk melakukan tindakan kerjasama, misalnya standarisasi produk, integrasi vertikal dan pengaturan harga penjualan kembali, adanya pengumuman harga penjualan (implisit maupun eksplisit), serta pengiriman pola harga dasar. Kegiatan seperti ini mudah dilakukan jika para pengusaha tergabung dalam satu asosiasi dagang, seperti yang terjadi pada asosiasi semen, elektronik, bahkan industri makanan yang menguasai jenis makanan dari tingkat produksi sampai dengan pemasarannya.

b) Perjanjian Diskriminasi Harga

Perjanjian diskriminasi harga merupakan perjanjian yang dibuat oleh pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya di mana untuk suatu produk yang sama dijual kepada setiap konsumen dengan harga yang berbeda-beda. Prinsipnya suatu diskriminasi harga telah terjadi apabila terjadi perbedaan harga antara satu pembeli dengan pembeli lainnya.<sup>63</sup>

Larangan terhadap perjanjian diskriminasi harga diatur dalam Pasal 6 Undang-undang No. 5 Tahun 1999, tanpa memperhatikan tingkatan yang ada pada diskriminasi harga, bunyi pasal tersebut yaitu: “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus

---

<sup>63</sup>Andi Fahmi Lubis *et.al.*, *op. cit.*, hlm. 93.

membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan atau jasa yang sama.”

c) Harga Pemangsa atau Jual rugi (*Predatory Pricing*)

*Predatory pricing* merupakan salah satu bentuk strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjual produk dengan penetapan harga di bawah biaya produksi. Dengan harapan akan tertutupi dikemudian hari melalui keuntungan monopoli yang diterimanya.

Pasal 7 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha untuk membuat perjanjian dengan pelaku usaha lainnya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Ketentuan yang mengatur mengenai *predatory pricing* dirumuskan dengan *rule of reason*, maka dapat dikatakan bahwa pelaku usaha pada dasarnya tidak dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lainnya untuk menetapkan harga di bawah pasar, asalkan tidak mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat atau pelaku usaha tersebut mempunyai alasan-alasan yang dapat diterima.<sup>64</sup>

d) Perjanjian Dengan Persyaratan Tertentu (*Resale Price Maintenance*)

---

<sup>64</sup>*Ibid*, hlm. 97.

Perjanjian yang memuat persyaratan bahwa penerima barang dan/atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang dan/atau jasa yang diterimanya, dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang diperjanjikan atau *resale price maintenance* diatur dalam Pasal 8 Undang-undang No. 5 Tahun 1999.

Pasal 8 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa: “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa penerima barang dan atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang dan atau jasa yang diterimanya, dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.”

### **3) Pembagian Wilayah**

Pelaku usaha membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar, dengan tujuan menghindari terjadinya persaingan usaha di antara pelaku usaha yang saling bersaing, sehingga suatu pasar dapat dikuasai secara eksklusif oleh masing-masing pelaku usaha, yang pada akhirnya pelaku usaha dapat menaikkan harga atau menurunkan produksinya atau barang yang dijual untuk mendapatkan keuntungan besar.<sup>65</sup>

---

<sup>65</sup>Andi Fahmi Lubis *et.al.*, *op. cit.*, hlm. 100.

Larangan pembagian wilayah pemasaran diatur dalam Pasal 9 Undang-undang No. 5 Tahun 1999, yaitu “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya yang bertujuan untuk membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar terhadap barang dan atau jasa sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.”

Perjanjian pembagian wilayah dapat bersifat vertikal dan horizontal. Perjanjian ini dilarang karena pelaku usaha meniadakan atau mengurangi persaingan dengan cara membagi wilayah pasar atau alokasi pasara. Wilayah pemasaran dapat berarti wilayah negara RI atau sebagian wilayah negara RI, misalnya kabupaten, provinsi, atau wilayah regional lainnya. Membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar berarti membagi wilayah untuk memperoleh atau memasok barang, jasa atau barang dan jasa.<sup>66</sup>

#### **4) Integrasi Vertikal**

Integrasi vertikal yaitu Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain 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 satu rangkaian langsung maupun tidak langsung, yang dapat mengakibatkan

---

<sup>66</sup>Hermansyah, *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, *op. cit.*, hlm. 30-31. Lihat juga dalam penjelasan Pasal 9 Undang-undang No. 5 Tahun 1999.

terjadinya persaingan usaha tidak sehat dan atau merugikan masyarakat.<sup>67</sup>

*Menguasai produksi sejumlah produk yang termasuk dalam rangkaian produksi* atau yang lazim disebut integrasi vertikal adalah penguasaan serangkaian proses produksi atas barang tertentu mulai dari hulu sampai hilir atau proses yang berlanjut atas suatu layanan jasa tertentu oleh pelaku usaha tertentu. Praktek integrasi vertikal meskipun dapat menghasilkan barang dan jasa dengan harga murah, tetapi dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat yang merusak sendi-sendi perekonomian masyarakat. Pada prinsipnya integrasi vertikal tidak dilarang, praktek seperti ini dilarang jika menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan atau merugikan masyarakat.<sup>68</sup>

### **5) Kartel**

Kartel kadangkala didefinisikan secara sempit, namun di sisi lain juga diartikan secara luas. Dalam arti sempit, kartel adalah sekelompok perusahaan yang seharusnya saling bersaing, tetapi mereka justru menyetujui satu sama lain untuk “menetapkan harga” guna meraih keuntungan monopolis. Sedangkan dalam pengertian luas, kartel meliputi perjanjian antara para pesaing untuk membagi pasar, mengalokasikan pelanggan, dan menetapkan harga.<sup>69</sup>

---

<sup>67</sup>Pasal 14 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

<sup>68</sup>Lihat Penjelasan Pasal 14 Undang-undang No. 5 Tahun 1999

<sup>69</sup>Herbert Hovenkamp, *op. cit.*, hlm. 71.

Kartel merupakan jenis perjanjian horisontal yang dianggap merugikan atau bahkan dapat berakibat mematikan persaingan. Jenis kartel yang paling umum terjadi di kalangan penjual adalah perjanjian penetapan harga, persekongkolan penawaran tender (*bid rigging*), perjanjian pembagian wilayah (pasar) atau pelanggan, dan perjanjian pembatasan *output*.

## **b. Kegiatan yang Dilarang dalam Hukum Persaingan Usaha**

### **1) Praktek Monopoli**

Dalam Undang-undang No. 5 Tahun 1999 menjelaskan bahwa monopoli akan dilarang jika monopoli tersebut merusak persaingan secara signifikan dan dengan pertimbangan monopoli tersebut nantinya akan mengakibatkan praktek monopoli. Oleh karenanya monopoli itu sendiri belum tentu dilarang oleh hukum persaingan usaha, akan tetapi justru yang dilarang adalah perbuatan-perbuatan dari perusahaan yang memiliki monopoli untuk menggunakan kekuatannya di pasar bersangkutan yang biasa disebut sebagai praktek monopoli atau *monopolizing/monopolisasi*.<sup>70</sup>

Praktek monopoli adalah Pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu, sehingga

---

<sup>70</sup>Andi Fahmi Lubis *et.al.*, *op. cit.*, hlm. 127.

menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.<sup>71</sup>

Selanjutnya unsur-unsur yang dapat menyebabkan terjadinya praktik monopoli, yaitu:<sup>72</sup>

- a) Terjadi pemusatan kekuatan ekonomi pada satu atau lebih pelaku usaha;
- b) Terdapat penguasaan atas produksi atau pemasaran barang atau jasa tertentu;
- c) Terjadi persaingan usaha tidak sehat
- d) Tindakan tersebut merugikan kepentingan umum.

Larangan kegiatan monopoli ini diatur dalam Pasal 17 UU No.5 Tahun 1999 secara lengkap berbunyi sebagai berikut:

- a) Pelaku usaha dilarang melakukan penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
- b) Pelaku usaha patut diduga atau dianggap melakukan penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) apabila:
  - a. barang dan atau jasa yang bersangkutan belum ada substitusinya; atau

---

<sup>71</sup>Pasal 1 angka 2 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

<sup>72</sup>Himpunan Makalah Seminar, "Membenahi Prilaku Pelaku Bisnis ... *op, cit.*, hlm. 25.

- b. mengakibatkan pelaku usaha lain tidak dapat masuk ke dalam persaingan usaha barang dan atau jasa yang sama; atau
- c. satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50% (lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

## 2) Penguasaan Pasar

Dalam Undang-undang No. 5 Tahun 1999 diatur mengenai larangan perjanjian, kegiatan, dan penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mengarah pada persaingan usaha tidak sehat. Salah satu kegiatan yang dilarang adalah penguasaan pasar, sebagaimana diatur dalam Pasal 19.

Setiap pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya memiliki tujuan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan dengan cara mengembangkan usahanya semaksimal mungkin atau menjadi yang terbaik di bidang usahanya. Tujuan ini akan mendorong setiap pelaku usaha berupaya meningkatkan kinerja dan daya saingnya melalui inovasi dan efisiensi sehingga lebih unggul dari pesaingnya. Apabila berhasil, maka pelaku usaha tersebut akan memperoleh kedudukan yang kuat (posisi dominan) dan/atau memiliki kekuatan pasar (*market power*) yang signifikan di pasar bersangkutan. Dengan keunggulan relatif tersebut, pelaku usaha

akan mampu untuk menguasai pasar bersangkutan atau dapat mempertahankan kedudukannya yang kuat di pasar bersangkutan.<sup>73</sup>

Secara Lengkap ketentuan dalam Pasal 19 Undang-undang No. 5 Tahun 1999, menyatakan bahwa Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat berupa:

- a) menolak dan atau menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar yang bersangkutan;
- b) menghalangi konsumen atau pelanggan pelaku usaha pesaingnya untuk tidak melakukan hubungan usaha dengan pelaku usaha pesaingnya;
- c) membatasi peredaran dan atau penjualan barang dan atau jasa pada pasar bersangkutan;
- d) melakukan praktik diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu.

### **3) Persekongkolan**

Pada prinsipnya penyelenggaraan tender bertujuan untuk mendapatkan harga barang atau jasa yang paling murah, tetapi kualitas yang akan dihasilkan yang terbaik. Tujuan dari tender tersebut dapat tercapai apabila prosesnya berlangsung dengan adil dan sehat

---

<sup>73</sup><http://www.kppu.go.id/id/blog/2012/03/kppu-mengeluarkan-draft-pedoman-pelaksanaan-ketentuan-pasal-19-uu-no-5-tahun-1999/>, Akses 7 Mei 2015.

sehingga pemenang benar-benar ditentukan oleh penawarannya (harga dan kualitas barang atau jasa yang diajukan). Tetapi hal sebaliknya bisa saja terjadi apabila dalam proses tender tersebut terjadi sebuah persekongkolan tender (*collosive tendering* atau *bid rigging*).<sup>74</sup>

Persekongkolan tender dapat merugikan panitia pelaksana tender dan juga pihak peserta tender yang beriktikad baik. Oleh sebab itu pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk mengatur dan menentukan pemenang tender sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.<sup>75</sup>

Pengaturan pemenang tender tersebut banyak ditemukan pada pelaksanaan pengadaan barang dan atau jasa yang dilaksanakan oleh pemerintah pusat atau pemerintah daerah (*government procurement*), BUMN, dan perusahaan swasta. Untuk itu Pasal 22 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tidak hanya mencakup kegiatan pengadaan yang dilakukan oleh Pemerintah, tetapi juga kegiatan pengadaan yang dilakukan oleh perusahaan negara (BUMN/BUMD) dan perusahaan swasta.<sup>76</sup>

Persekongkolan dalam tender dapat dilakukan secara terang-terangan maupun diam-diam melalui cara tindakan penyesuaian, penawaran sebelum dimasukkan, atau menciptakan persaingan semu, atau menyetujui dan atau memfasilitasi, atau pemberian kesempatan

---

<sup>74</sup><http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol18357/persekongkolan-tender-sebagai-suatu-tindakan-yang-anti-persaingan-sehat>, Akses 7 Mei 2015.

<sup>75</sup>Pasal 22 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

<sup>76</sup>Pedoman Pasal 22 Tentang Larangan Persekongkolan dalam tender, KPPU, 2009.

eksklusif, atau tidak menolak melakukan suatu tindakan meskipun mengetahui bahwa tindakan tersebut dilakukan untuk mengatur dalam rangka memenangkan peserta tender tertentu.<sup>77</sup>

### **c. Hubungan Afiliasi dengan Pelaku Usaha yang Lain**

Salah satu penilaian posisi dominan suatu pelaku usaha dapat juga dinilai dari afiliasi suatu pelaku usaha dengan pelaku usaha lain. Hubungan afiliasi ini diatur dalam Pasal 26 tentang jabatan rangkap dan Pasal 27 tentang kepemilikan saham silang Undang-undang No. 5 Tahun 1999.

#### 1) Jabatan Rangkap

Seseorang yang telah menduduki jabatan sebagai direksi atau komisaris dari suatu perusahaan, pada waktu yang bersamaan dilarang merangkap menjadi direksi atau komisaris pada perusahaan lain, apabila perusahaan-perusahaan tersebut:<sup>78</sup>

- a) berada dalam pasar bersangkutan yang sama; atau
- b) memiliki keterkaitan yang erat dalam bidang dan atau jenis usaha; atau
- c) secara bersama dapat menguasai pangsa pasar barang dan atau jasa tertentu, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat

Ketentuan tersebut berlaku karena jika seseorang yang menjabat di suatu perusahaan sebagai Komisaris atau Direktur dan pada waktu

---

<sup>77</sup>Pedoman Pasal 22 Tentang Larangan Persekongkolan dalam tender, KPPU, 2009.

<sup>78</sup>Pasal 26 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

bersamaan menjabat juga di perusahaan lain baik sebagai Komisaris dan Direktur, maka jabatan rangkap tersebut dapat mempengaruhi persaingan usaha dalam berbagai cara sehingga menimbulkan hambatan persaingan usaha bagi pelaku usaha pesaingnya, seperti melakukan pengawasan administrasi di mana keputusan sehubungan dengan investasi dapat melahirkan strategi bersama terhadap kedua perusahaan terkait dengan harga, alokasi pasar dan lainnya.<sup>79</sup>

## 2) Kepemilikan saham silang

Pada prinsipnya Undang-undang Antimonopoli mengakui akan adanya suatu hubungan antar (grup) pelaku usaha yang saling terafiliasi yang berkaitan satu dengan yang lainnya, yang melakukan kegiatan terhadap produk berupa barang dan/ atau jasa sejenis dan dipasarkan melalui pasar bersangkutan yang sama. Begitu halnya adanya ketentuan dalam Undang-undang Antimonopoli terkait dengan diversifikasi produk yang dikenal dalam ilmu ekonomi (pemasaran) guna memperluas pangsa pasar dari kelompok pelaku usaha tertentu.<sup>80</sup>

Untuk mencegah semakin tertumpuknya penguasaan suatu produk atau pemasaran pada suatu kelompok usaha tertentu yang cenderung menjadi dominan dan merusak sistem persaingan usaha sehat yang ada dalam masyarakat, maka pelaku usaha dilarang memiliki saham mayoritas pada beberapa perusahaan sejenis yang melakukan kegiatan usaha dalam bidang yang sama pada pasar bersangkutan yang sama,

---

<sup>79</sup>Andi Fahmi Lubis *et.al.*, *op. cit.*, hlm.184-185.

<sup>80</sup>Ahmad Yani & Gunawan Wijaya, *Seri Hukum Bisnis: Anti Monopoli*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006), hlm.39.

atau mendirikan beberapa perusahaan yang memiliki kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan yang sama, apabila kepemilikan tersebut mengakibatkan:<sup>81</sup>

- a) satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50% (lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu;
- b) dua atau tiga pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 75% (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

## **2. Pasar Bersangkutan dalam Hukum Antimonopoli**

Pasar bersangkutan adalah pasar yang berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu oleh pelaku usaha atas barang dan jasa yang sama atau sejenis atau substitusi dari barang dan jasa tersebut”.<sup>82</sup>

Menurut Federal Trade Commission (FTC), Amerika Serikat dalam Department of Justice (DOJ) Merger Guidelines: “a product or grup of products and a geographic area in which it is sold such that a hypothetical, profit-maximizing firm, not subject to price regulation, that was the only present and future seller of those products in that area could impose a “small but significant and nontransitory” increase in price above prevailing

---

<sup>81</sup>Pasal 27 Undang-undang No. 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

<sup>82</sup>Pasal 1 No. 10 Undang-undang No. 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

or likely future levels”.<sup>83</sup> Diartikan bahwa pasar bersangkutan sebagai satu atau sekelompok produk dan wilayah geografis tertentu di mana perusahaan tertentu yang dihipotetiskan mampu memaksimalkan profit karena merupakan satu-satunya penyedia yang berpotensi menaikkan harga secara kecil namun signifikan dan bersifat menetap.

Secara umum ada tiga pembatasan pasar bersangkutan, yaitu pembatasan pasar bersangkutan berdasarkan produk (*market product*) atau disebut juga secara obyektif atau faktual, pembatasan pasar bersangkutan secara geografis atau menurut wilayah dan pembatasan pasar bersangkutan menurut waktu. Metode pertama dan kedua merupakan satu kesatuan dalam pelaksanaan penilaian pasar bersangkutan, sedangkan pembatasan pasar bersangkutan menurut waktu hanya dilakukan pada waktu tertentu, yaitu pada event-event tertentu. Misalnya pada pekan raya, pada saat penyelenggaraan olimpiade dll.<sup>84</sup>

Pasal 1 angka 10 mengenai ketentuan umum juga menekankan pada konteks horizontal yang menjelaskan posisi pelaku usaha beserta pesaingnya. Berdasarkan pasal tersebut, cakupan pengertian pasar bersangkutan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dapat dikategorikan dalam dua perspektif, yaitu pasar berdasarkan geografis dan pasar berdasarkan produk. Pasar berdasarkan cakupan geografis terkait dengan jangkauan dan/atau daerah pemasaran. Sementara, pasar

---

<sup>83</sup>[https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/advocacy\\_documents/ftc-staff-comment-u.s.international-trade-commission-matter-certain-electrically-resistive-noncomponent-toner-and-black/v870026.pdf](https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/advocacy_documents/ftc-staff-comment-u.s.international-trade-commission-matter-certain-electrically-resistive-noncomponent-toner-and-black/v870026.pdf), Akses 12 Juli 2015.

<sup>84</sup>Andi Fahmi Lubis *et.al.*, *op. cit.*, hlm. 175.

berdasarkan produk terkait dengan kesamaan, atau kesejenisian dan/atau tingkat substitusinya.<sup>85</sup>

**a. Pembatasan Pasar Bersangkutan Berdasarkan Pasar Produk atau Secara Obyektif (*Product Market*)**

Untuk dapat menentukan apakah suatu barang dengan barang yang lain dapat dinyatakan sama atau dapat dinyatakan menjadi substitusi terhadap barang tertentu, dapat dilihat dari 4 aspek, yaitu<sup>86</sup>: bentuk lahiriah dan sifat barang, kegunaan barang, harga barang, dan fleksibilitas barang tersebut bagi konsumen.

1) Bentuk dan sifat barang

Bentuk dan sifat fisik barang merupakan petunjuk pertama dalam mengidentifikasi apakah suatu produk satu pasar secara obyektif. Dikatakan secara obyektif, karena produk yang berbeda tersebut dilihat secara fisik apakah bentuk dan sifat barang tersebut sama atau tidak. Misalnya apakah soft drink Coca cola dapat dianggap barang yang sama dengan pepsi? Jika iya, maka Coca cola dengan Pepsi adalah produk saling bersaing. Dalam hal ini Coca cola dengan Pepsi adalah satu pasar, karena dilihat dari aspek sifat minumannya.

2) Fungsi barang

Dalam hal ini dapat dilihat apakah suatu barang atau produk dengan barang yang lain mempunyai fungsi yang sama bagi

---

<sup>85</sup>Lampiran Peraturan KPPU Nomor 3 Tahun 2009, tgl. 1 Juni 2019, hlm. 10

<sup>86</sup>Andi Fahmi Lubis *et.al., op.cit.*, hlm. 176-177.

konsumen. Seperti Coca cola dan Pepsi mempunyai fungsi yang sama bagi konsumen, yaitu untuk menghilangkan rasa haus. Dilihat dari aspek fungsi barang tersebut, maka Coca cola dengan Pepsi adalah satu produk, artinya satu pasar bersangkutan.

### 3) Harga

Harga adalah unsur paling penting dalam menentukan suatu pasar bersangkutan. Misalnya, Coca cola satu botol harganya Rp. 4000, sedangkan harga Pepsi satu botol Rp.3900, maka Coca cola dengan Pepsi dapat dikatakan satu barang yang sama atau sebagai barang pengganti. Akan tetapi kalau harga Coca cola satu botol Rp.10.000 dan harga Pepsi satu botol Rp.5000, maka Coca cola dan Pepsi bukan satu barang yang sama, atau Pepsi tidak dapat disebut sebagai barang Coca cola.

### 4) Fleksibilitas barang bagi konsumen

Unsur ini disebut juga konsep kebutuhan konsumen. Apabila konsumen biasanya mengkonsumsi suatu produk tertentu dan konsumen kehabisan produk tersebut, maka apakah jika pada saat konsumen membutuhkan produk yang biasa dibutuhkan tersebut tidak ada di pasar, konsumen tersebut secara otomatis mau beralih kepada produk yang lainnya? Kalau ya, maka produk pengganti tersebut menjadi satu produk bagi konsumen terhadap produk yang biasa dikonsumsi.

Dalam praktiknya cukup tiga aspek untuk memenuhi suatu analisis, yaitu karakteristik, kegunaan dan harga barang.<sup>87</sup>

#### **b. Pembatasan Pasar Bersangkutan Secara Geografis**

Pasar bersangkutan dari segi daerah adalah jangkauan atau daerah pemasaran tertentu.<sup>88</sup> Pembatasan pasar bersangkutan secara geografis ditentukan sejauh mana produsen memasarkan produknya seluas itulah dihitung produsen yang memasarkan barang/produk di wilayah tersebut. Fungsi pembatasan pasar secara geografis adalah untuk menghitung pasar pasar bersangkutan secara obyektif di sekitar wilayah di mana barang tersebut dipasarkan.

Mengacu pada penetapan pasar bersangkutan berdasarkan aspek geografis atau daerah/teritori yang merupakan lokasi pelaku usaha melakukan kegiatan usahanya, dan/atau lokasi ketersediaan atau peredaran produk dan jasa dan/atau dimana beberapa daerah memiliki kondisi persaingan relatif seragam dan berbeda dibanding kondisi persaingan dengan daerah lainnya.<sup>89</sup>

---

<sup>87</sup>Putusan Perkara Nomor: 07/KPPU-L/2007, terkait Perkara Temasek Holdings, hlm. 5.

<sup>88</sup>Pasal 1 No. 10 Undang-undang No. 5 Tahun 1999.

<sup>89</sup>Lampiran Peraturan KPPU Nomor 3 Tahun 2009, tgl. 1 Juni 2019, hlm. 10

**BAB III**  
**KONSTRUKSI PERUSAHAAN GRUP/HOLDING**  
**PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA**

**A. Strategi Bisnis Konstruksi Perusahaan Grup/Holding dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha**

Konstruksi perusahaan grup menimbulkan keterkaitan antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain, keterkaitan di dalam perusahaan grup merupakan implikasi kepemilikan induk atas saham anak perusahaan.<sup>1</sup> Adanya kepemilikan saham anak perusahaan, induk perusahaan dapat menggunakan hak suara dalam RUPS anak perusahaan, dapat mengangkat anggota direksi dan/atau dewan komisaris induk perusahaan untuk merangkap menjadi anggota direksi dan/atau dewan komisaris anak perusahaan sehingga menciptakan keterkaitan kepemimpinan dan juga induk perusahaan dapat mengalihkan kewenangan pengendalian anak perusahaan kepada perusahaan lain melalui suatu kontrak pengendalian.<sup>2</sup>

Berdasarkan kasus-kasus yang sudah dijelaskan sebelumnya, berbagai keterkaitan di dalam konstruksi perusahaan grup menimbulkan potensi komplikasi hukum persaingan usaha antara lain:

**1. Keterkaitan Kepemilikan Induk atas Saham Anak Perusahaan**

**a. Kepemilikan Saham Mayoritas yang Mendominasi Anak Perusahaan**

Konstruksi perusahaan grup/holding merupakan strategi pengembangan korporasi dan penguasaan usaha melalui anak perusahaan.

---

<sup>1</sup>Putusan Perkara Nomor: 07/KPPU-L/2007, terkait Perkara Temasek Holdings, hlm. 630.

<sup>2</sup>Sulistiowati, *Aspek Hukum dan Realitas Bisnis Perusahaan Grup di Indonesia* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010), hlm. 2.

Anak perusahaan hanya sebagai instrumen induk perusahaan untuk mendukung tercapainya tujuan kolektif perusahaan grup, hal ini menandakan adanya dominasi pengendalian induk perusahaan terhadap anak perusahaan.<sup>3</sup> Pengendalian induk terhadap anak perusahaan tidak terbatas pada kebijakan keuangan saja, tetapi juga mencakup kebijakan dan praktik bisnis yang terkait dengan keseluruhan anak perusahaan.<sup>4</sup> Dengan demikian, pengendalian induk perusahaan terhadap anak perusahaan secara dominan merupakan implikasi dari suatu kepemilikan saham mayoritas.

Syarat keberadaan pengendalian/relasi khusus terhadap anak perusahaan menghendaki kepemilikan saham mayoritas oleh induk perusahaan. Ketentuan tersebut telah diatur/terdapat pada Memori Penjelasan Pasal 29 Undang-undang No. 1 Tahun 1995 Tentang Perseroan Terbatas. Tetapi hal ini tidak terdapat dalam Undang-undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. Memori Penjelasan Pasal 29 Undang-undang No. 1 Tahun 1995 menyatakan bahwa "... yang dimaksud dengan "anak perusahaan" adalah perseroan yang mempunyai hubungan khusus dengan perseroan lainnya yang terjadi karena:

1. lebih dari 50% sahamnya dimiliki oleh induk perusahaannya
2. lebih dari 50% (lima puluh persen) suara dalam RUPS dikuasai oleh induk perusahaannya; dan atau

---

<sup>3</sup>*Ibid.*, hlm. 149.

<sup>4</sup>*Ibid.*, hlm. 135.

3. kontrol atas jalannya perseroan, pengangkatan, dan pemberhentian Direksi dan Komisaris sangat dipengaruhi oleh induk perusahaannya”.<sup>5</sup>

Memori Penjelasan Pasal 29 tersebut, menjabarkan mengenai syarat perlu timbulnya pengendalian induk terhadap anak perusahaan melalui kepemilikan lebih dari 50% (lima puluh persen) sahamnya dimiliki oleh induk perusahaanya.

Begitu juga dengan ketentuan perusahaan BUMN yang memberikan legitimasi penguasaan saham mayoritas oleh induk perusahaan. Ketentuan tersebut diatur di dalam Pasal 1 huruf (e) Keputusan Menteri BUMN No. KEP-117/M-MBU/2002 menyatakan bahwa “anak perusahaan adalah Perseroan Terbatas yang dikendalikan oleh BUMN secara langsung atau tidak langsung melalui anak perusahaan dengan memiliki lebih dari 50% (lima puluh persen) saham dengan hak suara.....”.<sup>6</sup>

Pasal 25 Ayat (2) huruf a menetapkan pelaku usaha memiliki posisi dominan apabila satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai 50% (lima puluh persen) atau lebih pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.<sup>7</sup> Oleh sebab itu, adanya ketentuan mengenai persyaratan bentuk anak perusahaan di atas dapat dijadikan pedoman bahwa di dalam suatu perusahaan grup/*holding* dengan induk perusahaan

---

<sup>5</sup>Lihat Penjelasan Pasal 29 Undang-undang No. 1 Tahun 1995 Tentang Perseroan Terbatas

<sup>6</sup>Pasal 1 huruf (e) Keputusan Menteri BUMN No. KEP-117/M-MBU/2002 Tentang Penerapan Praktek *Good Corporate Governance* pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

<sup>7</sup>Pasal 25 Ayat (2) huruf a Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

memiliki kewenangan dan kemampuan mengendalikan anak perusahaan, maka dapat diindikasikan perusahaan grup tersebut memiliki saham mayoritas yang mendominasi anak perusahaan.

Posisi dominan dapat disalahgunakan oleh pelaku usaha. Undang-undang No. 5 Tahun 1999 mengatur dan menetapkan bentuk-bentuk penyalahgunaan posisi dominan atau hambatan-hambatan persaingan yang dilakukan pelaku usaha yang memiliki posisi dominan sesuai Pasal 25 Ayat (1).<sup>8</sup> Pasal 25 ayat (1) menetapkan bahwa pelaku usaha dilarang menggunakan posisi dominan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk:

- a. menetapkan syarat-syarat perdagangan dengan tujuan untuk mencegah dan atau menghalangi konsumen memperoleh barang dan atau jasa yang bersaing, baik dari segi harga maupun kualitas; atau
- b. membatasi pasar dan pengembangan teknologi; atau
- c. menghambat pelaku usaha lain yang berpotensi menjadi pesaing untuk memasuki pasar bersangkutan.

Posisi dominan menjadi unggul dan mempengaruhi iklim persaingan jika terjadi pada pasar yang bersangkutan. Untuk menganalisa pasar yang bersangkutan di dalam perusahaan grup dapat diidentifikasi dalam pengembangan grup secara integrasi horizontal yang menggabungkan dua perusahaan yang bergerak dalam industri yang sama.<sup>9</sup> Begitu halnya dengan perusahaan grup BUMN yang mensyaratkan kepemilikan saham

---

<sup>8</sup>Andi Fahmi Lubis *et.al.*, *Hukum Persaingan Usaha antara Teks dan Konteks* (Indonesia: dicetak dan diterbitkan dengan kerjasama dari GTZ, Oktober 2009), hlm. 179.

<sup>9</sup>Sulistiowati, *op.cit.*, hlm. 152

mayoritas (lebih dari 50% saham) atas anak perusahaan pada pasar bersangkutan yaitu adanya dengan ketentuan jika anak perusahaan bergerak pada sektor usaha yang sama, atau bergerak pada jenis usaha yang sejenis tetapi dengan segmen pasar berlainan.<sup>10</sup>

Kepemilikan saham mayoritas yang berdampak posisi dominan pada dasarnya tidak dilarang. Dilarang jika kekuatan yang dimiliki menimbulkan posisi dominan yang merugikan dan menghambat persaingan sehingga bertentangan dengan ketentuan hukum persaingan usaha.<sup>11</sup> Artinya bahwa kepemilikan saham mayoritas induk perusahaan yang mendominasi anak-anak perusahaan tidak dilarang jika dilakukan secara *fair*, sehingga perilaku pelaku usaha atas kedudukan/posisi dominan tersebut yang menentukan potensi praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

Praktik yang terjadi, perilaku pelaku usaha dalam penguasaan saham mayoritas dengan konstruksi perusahaan grup menimbulkan dominasi induk perusahaan yang menyebabkan anak perusahaan wajib menjalankan instruksi induk perusahaan yang dapat menyebabkan kerugian pihak ketiga.<sup>12</sup> Oleh sebab itu pada konstruksi perusahaan grup berpotensi atas pelanggaran penyalahgunaan posisi dominan yang diatur dalam Pasal 25 Undang-undang No. 5 Tahun 1999.

---

<sup>10</sup>Kurniawan, *Hukum Perusahaan (Karakteristik badan Usaha Berbadan Hukum dan Tidak Berbadan hukum di Indonesia*, Cetakan Pertama (Yogyakarta: Genta Publishing, 2014), hlm. 112

<sup>11</sup><http://business-law.binus.ac.id/2013/01/20/catatan-seputar-hukum-persaingan-usaha/>, Akses 18 Juni 2015.

<sup>12</sup>Sulistiowati, *op.cit.*, hlm. 72

Potensi pelanggaran Pasal 25 di dalam perusahaan grup dibuktikan dengan kasus Carrefour Indonesia (Putusan Perkara Nomor: 09/KPPU-L/2009)<sup>13</sup>. Kasus ini terjadi sebab Carrefour mengakuisisi PT. Alfa Retalindo Tbk.<sup>14</sup> Akuisisi yang dilakukan menimbulkan penguasaan pangsa pasar yang menjadikan posisi dominan yang menghambat pelaku usaha lain untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan.

KPPU juga memiliki dugaan pelanggaran yang sama (Pasal 25) pada perusahaan grup lainnya, yaitu di Cinemaplex 21 dan Temasek Holdings. Tetapi dalam putusannya dugaan tersebut tidak terbukti dilakukan oleh perusahaan-perusahaan grup tersebut, artinya posisi dominan yang dimiliki perusahaan tersebut tidak menimbulkan anti persaingan dan merugikan pihak lain.

**b. Afiliasi Melalui Kepemilikan Saham Silang (*Cross Ownership*)**

Mengamati praktik perusahaan grup di Indonesia, terdapat anak perusahaan yang 100% kepemilikan sahamnya dipegang oleh induk perusahaan. Untuk menghindari risiko tidak terpenuhinya jumlah minimal pemegang saham anak perusahaan sebagaimana diatur dalam Pasal 7 Ayat (6) Undang-undang Perseroan terbatas. Induk perusahaan dari perusahaan tersebut menjalankan ketentuan Pasal 7 Ayat (5) melalui pengalihan saham

---

<sup>13</sup>Putusan Nomor: 09/KPPU-L/2009, terkait perkara Carrefour Indonesia, [http://www.kppu.go.id/docs/Putusan/putusan\\_carrefour\\_09\\_2009.pdf](http://www.kppu.go.id/docs/Putusan/putusan_carrefour_09_2009.pdf), Akses 20 Agustus 2015.

<sup>14</sup>Akuisisi merupakan perbuatan hukum yang membentuk perusahaan grup, dengan akuisisi perusahaan yang diakuisi tetap berdiri hanya sebagian sahamnya saja yang dimiliki perusahaan lain yang dipandang sebagai induk perusahaan dan perusahaan yang diakuisisi menjadi anak perusahaan. Sulistiowati, *op.cit.*, hlm. 69

kepada anak perusahaan yang lain dalam perusahaan grup yang sama. Tindakan pengalihan saham dari induk perusahaan kepada perusahaan memang tidak menyalahi ketentuan Pasal 7 Ayat (5), akan tetapi pengalihan saham kepada anak perusahaan dalam perusahaan grup yang sama dapat dianggap melanggar ketentuan mengenai pembatasan kepemilikan silang.<sup>15</sup>

Pada prinsipnya pengeluaran saham adalah suatu upaya pengumpulan modal, maka kewajiban penyeteroran atas saham seharusnya dibebankan kepada pihak lain. Tujuan pengaturan pembatasan terhadap kepemilikan silang merupakan upaya untuk mencegah adanya perbuatan hukum suatu perseroan dalam meningkatkan kepemilikan saham pada perseroan lain tanpa memenuhi kewajiban penyeteroran dana, karena peningkatan kepemilikan saham pada perseroan lain menyebabkan suatu perseroan memperoleh kewenangan untuk mengendalikan perseroan lain.<sup>16</sup>

Undang-undang No. 40 Tahun 2007 membatasi mengenai adanya kepemilikan silang di dalam Pasal 36 Ayat (1) menyatakan bahwa perseroan dilarang mengeluarkan saham baik untuk dimiliki sendiri atau oleh perseroan lain, yang sahamnya secara langsung atau tidak langsung telah dimiliki oleh perseroan.<sup>17</sup>

Undang-undang persaingan usaha juga mengatur afiliasi dengan pelaku usaha lain yang menimbulkan posisi dominan berupa kepemilikan saham silang (*crossownership*). Kepemilikan saham silang diatur di dalam

---

<sup>15</sup>Sulistiowati, *op.cit.*, 81.

<sup>16</sup>Sulistiowati, *Ibid.*, hlm. 88.

<sup>17</sup>Pasal 36 Ayat (1) Undang-undang No. 40 Tahun 1999 Tentang Perseroan Terbatas.

Pasal 27 Undang-undang No. 5 Tahun 1999, yaitu Pelaku usaha dilarang memiliki saham mayoritas pada beberapa perusahaan sejenis yang melakukan kegiatan usaha dalam bidang yang sama pada pasar bersangkutan yang sama, atau mendirikan beberapa perusahaan yang memiliki kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan yang sama, apabila kepemilikan tersebut mengakibatkan: satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50% (lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.<sup>18</sup>

Berdasarkan ketentuan yang terdapat pada Memori Penjelasan Pasal 29 Undang-undang No. 1 Tahun 1995 Tentang Perseroan Terbatas. Ketentuan tersebut hanya dijadikan gambaran, karena tidak terdapat dalam Undang-undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. Menyatakan bahwa anak perusahaan itu saham sahamnya lebih dari 50% (lima puluh persen) dimiliki induk perusahaan.<sup>19</sup>

Begitu juga dengan ketentuan perusahaan grup BUMN bahwa anak perusahaan adalah Perseroan Terbatas yang dikendalikan oleh BUMN dengan memiliki lebih dari 50% (lima puluh persen) sahamnya.<sup>20</sup> Bergerak pada sektor usaha yang sama, atau bergerak pada jenis usaha yang sejenis tetapi dengan segmen pasar berlainan.<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup>Pasal 27 Undang-undang No. 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

<sup>19</sup>Lihat Penjelasan Pasal 29 Undang-undang No. 1 Tahun 1995 Tentang Perseroan Terbatas

<sup>20</sup>Pasal 1 huruf (e) Keputusan Menteri BUMN No. KEP-117/M-MBU/2002 Tentang Penerapan Praktek *Good Corporate Governance* pada Badang Usaha Milik Negara (BUMN).

<sup>21</sup>Kurniawan, *op.cit.*, hlm. 112

Dewasa ini konstruksi perusahaan grup tersusun atas perusahaan-perusahaan yang anak perusahaan dan tingkat susunannya lebih dari satu yang didominasi induk perusahaan. Apalagi merupakan perusahaan grup berskala besar yang pengembangannya secara horizontal. Dengan demikian peneliti menyimpulkan bahwa struktur/konstruksi perusahaan grup sangat memungkinkan terjadi potensi kepemilikan saham silang yang dapat mempengaruhi iklim persaingan.

Fakta potensi pelanggaran Pasal 27 terkait kepemilikan saham silang di dalam perusahaan grup terjadi pada perkara Cineplex 21. PT Nusantara Indonesia Raya sebagai induk perusahaan memiliki hubungan terafiliasi dengan anak perusahaannya berupa kepemilikan saham silang, karena mempunyai saham mayoritas lebih dari 50% yaitu di 8 (delapan) perusahaan perbioskopian dan melalui dua dari delapan perusahaan tersebut memiliki saham mayoritas di 3 perusahaan perbioskopian lainnya. Dua perusahaan bioskop tersebut di Surabaya yaitu di PT. Intra Mandiri sebesar 98% dan PT. Wedu Mitra sebesar 70%. Akibat kepemilikan saham mayoritas tersebut PT. Nusantara Sejahtera Raya memiliki pasar dominan yang merugikan pihak lain di pasar bersangkutan.<sup>22</sup>

Pelanggaran Pasal 27 juga terbukti dilakukan oleh PT. Temasek Holdings,<sup>23</sup> yaitu STT memiliki saham Indosat dan Singtel memiliki saham Telkomsel, di mana STT dan Singtel dimiliki oleh perusahaan yang sama (Temasek) yang menyebabkan terpusatnya kekuatan pasar di

---

<sup>22</sup>Perkara Nomor: 05/KPPU-L/2002 tentang Cineplex, hlm. 42.

<sup>23</sup>Putusan Perkara Nomor: 07/KPPU-L/2007, terkait Perkara Temasek Holdings, hlm.

tangan Temasek karena kepemilikan saham mayoritas dalam bidang usaha yang sama pada pasar bersangkutan yang sama, sehingga mengakibatkan dampak anti persaingan usaha dalam pelayanan telekomunikasi seluler di Indonesia.<sup>24</sup>

**c. Afiliasi Melalui Keterkaitan Kepemimpinan dalam Perusahaan Grup**

Untuk menilai posisi dominan pada konstruksi perusahaan grup dapat juga dilihat dari afiliasi diantara perusahaan di dalam grup. Salah satu bentuk afiliasi yang ditentukan hukum persaingan usaha terjadi melalui rangkap jabatan, yaitu sebagai direksi dan/atau dewan komisaris di satu perusahaan dan menempati posisi direksi dan/atau dewan komisaris juga di perusahaan lain. Rangkap jabatan diatur di dalam Pasal 26 Undang-undang No. 5 tahun 1999, yaitu seseorang yang menduduki jabatan sebagai direksi atau komisaris dari suatu perusahaan, pada waktu yang bersamaan dilarang merangkap menjadi direksi atau komisaris pada perusahaan lain, apabila perusahaan-perusahaan tersebut:

- a. berada dalam pasar bersangkutan yang sama; atau
- b. memiliki keterkaitan yang erat dalam bidang dan atau jenis usaha; atau
- c. secara bersama dapat menguasai pangsa pasar barang dan atau jasa tertentu, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

---

<sup>24</sup>Ridwan Khairandy & Cenuk W.S, *Monopoli Industri Jasa Telepon Seluler di Indonesia*, Cetakan Pertama (Yogyakarta: Kerjasama UII Fak. Hukum Program Pascasarjana & Total Media, 2009), hlm. 39.

Realita bisnis perusahaan grup sebagai suatu kesatuan ekonomi, walaupun bentuk jamak secara yuridis. Kesatuan ekonomi merupakan bentuk dari kepemilikan induk atas saham anak perusahaan, dijelaskan dalam analisis di atas bahwa suatu perusahaan induk yang dapat mendominasi pengendalian anak perusahaan maka dapat diindikasikan induk perusahaan tersebut memiliki saham mayoritas. Implikasi terkait adanya kepemilikan saham mayoritas adalah legitimasi induk perusahaan mengangkat dan menempatkan direksi dan/atau dewan komisaris suatu perusahaan untuk merangkap menjadi anggota direksi dan/atau dewan komisaris perusahaan lain dalam grup, sehingga tercipta keterkaitan kepemimpinan di dalam perusahaan grup.<sup>25</sup> Oleh sebab itu keterkaitan tersebut menimbulkan potensi pelanggaran Pasal 26 Undang-undang Persaingan Usaha di dalam perusahaan grup.

Pasal 26 diterapkan dengan pendekatan hukum *rule of reason*, sehingga adanya jabatan rangkap tidak dilarang jika dilakukan dengan alasan yang logis dan tidak mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. Praktik rangkap jabatan banyak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan grup/holding di Indonesia, karena hal tersebut sebagai implikasi atas kepemilikan saham mayoritas induk perusahaan di dalam perusahaan grup. Dengan adanya legitimasi dan kewenangan menetapkan rangkap jabatan di dalam perusahaan grup, jangkauan pengendalian induk perusahaan dapat lebih luas dalam

---

<sup>25</sup>Sulistiowati, *op.cit.*, hlm. 2.

mengatur dan mempengaruhi kepentingan/kebijakan anak-anak perusahaan, sehingga dapat juga mengarah pada kegiatan merugikan pihak lain baik pihak ketiga maupun anak perusahaan sendiri demi mencapai tujuan kolektif induk perusahaan/perusahaan grup dalam memenangkan persaingan.<sup>26</sup>

Fakta potensi pelanggaran Pasal 26 pada konstruksi perusahaan grup dapat dibuktikan terjadi di PT. Garuda Indonesia yang mempunyai saham 95% di PT. Abacus dan Garuda Indonesia menempatkan dua orang direksinya merangkap jabatan di PT. Abacus. PT Garuda Indonesia dipandang sebagai induk perusahaan dan PT. Abacus sebagai anak perusahaan. Dengan rangkap jabatan tersebut kedua direksi ikut andil dalam menetapkan *dual access* yang mengharuskan *travel agent* untuk mengakses sistem abacus untuk pasar domestik, padahal abacus untuk pasar internasional.<sup>27</sup>

Pelanggaran Pasal 26 juga diduga KPPU terjadi di perusahaan grup PT. Cineplex 21<sup>28</sup> dan PT. Temasek Holdings<sup>29</sup>, tetapi dalam putusannya KPPU tidak dapat membuktikan bahwa perbuatan hukum tersebut menimbulkan kerugian dan menghambat persaingan. Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwa masih banyak induk perusahaan yang menerapkan rangkap jabatan pada anak perusahaan, sehingga berpotensi pelanggaran Pasal 26 jika kemudian pelaku usaha dengan rangkap jabatan

---

<sup>26</sup>Sulistiowati, *op.cit.*, hlm. 72

<sup>27</sup>Lihat Perkara KPPU No. 01/KPPU-L/2003 Tentang Garuda Indonesia.

<sup>28</sup>Putusan Perkara Nomor: 05/KPPU-L/2002 tentang Cineplex, hlm. 141-142.

<sup>29</sup>Putusan Perkara Nomor: 07/KPPU-L/2007, terkait Perkara Temasek Holdings, hlm.

tersebut melakukan kegiatan yang merugikan dan menghambat pelaku usaha lain.

## **2. Kewenangan Pengendalian Induk atas Anak Perusahaan**

Hukum perseroan memberikan legitimasi suatu perseroan untuk memiliki saham perseroan lain yang melahirkan kewenangan pengendalian suatu perseroan atas perseroan lain.<sup>30</sup> Oleh sebab itu dalam perusahaan grup kewenangan pengendalian ditimbulkan adanya kepemilikan induk perusahaan atas saham anak perusahaan.

Kapasitas induk perusahaan untuk menyinergikan kegiatan usaha anak-anak perusahaan dipengaruhi dalam mengendalikan anak-anak perusahaan yang bersangkutan. Induk perusahaan merumuskan strategi perusahaan grup yang dijabarkan menjadi strategi pada tingkat anak perusahaan, sedangkan direksi anak perusahaan menjalankan strategi bisnis sebagaimana yang telah ditetapkan oleh induk perusahaan sesuai masing-masing fungsi yang meliputi keuangan, produksi, pemasaran dan SDM untuk mendukung strategi bisnis anak perusahaan.<sup>31</sup>

Pengendalian terhadap suatu perseroan oleh perseroan lain memiliki bentuk yang bervariasi. Secara umum, pengaturan mengenai pengendalian pada suatu perseroan diartikulasikan melalui kepemilikan atas mayoritas saham perusahaan lain, kepemilikan mayoritas hak bersuara, hak untuk menentukan komposisi dewan direksi, hak untuk mempengaruhi dan mengarahkan proses pengambilan keputusan anak perusahaan yang

---

<sup>30</sup>Lihat Penjelasan Pasal 7 Ayat (1) Undang-undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.

<sup>31</sup>Sulistiowati, *op.cit.*, hlm. 79

mandiri.<sup>32</sup> Derajat pengendalian induk perusahaan terhadap anak perusahaan tidaklah seragam, tetapi bervariasi di antara perusahaan grup yang ada.

Undang-undang persaingan usaha tidak memberikan ekspresi khusus atas kewenangan pengendalian suatu perusahaan atas perusahaan lain. Jangkauan dan batasan kewenangan pengendalian suatu perusahaan atas perusahaan lain perlu menjadi perhatian yang penting, karena pengendalian yang melampaui batas dapat menimbulkan kerugian pihak lain dan menghambat persaingan usaha.<sup>33</sup> Oleh sebab itu menurut peneliti kewenangan pengendalian sebagai hal yang kompleks berdampak atas pelanggaran ketentuan-ketentuan yang dilarang dalam hukum persaingan usaha. Walaupun demikian perlu diketahui terlebih dahulu perilaku pelaku usaha atas kewenangan pengendalian yang dilakukan.

Pengendalian yang merugikan pihak lain dan menghambat persaingan usaha merupakan pelanggaran hukum persaingan usaha. Menurut peneliti Potensi tersebut dapat diidentifikasi melalui kebijakan yang mempengaruhi atau mengarahkan pengambilan keputusan anak perusahaan yang mandiri. Pengendalian manajemen tersebut dapat berupa pengendalian pemasaran (penetapan harga jual, segmentasi pasar/produk dan alokasi wilayah) dan pengendalian produksi (harga/kualitas/jumlah produksi). Demikian karena konsep pemisahan induk dan anak perusahaan (*separate ownership and control*) tidak berlaku dalam konstruksi perusahaan grup.

---

<sup>32</sup>*Ibid.*, hlm. 114.

<sup>33</sup>*Ibid.*, hlm. 72.

Fakta pengendalian induk kepada anak perusahaan dapat menimbulkan potensi pelanggaran hukum persaingan usaha yaitu perkara-perkara pada konstruksi perusahaan grup di atas (Temasek Holding, Cineplex 21, Garuda Indonesia dan Carrefour Indonesia).

## **B. Potensi Pelanggaran Hukum Persaingan Usaha dalam Penerapan Strategi Bisnis pada Konstruksi Perusahaan Grup/Holding**

Konstruksi perusahaan grup merupakan susunan perusahaan-perusahaan yang secara yuridis mandiri dan tersusun secara erat antara satu dengan yang lain sebagai suatu kesatuan ekonomi.<sup>34</sup> Kesatuan ekonomi sebagai implikasi dari kepemilikan saham dalam perusahaan grup, sehingga dalam realitas bisnis perusahaan grup berlaku sistem pengontrolan yang terpusat atau tersentralisasi, karena perusahaan-perusahaan pecahan atau anak perusahaan dalam kelompok dimiliki dan dikendalikan oleh perusahaan induk.<sup>35</sup>

Saat ini strategi pengembangan bisnis dengan konstruksi perusahaan grup/holding atau perusahaan grup banyak diterapkan oleh pelaku usaha baik dalam skala perusahaan besar (perusahaan swasta nasional & BUMN) dan juga dalam skala perusahaan kecil (UMKM). Salah satunya yang diterapkan oleh Amarta Corporation Grup (ACG), yaitu sebagai berikut:

---

<sup>34</sup>Sulistiowati, *Aspek Hukum dan Realitas Bisnis Perusahaan Grup di Indonesia* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010), hlm. 20.

<sup>35</sup>Pada dasarnya *holding company* sebagai perseroan yang memegang kendali atas perseroan lain. Perusahaan Induk dalam hal ini berperan memberikan modal bagi Perseroan Anak dan berperan dalam mendirikan Perseroan Anak tersebut, dikutip dari <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/cl3562/holding-company,-fungsi-dan-pengaturannya>, Akses 13 Juli 2015.

## 1. Penerapan Konstruksi Perusahaan Grup/ *Holding*

### a. Profil Perusahaan dan Strategi Bisnis

Amarta Corporation Grup merupakan induk perusahaan yang menaungi beberapa anak perusahaan dan berkedudukan di Yogyakarta. Jaringan bisnis dikembangkan dengan strategi membangun dan menggabungkan perusahaan-perusahaan sehingga menjadi dalam satu kelompok bisnis. ACG Company merupakan perusahaan group business owner dan management perusahaan/lembaga yang bergerak di bidang penyedia jasa konsultan, training, event management dan edutainment.<sup>36</sup>

Bentuk bisnis di atas mengartikan bahwa hubungan kerja ACG Company dan anak perusahaan adalah sebagai pemilik saham dan event management yang dapat mengatur produksi dan pemasaran anak perusahaan. Pembentukan konstruksi ACG Company merupakan bentuk dari perusahaan grup/*holding* dengan prosedur terprogram, yang mana sejak semula owner telah menyadari pentingnya perusahaan *holding* sehingga sejak awal sudah bertujuan untuk membentuk suatu perusahaan *holding*. Karena itu perusahaan yang pertama kali didirikan dalam grupnya adalah perusahaan *holding*/induk, jumlah perusahaan-perusahaan baru sebagai anak perusahaan dapat terus berkembang jumlahnya seiring dengan perkembangan bisnis dari grup usaha yang bersangkutan.

Perkembangan ekonomi dan pasar global menuntut setiap pengusaha untuk melakukan strategi jitu dan inovasi bisnis agar dapat bertahan dalam

---

<sup>36</sup>Wawancara nonformal dengan S.J. Putra, Yogyakarta, tgl. 13 Juli 2015. Lihat juga <https://groups.yahoo.com/neo/groups/tim-pandawa/conversations/topics/27>, Akses 21 Juli 2015.

persaingan bisnis yang ketat. Demikian halnya ACG Company dengan strategi bisnis unggulan yang diterapkan yaitu:<sup>37</sup>

1) Kloning internal

Membuat jaringan perusahaan/lembaga baru dengan menginduk ke perusahaan/ lembaga Amarta yang lebih dulu mapan sebagai referensi utama dengan tujuan untuk memperbesar peluang pasar baru.

2) Kloning Eksternal

Membuat jaringan perusahaan/lembaga baru dengan system ATM (amati, tiru & modifikasi) perusahaan/ lembaga-lembaga lain diluar Amarta dengan tujuan untuk memenangkan persaingan.

3) Cost leadership

Selalu memilih yang paling efisien (ekonomis) tetapi tetap menjaga standard kualitas.

3. Defferentiation Strategy

Secara terus-menerus melakukan perbaikan dan inovasi agar jasa yang dimiliki unggul dan berbeda (unik/ khas) dibandingkan dengan yang dimiliki para pesaing.

4. Networking

Secara terus-menerus fokus membuat jejaring networks yang efektif mulai dari tenaga ahli (expert), mitra kerja (hotel, jasa tour, dll) dan pelanggan (klien) di seluruh dunia.

---

<sup>37</sup>*Ibid.*, (tidak ditemukan situs resmi yang menjabarkan strategi perusahaan, tetapi bisa ditelusuri lewat <https://groups.yahoo.com/neo/groups/tim-pandawa/conversations/topics/27>).

## **b. Struktur Bisnis dan Kegiatan Usaha**

Perusahaan ACG merupakan sebuah Grup yang membawahi 8 unit perusahaan yang bergerak dalam bidang konsultan dan training provider.<sup>38</sup>

Berikut 8 perusahaan yang berkembang di bawah naungan ACG Company:

- 1) PT. E-Marketindo Consultant, merupakan badan usaha yang berfokus sebagai penyedia jasa konsultan dan training-training berkualitas di bidang IT dan Online Marketing.
- 2) CV. NeoTalenta Consulting, merupakan badan usaha penyedia jasa konsultan dan pelatihan bergerak di bidang marketing dan strategi pemasaran (awal pendirian bergerak pada bidang Safety dan oil & gas).
- 3) PerformaPlus Consulting, badan usaha penyedia jasa pelatihan dan konsultan yang bergerak di bidang HRM dan Legal Aspect.
- 4) MarcomPlus Consulting, merupakan badan usaha sebagai penyedia jasa pelatihan dan konsultasi yang bergerak di bidang komunikasi untuk pemasaran.
- 5) PT. ConversaEdutama, yang merupakan badan usaha penyedia jasa pelatihan yang fokus bergerak di bidang finance, keuangan dan perbankan.
- 6) PT. Bexpert Indoprima, sebagai badan usaha penyedia jasa pelatihan dan konsultasi yang bergerak dalam bidang Mining, oil &

---

<sup>38</sup>Wawancara nonformal dengan Ferdian Adi (Pimpinan E-marketindo Consultant), Yogyakarta, tgl. 12 Juli 2015. (tidak ditemukan situs resmi tetapi sebagai tambahan referensi dapat dilihat juga <https://about.me/FerdianAdi>, Akses 21 Juli 2015).

gas, engineering, HSE, dan Persiapan MPP. Jasa konsultasi yang diselenggarakan antara lain di bidang: ISO Standard, Safety (K3), Lingkungan, Engineering dan Manajemen.

7) PT. Centragama Indovisi, merupakan badan usaha sebagai penyedia jasa pelatihan dan konsultan yang bergerak di bidang electrical engineering, mechanical engineering, chemical & environment dan TOT sertifikasi BNSP.<sup>39</sup>

a. PT. CentraSafety, sebagai wujud komitmen PT. Centra Gama Indovisi, untuk memberikan layanan yang tuntas dan lebih terfokus pada kebutuhan klien/pelanggan terkait dengan program-program pelatihan sertifikasi dan konsultasi bergerak di bidang Kesehatan dan Keselamatan dan Kerja (K3).<sup>40</sup> Centrasafety merupakan sub atau turunan dari PT. CentraGama Indovisi yang khusus sebagai penyedia jasa K3 sertifikasi dari Kemnaker RI, diperlukan penanganan khusus karena cakupan bidang K3 sangat luas dan kebutuhan pun sangat tinggi sehingga memerlukan lembaga sendiri yang lebih fokus agar dapat memberikan pelayanan yang memuaskan dan berkualitas.

8) Perkembangan terbaru selain unit bisnis di atas, ACG Company juga memiliki badan usaha yang bergerak dalam jasa konsultan safety driving, tour & travel, yaitu CV. Ramadhan.<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup><http://centragama.com/>, Akses 21 Juli 2015.

<sup>40</sup><http://pt.centragamaindovisi.web.indotrading.com/>, Akses 21 Juli 2015.

<sup>41</sup><http://ramadanitour.com/>, Akses 23 Juli 2015.

Melihat jenis bisnis yang dijalankan dapat dikatakan terdapat perbedaan antara satu anak perusahaan dengan anak perusahaan yang lain. Walaupun pengembangan bisnisnya secara horizontal, tetapi tingkat penggantian sangat lemah, artinya jika konsumen membutuhkan konsultasi/pelatihan hukum dan penyedia jasa tidak dapat melaksanakannya tentu saja konsumen tidak akan berpindah jenis jasa konsultasi yang dimiliki anak perusahaan lain. *Corebusiness* dan tugas utama setiap badan usaha adalah sebagai penyedia jasa konsultan dan pelatihan, dengan produk utama dan bidang yang cukup berbeda sesuai *branding* dan kompetensi khusus yang dimiliki.

Terkait lokasi pemasaran, masing-masing dapat menentukan pemasaran hampir ke seluruh wilayah Indonesia (bahkan ekspektasinya ke seluruh dunia) baik untuk organisasi/perusahaan maupun personal/masyarakat umum, dengan produk yang ditawarkan setiap perusahaan sangat *variatif* dan juga harga yang kompetitif sesuai dengan analisa pasar dan kebijakan unit bisnis.<sup>42</sup>

### **c. Hubungan Kerja dan Keterkaitan antara Induk dan Anak Perusahaan**

Sebagai induk perusahaan, ACG Company bergerak dalam bentuk event management. Artinya selain sebagai pendiri perusahaan/pemilik saham Amarta menjalankan usaha sebagai vendor project yang menyiapkan segala kebutuhan proyek yang akan diselenggarakan oleh

---

<sup>42</sup>Presentasi Bisnis oleh Nurhidayat, Pimpinan PT. Centragama, Yogyakarta, 13 Juli 2015.

anak-anak perusahaan. Kebutuhan yang diperlukan setiap proyek yaitu training kit, souvenir, transportasi/tiket, akomodasi (hotel, tempat pelatihan & konsumsi), pemateri/expert sesuai bidang dan modul. Perencanaan tersebut bertujuan agar ACG Company dapat lebih matang merencanakan event management. Begitu juga setiap badan usaha dapat lebih fokus dalam memasarkan produk dengan menyerap dan melayani kebutuhan klien/konsumen sesuai branding yang dimiliki, supaya tercipta kepuasan dan loyalitas pelanggan karena hasil terbaik dan berkualitas.<sup>43</sup>

Dalam hubungannya sebagai event management, ACG Company dapat mengendalikan kebijakan dan menetapkan standar harga setiap item/komponen proyek dan standar omzet suatu proyek kepada anak perusahaan (berdasar lokasi/daerah & bidang/jenis proyek). Seperti jasa untuk kompetensi bidang *soft skill* standar omzet/harga lebih rendah daripada kompetensi bidang *hard skill*, dan standar omzet/harga yang berbeda pada pelaksanaan setiap daerah (*venue*) pelatihan (Yogyakarta, Bali, Bandung, dll). Tujuannya sebagai *antisipasif* dan *preventif* terjadinya *lost selling* atau kerugian proyek. Implementasi dalam pemasaran, setiap badan usaha dapat melakukan strategi promosi/penjualan dan menciptakan harga produk yang kompetitif sesuai harga pasaran yang tentu juga sangat dinamis karena ada proses negosiasi harga kembali dengan calon konsumen.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup>Wawancara nonformal dengan S.J Putra, *op.cit.*

<sup>44</sup>*Ibid.*

Kemudian jika nilai omzet proyek pada unit bisnis tidak memenuhi standar yang dijadikan ukuran atau setelah dihitung bersama dana operasional lebih besar dari pemasukan, maka ACG Company sebagai event management dapat mengambil keputusan untuk tidak menjalankan proyek yang diminta. Hal ini wajar saja, karena tidak ada kemungkinan suatu proyek rugi tetap dijalankan, jika dijalankan tentu tidak hanya merugikan ACG Company tetapi juga para pihak terkait dalam grup dan unit bisnis sendiri.<sup>45</sup>

Jenis hubungan kerja induk perusahaan dan anak perusahaan yang terjadi di ACG Company dapat dilihat, yaitu:

1. Berdasarkan keterlibatan perusahaan induk dalam mengambil keputusan

Amarta termasuk kategori perusahaan induk manajemen karena terlibat/turut serta dan mencampuri atau setidaknya-tidaknnya memonitor terhadap pengambilan keputusan bisnis dari perusahaan anak. Setiap unit bisnis sebagai anak perusahaan tidak ada kewenangan untuk memilih project vendor lain sebagai event manajemen selain ACG Company. Karena sejak awal pendirian perusahaan induk adalah sebagai event manajemen yang diperuntukan bagi unit bisnis/anak perusahaan.

2. Berdasarkan keterlibatan perusahaan induk dalam berbisnis

---

<sup>45</sup>*Ibid.*

ACG Company merupakan perusahaan induk beroperasi. Karena dalam perusahaan induk beroperasi selain bertugas memegang saham dan mengendalikan manajemen anak perusahaan, juga melakukan bisnis sendiri yaitu dalam management sebagai project vendor yang memenuhi kebutuhan operasional proyek pada setiap badan usaha grup.

Demikianlah kenyataan/realitas bisnis grup Amarta terdapat keterkaitan dalam kegiatan bisnis/ekonomi sebagai suatu kesatuan ekonomi, walaupun masing-masing badan usaha adalah entitas yang terpisah (*separate entity*) sebagai subyek hukum mandiri. Adanya kesatuan ekonomi, masing-masing badan usaha dapat semakin berkembang secara signifikan. Hal yang dibangun dalam kerjasama bisnis grup Amarta menguntungkan semua pihak dalam grup atas kerjasama yang dilakukan.

Dengan kata lain, prinsip bisnis yang dijalankan ACG mengedepankan *fairness* dan keadilan di antara pelaku usaha baik di dalam grup maupun dengan pelaku usaha lain. Dengan konstruksi perusahaan di ACG Company, konsumen dapat menikmati harga yang kompetitif dan produk berkualitas karena lebih fokus dalam pelayanan, begitu juga strategi *cost leadership* yaitu ketika hanya ada satu peserta dalam pelatihan di satu unit, maka pelatihan tersebut dapat di jalan di gedung pelatihan sendiri dan jika unit bisnis lain ada event di waktu yang sama maka semua event dapat dilaksanakan di hotel berbintang karena ACG Company dapat menerapkan subsidi silang.

*Fair* dalam pelaksanaan bisnis dan persaingan karena setiap unit memiliki *branding* dan bergerak dalam bidang berbeda, sehingga tidak mungkin menguasai satu produk dalam pasaran. Berbeda halnya dengan pesaing usaha lainnya, kebanyakan perusahaan jasa konsultan dan pelatihan di Indonesia satu perusahaan menyediakan dan melayani kebutuhan jasa pelatihan di semua bidang ilmu/kompetensi. Hal tersebut yang akan menghambat pelaku usaha lain untuk masuk pasar, karena sudah dikuasai terlebih dahulu oleh satu perusahaan yang memiliki produk untuk semua bidang.

Di samping kondisi di atas, peneliti menemukan perilaku bisnis lain di ACG Company, yaitu penentuan kesepakatan harga tertinggi dan harga terendah atas suatu proyek yang tidak terduga. Artinya, walaupun setiap badan usaha dalam ACG Company memiliki *branding* dan *corebusiness* yang berbeda, kadang kalanya ada customer atau perusahaan pemilik proyek yang memberikan/menyebarkan penawaran atas suatu proyek kepada banyak perusahaan jasa konsultan/pelatihan walaupun produknya di luar *branding*/bidang jasa yang dimiliki, bahkan sering terjadi setiap anak perusahaan ACG Company mendapatkan penawaran satu jenis proyek yang sama.<sup>46</sup> Menyikapi hal tersebut semua anak perusahaan ACG Company akan merespon peluang dengan mengajukan penawaran proyek.

---

<sup>46</sup>Wawancara nonformal dengan Yusuf dan Taufik (staf marketing di beberapa anak perusahaan grup Amarta), Yogyakarta, 17 Agustus 2015.

Alasannya agar tidak mengecewakan pelanggan, walaupun proyek tersebut bukanlah produk yang dijual.<sup>47</sup>

Karena menerima tawaran proyek yang sama, kemungkinan besar akan terjadi *crass/overlap* antar anak perusahaan. Untuk memitigasi hal tersebut sebagai induk perusahaan ACG Company bertindak sebagai fasilitator yang menetapkan kebijakan dengan menentukan salah satu anak perusahaan untuk memiliki hak prioritas atas proyek yaitu perusahaan/unit bisnis yang lebih dulu mendapatkan permintaan proyek tersebut (dengan cek bukti tanggal permintaan dari pelanggan/klien dan *update* laporan marketing).

Kemudian kesepakatan yang diakomodir induk perusahaan (ACG Company), yaitu anak perusahaan yang paling awal mendapatkan permintaan proyek berhak untuk memberikan dan menawarkan proyek dengan harga yang lebih rendah dari anak perusahaan lainnya, anak perusahaan lain (khususnya yang sesuai *branding* atas proyek) tetap menawarkan proyek yang sama tersebut tetapi dengan memberikan harga yang lebih tinggi/mahal. Kebijakan seperti ini ditetapkan ACG Company dalam rangka menghindari perselisihan, atau jika hal yang serupa terjadi dikemudian hari tidak menjadikan pertentangan lagi.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup>*Ibid*

<sup>48</sup>*Ibid*

## **2. Potensi Pelanggaran Hukum Persaingan Usaha dalam Penerapan Strategi Bisnis Konstruksi Perusahaan Grup**

Berdasarkan konsep strategi bisnis konstruksi perusahaan grup/*holding* dan pengembangan di beberapa perusahaan yang dijelaskan sebelumnya, maka potensi yang dapat terjadi yaitu:

### **a. Perjanjian Penetapan Harga (*Price Fixing Agreement*)**

Untuk membuktikan adanya perjanjian penetapan harga dalam perusahaan kelompok/grup, maka perlu dianalisis pemenuhan unsur-unsur yang terkandung dalam Pasal 5 ayat (1), yaitu pelaku usaha, perjanjian dengan pelaku usaha pesaing, menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan, dan pasar bersangkutan yang sama.

#### **1) Unsur Pelaku Usaha**

Berdasarkan Pasal 1 angka 5 bahwa Pelaku usaha adalah setiap orang atau 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.

Aspek yuridis dalam konstruksi perusahaan grup/kelompok terdapat anak-anak perusahaan sebagai badan hukum mandiri. Walaupun tidak menutup kemungkinan terdapat anak perusahaan yang tidak berbadan hukum. Masing-masing memiliki hak dan kewajiban

sendiri atas pelaksanaan kegiatan bisnis/ekonomi, demikian dapat diartikan bahwa anak perusahaan dalam kelompok bertindak sebagai pelaku usaha.

Mengamati konstruksi perusahaan grup ACG bahwa anggota grup/kelompok merupakan perusahaan yang menyelenggarakan kegiatan usaha sebagai penyedia jasa konsultan dan pelatihan, yang terkumpul dalam suatu wadah grup/kelompok sebagai badan usaha berbadan hukum dan ada yang bukan badan hukum. Dengan demikian dari unsur pelaku usaha, anggota ACG Company tersebut memenuhi ketentuan Pasal 1 angka 5 Undang-undang No.5 Tahun 1999, sebagai pelaku usaha.

## **2) Perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya.**

Dalam perusahaan grup/kelompok terdapat kesatuan ekonomi. Demi mencapai tujuan kolektif perusahaan grup sebagai suatu kesatuan ekonomi, antar anak perusahaan akan menjalin kerjasama dalam pelaksanaan bisnis yang difasilitasi dan dikendalikan oleh perusahaan induk/*holding*. Kerjasama dalam perusahaan grup berupa perjanjian/kesepakatan bisnis mengikat antara anak perusahaan, baik berupa perjanjian horizontal (antara anak perusahaan pada tingkat bisnis yang sama) maupun perjanjian vertikal (antara anak perusahaan pada tingkat bisnis yang beda).

Secara umum dengan kemandirian anak-anak perusahaan yang hak dan kewajibannya tidak terkait satu dengan lainnya, maka anak

perusahaan akan saling berkompetisi dalam pemasaran dan/atau produksi. Oleh sebab itu dalam konstruksi perusahaan kelompok/grup, dapat dikatakan anak-anak perusahaan merupakan pelaku usaha yang bersaing antara satu dengan yang lainnya. Dengan demikian, dapat dinyatakan pemenuhan unsur ini berpeluang besar dalam konstruksi perusahaan grup/*holding*.

Berkaitan dengan praktik bisnis di ACG Company, pada prinsipnya setiap anak perusahaan melaksanakan kegiatan ekonomi yaitu penyedia jasa konsultan dan pelatihan yang masing-masing memiliki *branding* dan jenis produk yang berbeda cukup *signifikan* atau dapat dikatakan anak-anak perusahaan melakukan kegiatan dalam industri yang berbeda walaupun pengembangannya secara horizontal. Jenis produk yang satu tidak dapat dijadikan sebagai pengganti jenis produk yang lain. Oleh sebab itu dapat dikatakan suatu perjanjian bisnis menjadi hal yang tidak mungkin terjadi, anak perusahaan yang satu tidak menjadi pesaing anak perusahaan lain karena *branding* dan jenis produk yang berbeda, sehingga unsur 'perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya' tidak dapat terpenuhi.

Di samping itu, berdasarkan perilaku bisnis perusahaan Amarta yang menetapkan harga sehingga menghasilkan harga terendah dan harga tertinggi seperti yang dijelaskan sebelumnya, maka dapat dikatakan perilaku demikian menjadi alasan munculnya kesepakatan di antara anak perusahaan yang menjadi pesaing proyek yang sama. Demikian unsur

*perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya* dapat berpotensi terpenuhi dalam praktik di ACG Company.

Dari sisi konsumen kebijakan penetapan tersebut dapat berpotensi merugikan, karena banyak perusahaan pemilik proyek/konsumen tidak memahami diversifikasi produk jasa yang dimiliki di setiap perusahaan di dalam grup dan bahkan ada yang tidak mengetahui bahwa perusahaan-perusahaan yang diberikan penawaran adalah suatu perusahaan yang tergabung dalam grup. Terbukti masih saja mengirim penawaran proyek yang sama pada perusahaan-perusahaan pelaksana/penyelenggara yang sebenarnya memiliki jenis produk yang berbeda.

Syarat agar potensi ini tidak terpenuhi, sebaiknya anak-anak perusahaan yang mendapatkan penawaran tidak merespon penawaran tersebut jika memang bukan menjadi bagian/jenis bisnis dan produk perusahaan dan melimpahkan penawaran kepada perusahaan lain yang sesuai jenis produknya, sehingga hanya ada satu anak perusahaan grup Amarta yang mewakili grup menawarkan proyek terkait. Dengan demikian persaingan hanya terjadi dengan perusahaan lain di luar grup.

Hal lain adanya pengendalian dalam bentuk kebijakan/kesepakatan tertentu antara induk perusahaan yang mengikat anak perusahaan di ACG Company bukanlah suatu perjanjian yang dimaksud dalam Pasal 5 Ayat (1), karena yang ditentukan adalah perjanjian dengan pesaing usaha. Walaupun dari syarat sahny suatu

perjanjian terpenuhi sesuai Pasal 1320 KUH Perdata, yaitu adanya kesepakatan, adanya kecakapan, adanya obyek/ suatu hal tertentu, dan suatu sebab yang halal.<sup>49</sup> Hal tersebut karena fungsi Amarta adalah sebagai event manajemen anak perusahaan, sehingga induk dan anak perusahaan bukan sebagai pesaing usaha.

### **3) Menetapkan Harga atas Suatu Barang dan/atau Jasa yang Harus Dibayar oleh Konsumen atau Pelanggan.**

Sebagai fungsi perusahaan induk manajemen, induk perusahaan dapat berperan sebagai fasilitator. Pengatur kebijakan dan kesepakatan-kesepakatan bisnis antara anak perusahaan. Peran tersebut tidak berbeda dengan peran asosiasi, maka sangat memungkinkan terjadi penetapan/kesepakatan harga di dalamnya.

Melihat Praktik ACG Company, pengendalian induk perusahaan terhadap anak perusahaan merupakan bentuk perusahaan induk manajemen. Pengendalian yang dilakukan berupa kebijakan, salah satunya kebijakan menetapkan standar harga/omzet tertentu pada suatu barang dan proyek yang diperuntukan kepada anak perusahaan, yang dalam hal ini berperan sebagai pelanggan. Kebijakan harga tidak dibuat dalam perjanjian tertulis, tetapi berwujud form cek list barang. Adanya pengendalian harga yang melahirkan kebijakan penetapan harga, maka dapat dinyatakan unsur Pasal 5 di ACG Company dapat terpenuhi.

---

<sup>49</sup>R. Subekti & R. Tjitrosudibio, *Kitab Undang-undang Hukum Perdata*, Cetakan ke-31, (Jakarta: PT. Pradnya Paramita, 2001), hlm. 339.

Selain itu jika ketentuannya dengan pelaku usaha pesaing, unsur ini juga terpenuhi dengan adanya perilaku dan strategi bisnis yang dilakukan ACG Company seperti yang dijelaskan dalam unsur '*perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya*', yaitu adanya penetapan kesepakatan harga tertentu yang harus dibayar oleh konsumen.

#### 4) Pasar Bersangkutan yang Sama.

Pasar bersangkutan adalah pasar yang berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu oleh pelaku usaha atas barang dan jasa yang sama atau sejenis atau substitusi dari barang dan jasa tersebut".<sup>50</sup> Untuk menganalisa pemenuhan unsur ini, suatu pasar haruslah sama/berkaitan di mana perusahaan-perusahaan tersebut melakukan persaingan, yaitu dalam hal wilayah geografis dan pasar produknya.<sup>51</sup>

##### a) Wilayah Geografisnya

Jangkauan atau daerah pemasaran yang perusahaan holding ACG Company adalah sama, yaitu wilayah Indonesia dengan pangsa pasar atau sasaran pasarnya seluruh perusahaan atau organisasi yang ada di Indonesia. Tidak ada pembatasan pangsa pasar dan wilayah pemasaran yang ditentukan ACG Company terhadap anak-anak perusahaannya, karena setiap organisasi/perusahaan memiliki kebutuhan produk yang beragam. Setiap anak perusahaan memiliki kesempatan yang sama untuk memasarkan produknya (jasa konsultan dan pelatihan) berdasar

---

<sup>50</sup>Pasal 1 No. 10 Undang-undang No. 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

<sup>51</sup>Putusan Perkara Nomor: 07/KPPU-L/2007, terkait Perkara Temasek Holdings, hlm. 5.

kesesuaian kebutuhan suatu organisasi dengan *branding*/bidang jasa yang dimiliki anak perusahaan.

b) Pasar Produk (*Market Product*)

Prinsipnya setiap jenis produk jasa konsultan dan pelatihan di ACG Company dapat dinyatakan tidak sama atau tidak dapat menjadi substitusi antara jenis produk yang satu dengan yang lain. Hal tersebut dapat dilihat dari 4 aspek, yaitu: bentuk lahiriah dan sifat barang, fungsi barang, harga barang, dan fleksibilitas barang bagi konsumen. Walaupun dalam praktiknya cukup tiga aspek untuk menganalisisnya, yaitu karakteristik, kegunaan dan harga barang.<sup>52</sup>

1) Bentuk dan Sifat fisik produk

Produk yang dimiliki setiap anak perusahaan ACG Company secara umum bentuknya berupa kegiatan/aktifitas konsultasi/pelatihan dan sifatnya pelayanan jasa konsultan dan pelatihan. Jika demikian dapat dikatakan bentuk dan sifat fisik produk adalah sama. Untuk jenis produknya berbeda antara anak perusahaan yang satu dengan yang lain sesuai *branding* dan kompetensi badan usaha.

Dari analisa peneliti berbagai bidang dan kompetensi jasa konsultan dan pelatihan dapat dikelompokkan menjadi:

---

<sup>52</sup>Putusan Perkara Nomor: 07/KPPU-L/2007, terkait Perkara Temasek Holdings, hlm. 5.

- a) Bidang soft skills, yaitu terkait kompetensi komunikasi, HRM, Marketing, finance, legal aspect, Online Marketing, marketing dan strategi pemasaran, manajemen, komunikasi untuk pemasaran, finance, keuangan dan perbankan, Persiapan MPP, TOT sertifikasi BNSP.
- b) Bidang hard skills, yaitu kompetensi IT, Mining, oil & gas, engineering, HSE, dan electrical engineering, mechanical engineering, chemical & environment dan Kesehatan dan Keselamatan dan Kerja sertifikasi kemenaker, safety driving.

Setiap bidang/kompetensi tersebut sangat berbeda dan tidak dapat digantikan/substitusi antara kebutuhan jenis produk yang satu dengan yang lain. Dengan demikian, dapat dikatakan unsur bentuk dan sifat fisik produk tidak terpenuhi. Karena jenis produk yang satu dengan yang lain tidak sama, maka dikatakan bukan produk saling bersaing. Dalam hal ini, produk yang satu dengan produk yang lain bukan satu pasar, karena dilihat dari aspek sifat kegiatannya.

Terlepas dari analisa di atas, berdasarkan pengaturan harga terendah dan tertinggi ketika mendapatkan proyek dengan jenis yang sama, maka unsur bentuk dan sifat fisik produk dapat dinyatakan sama. Demikian potensi pemenuhan unsur ini dapat terpenuhi.

## 2) Fungsi Produk

Jenis produk yang berbeda antara pelaku usaha/ anak perusahaan tentu berimplikasi terhadap fungsi yang berbeda bagi konsumen. Misalnya fungsi jasa konsultan & pelatihan IT yaitu memberikan wawasan/pemahaman dan *troubleshooting* ilmu/kompetensi IT. Tentu saja berbeda dengan fungsi jasa bidang *finance, legal*, dll.

Dilihat dari aspek fungsi produk jasa tersebut, maka produk jasa IT dengan *finance* adalah bukan satu produk pasar (*market product*), artinya tidak sebagai satu pasar bersangkutan.

Berbeda jika ketika anak perusahaan grup Amarta menawarkan jenis produk yang sama pada proyek tidak terduga. Potensi unsur fungsi produk dapat terpenuhi.

## 3) Harga produk

Berdasarkan bidangnya, pelatihan dan konsultasi bidang *hard skill* lebih mahal karena ada praktik/kunjungan lapangan dan observasi yang mendalam dalam kegiatannya. Berbeda pada bidang *soft skill* harga produk lebih murah. Misalnya pelatihan bidang *hard skill* yaitu tentang *engineering/ oil and gas* standar harga 7 sd 9 juta, berbeda dengan pelatihan bidang *soft skill* tentang hukum dengan harga 5 sd 5,5 juta. Tetapi setiap produk dalam satu bidang seperti bidang *soft skill* harganya hampir sama dan bahkan bisa sama, yaitu jasa pelatihan dan konsultasi

marketing dengan harga standar 4,5 sd 5 juta dan harga pelatihan bidang hukum 5 juta.

Walaupun demikian setiap bidang kompetensi berapapun tingkat harganya dikatakan sebagai barang yang tidak sama atau produk jasa marketing bukan sebagai barang pengganti atas produk jasa hukum, demikian juga dengan produk bidang yang lainnya.

Berbeda jika ketika anak perusahaan grup Amarta menawarkan jenis produk dan bidang yang sama pada proyek yang tidak terduga yang dijelaskan di atas. Potensi unsur ini dapat terpenuhi, karena harga produk tidak jauh berbeda.

#### 4) Fleksibilitas Barang Bagi Konsumen.

Dalam penelitian ini, bentuk konsumen dibagi dua, yaitu konsumen personal/perorangan dan konsumen organisasi/perusahaan yang biasanya diwakilkan oleh bagian diklat/pengadaan jasa. Konsumen personal tidak ada fleksibilitas atas produk jasa, karena tidak ada kemungkinan orang yang membutuhkan produk jasa hukum bersedia untuk ditawarkan produk jasa keuangan.

Jika konsumen tersebut organisasi, kemungkinan bersedia menerima tawaran ganti produk cukup besar, karena suatu organisasi kebutuhan jasa konsultasi dan pelatihan tidak hanya mencakup satu bidang saja. Tetapi tetap dikatakan bahwa produk pengganti tersebut tidak menjadi produk utama bagi konsumen

terhadap produk yang dibutuhkan. Karena fungsi produk sangat berbeda, sehingga kebutuhan utama mungkin saja dalam waktu bersamaan akan dipenuhi juga.

Oleh sebab itu dapat dinyatakan bahwa unsur pasar bersangkutan yang sama tidak terpenuhi di ACG Company, karena hanya wilayah geografisnya saja yang sama sedangkan pasar produknya berbeda.

Penerapan konstruksi perusahaan grup ACG, terdapat unsur-unsur Pasal 5 ayat (1) yang tidak terpenuhi, yaitu perjanjian dengan pelaku usaha pesaing dan Pasar bersangkutan yang sama (bentuk dan sifat fisik barang, fungsi barang, dan fleksibilitas barang bagi konsumen). Karena ada unsur tidak terpenuhi maka tidak dapat dinyatakan sebagai sebuah pelanggaran.

Di samping itu, jika anak perusahaan grup Amarta menawarkan jenis produk yang sama pada proyek tidak terduga yang dikirim secara menyebar/*random* oleh pelanggan. Potensi pemenuhan unsur-unsur Pasal 5 Ayat (1) secara keseluruhan dapat terpenuhi.

Dalam penerapannya pasal ini menggunakan pendekatan hukum *per se illegal*. Artinya tidak perlu pembuktian dampak positif atau negatif, jika dalam konstruksi perusahaan grup/kelompok, induk perusahaan sebagai holding company memanfaatkan fungsi manajemen, yaitu memfasilitasi kesepakatan/penetapan harga antara anak perusahaan dalam pasar bersangkutan yang sama dengan perjanjian baik tertulis ataupun tidak tertulis, maka secara langsung dapat dinyatakan

perusahaan grup tersebut berpotensi melanggar Pasal 5 Ayat (1) Undang-undang No. 5 Tahun 1999.

**b. Potensi Adanya Afiliasi Dengan Pelaku Usaha Lain**

Struktur monopoli dalam konstruksi perusahaan grup akan berdampak pada posisi dominan, potensi dominasi pasar karena terjalin *afiliasi* diantara subyek hukum. Hubungan terafiliasi dapat terjadi melalui rangkap jabatan dan kepemilikan saham silang.

1) Pasal 26 Undang-undang No. 5 Tahun 1999, terkait Jabatan Rangkap

Untuk menilai potensi jabatan rangkap dalam perusahaan grup/kelompok, maka unsur-unsur yang harus terpenuhi yaitu:

- a) Unsur adanya seseorang yang menduduki jabatan sebagai direksi atau komisaris dari suatu perusahaan pada waktu yang bersamaan merangkap menjadi direksi atau komisaris pada perusahaan lain. Konstruksi perusahaan ACG Company diidentifikasi ada seorang Direktur di perusahaan E-marketindo Consultant, Mr. Ferdy yang juga secara bersamaan menjabat sebagai Direksi di perusahaan ConversaIndotama Consultant, perusahaan tersebut merupakan anak perusahaan ACG Company. Hal ini ditemukan dari beberapa website yang menyebutkan nama tersebut di beberapa perusahaan, dan juga dari dokumen sertifikat pelatihan di perusahaan yang berbeda.
- b) Unsur perusahaan-perusahaan tersebut berada dalam pasar bersangkutan yang sama. Unsur ini dapat terpenuhi jika anak-anak

perusahaan beroperasi pada pasar produk dan wilayah geografis dan pasar produk yang sama. Pada prinsipnya grup Amarta merupakan bentuk kelompok horizontal yang mana setiap anak perusahaan memiliki *market product* atau jenis produk yang berbeda di pasaran dan bukan sebagai pesaing, sehingga tidak berada dalam pasar bersangkutan yang sama.

Di samping itu, berbeda halnya jika beberapa anak perusahaan mendapatkan penawaran proyek sama yang tidak terduga dengan *random system* perusahaan klien/pelanggan, karena dua atau lebih anak perusahaan merespon/memberikan penawaran walaupun ada penentuan harga yang berbeda berdasar kebijakan induk perusahaan, maka pemenuhan unsur ini pun berpotensi dapat terpenuhi.

- c) Unsur memiliki keterkaitan yang erat dalam bidang dan atau jenis usaha. Selain di bidang usaha yang sama, jabatan rangkap juga dapat terjadi dalam perusahaan grup yang mana anak-anak perusahaan memiliki keterkaitan usaha dalam proses produksi dari pasar hulu ke hilir.<sup>53</sup> Konstruksi perusahaan grup ACG memiliki keterkaitan yang erat dalam bidang usaha jasa konsultan & pelatihan, anak-anak perusahaan sebagai pemasar dan induk perusahaan sebagai event manajemen jasa konsultan dan pelatihan sehingga pemenuhan unsur ini berpotensi dapat terpenuhi.

---

<sup>53</sup>Andi Fahmi Lubis *et.al.*, *Hukum Persaingan Usaha antara Teks dan Konteks*, *op.cit.*, hlm. 184.

d) Unsur secara bersama dapat menguasai pangsa pasar barang dan atau jasa tertentu, mengakibatkan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Walaupun jenis pasar produknya berbeda dan kekuatan substitusi yang lemah namun unsur ini diindikasikan dapat terpenuhi, pemenuhannya melalui anak-anak perusahaan yang cukup banyak maka dapat menguasai pangsa pasar, di mana seolah-olah banyak pelaku usaha pada jasa tersebut tetapi kenyataannya merupakan kesatuan dalam perusahaan grup, yang tentu saja kepentingan bisnisnya untuk perusahaan grup/induk. Hal tersebut dapat menimbulkan kerancuan/kesumiran konsumen untuk memilih perusahaan mana yang bukan kelompok perusahaan.

Untuk dapat menilai bahwa pelaku usaha ACG Company berpotensi melanggar ketentuan Pasal 26, seluruh unsur-unsur dalam pasal harus terpenuhi. Karena secara keseluruhan unsur-unsurnya terpenuhi, maka konstruksi perusahaan grup Amarta diduga berpotensi atas Pasal 26. Pasal 26 dianalisa dengan metode pendekatan hukum *rule of reason*, karena dengan rangkap jabatan induk perusahaan grup Amarta dapat menentukan kebijakan yang harus dilaksanakan anak perusahaan yang berpotensi mengarah pada anti persaingan.

- 2) Pasal 27 Undang-undang No. 5 Tahun 1999, terkait kepemilikan saham silang (*cross ownership*)

Kepemilikan saham silang dalam konstruksi perusahaan grup dapat terjadi jika pelaku usaha/perusahaan induk memiliki saham mayoritas di beberapa perusahaan anak sejenis yang melakukan kegiatan usaha dalam bidang yang sama pada pasar bersangkutan yang sama. Oleh sebab itu unsur yang harus dibuktikan yaitu:

- a) Unsur pelaku usaha. Anak-anak perusahaan ACG Company adalah pelaku usaha.
- b) Unsur memiliki saham mayoritas pada beberapa perusahaan sejenis.

Melihat struktur/konstruksi grup Amarta potensi kepemilikan saham mayoritas berpotensi terjadi, karena memiliki 9 badan usaha yang menjadi anak perusahaannya, dengan kewenangan pengendalian yang mutlak di mana setiap anak perusahaan tidak memiliki kemandirian dalam mengelola project, mengikuti ketentuan dari induk perusahaan. Selain itu, dari identifikasi lain dapat dilihat dari struktur PT. Centragama Indovisi yang memiliki anak perusahaan PT. CentraSafety. Diduga kuat kedua perusahaan tersebut merupakan perusahaan grup Amarta karena juga dikendalikan oleh Amarta sebagai induk perusahaan. Jenis perusahaan pada prinsipnya berbeda, tetapi karena kondisi yang sudah dijelaskan sebelumnya yaitu faktor penawaran acak konsumen maka potensi pemenuhan unsur dapat terpenuhi.

c) Unsur melakukan kegiatan usaha dalam bidang yang sama pada pasar bersangkutan yang sama. Artinya bahwa bidang usahanya sama dan pasarnya harus sama pula. Grup Amarta memiliki bidang usaha yang sama yaitu jasa konsultan dan pelatihan, tetapi pasar produk/jenis berbeda yaitu konsultan & pelatihan hukum, ekonomi/keuangan, electrical, mechanical dll. Karena jenisnya yang berbeda dan derajat substitusi yang lemah, maka mustahil terjadi persaingan di antara anak perusahaan ACG Company. Untuk pasar bersangkutan yang sama tidak terpenuhi dalam unsur ini, hal ini sesuai dengan analisa dan penjelasan pada pembuktian Pasal 5 sebelumnya.

Lain halnya dengan kondisi yang sudah dijelaskan sebelumnya yaitu faktor penawaran acak konsumen yang menjadikan anak-anak perusahaan bertindak sebagai pesaing antara satu dengan yang lain maka potensi pemenuhan unsur dapat terpenuhi

d) Unsur mendirikan beberapa perusahaan yang memiliki kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan yang sama. Prakteknya grup Amarta memiliki 9 badan usaha dengan bidang usaha yang sama yaitu menyediakan jasa konsultan dan pelatihan, tetapi jenis usaha/produknya yang berbeda yaitu pada jenis keilmuan/kompetensi tertentu, sehingga pada prinsipnya bukan sebagai pasar bersangkutan yang sama. Hal lain karena kebijakan harga terendah dan tertinggi atas anak-anak perusahaan ketika

menerima tawaran produk yang sama, mengindikasikan produk tersebut termasuk pasar bersangkutan yang sama sesuai dengan unsur ini.

- e) Unsur yang menyatakan satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50% (lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu. Peneliti belum dapat membuktikan dengan perhitungan ekonomi yang valid mengenai pangsa pasar, apakah perusahaan kelompok/grup Amarta memiliki pangsa pasar di atas 50% atau tidak. Tetapi dengan kondisi struktur grup yang cukup banyak dan kewenangan pengendalian yang mendominasi maka perusahaan tersebut diindikasikan memiliki saham mayoritas perusahaan anak, seperti yang dijelaskan dalam analisa bab 3A. Untuk jenis jasa memang berbeda tetapi dengan kebijakan harga yang yang dijelaskan di atas maka unsur satu jenis jasa dapat berpotensi terpenuhi.

Perkara Pasal 27 ini dianalisa dengan metode pendekatan hukum *rule of reason*. Kepemilikan saham silang menyebabkan jangkauan pengendalian induk perusahaan semakin luas, dapat mengarahkan dan menentukan kebijakan bisnis yang tentu berpotensi mempengaruhi pasar dan menghilangkan persaingan, oleh sebab itu potensi Pasal 27 dapat terjadi.

Kepemilikan saham pada satu atau beberapa perusahaan yang bisnisnya sejenis atau tidak lewat anak-anak perusahaan merupakan hal

yang lazim dan secara yuridis tidak terlarang dalam berbisnis. Akan dilarang apabila kepemilikan saham pada suatu perusahaan, baik secara langsung maupun lewat anak perusahaannya, menimbulkan penguasaan pasar pada satu jenis barang atau jasa tertentu secara dominan sebagaimana diatur di Pasal 27 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang mana dalam penelitian ini ditemukan adanya proses penguasaan satu jenis jasa dengan kebijakan penetapan harga tertinggi dan terendah. Akibatnya dapat merugikan konsumen dan pesaing usaha sehingga bertentangan dengan hukum persaingan usaha.

## **BAB IV**

### **PENUTUPAN**

#### **A. KESIMPULAN**

1. Strategi bisnis konstruksi perusahaan grup/*holding* didasari adanya keterkaitan yang ditimbulkan dalam hubungan induk dan anak perusahaan. Keterkaitan tersebut merupakan implikasi dari kepemilikan induk atas saham anak perusahaan, dengan kepemilikan saham anak perusahaan, induk perusahaan dapat menggunakan hak suara dalam RUPS anak perusahaan, dapat mengangkat anggota direksi dan/atau dewan komisaris induk perusahaan untuk merangkap menjadi anggota direksi dan/atau dewan komisaris anak perusahaan sehingga menciptakan keterkaitan kepemimpinan dan juga induk perusahaan dapat mengalihkan kewenangan pengendalian anak perusahaan kepada perusahaan lain melalui suatu kontrak pengendalian. Dengan konsep konstruksi perusahaan grup tersebut menimbulkan celah potensi pelanggaran hukum persaingan usaha yang berpeluang terjadi pada perusahaan yang mengembangkan bisnisnya dengan konstruksi perusahaan grup/*holding*. Dibuktikan dengan perkara dalam perusahaan grup yang ditetapkan KPPU, pasal-pasal yang dapat diintegrasikan berpotensi dilanggar dalam pengembangan konstruksi perusahaan grup yaitu Pasal 17, Pasal 25, Pasal 26 dan Pasal 27. Hal-hal yang menimbulkan potensi tersebut berupa;
  - a. Keterkaitan kepemilikan saham induk atas anak perusahaan, yang menimbulkan kepemilikan saham mayoritas yang mendominasi anak perusahaan. Dengan kondisi tersebut perusahaan grup berpotensi atas

penyalahgunaan posisi dominan yang diatur di dalam Pasal 25 dan keterkaitan kepemilikan saham juga berpotensi bertentangan dengan Pasal 27 terkait kepemilikan saham silang.

- b. Keterkaitan kepemimpinan, berupa legitimasi induk perusahaan menetapkan anggota direksi dan/atau dewan komisaris suatu perusahaan merangkap sebagai direksi dan/atau dewan komisaris perusahaan lain, sehingga dapat berpotensi atas Pasal 26 Undang-undang No. 5 Tahun 1999.
  - c. Dampak dari perbuatan hukum di atas berupa kewenangan pengendalian induk atas anak perusahaan yang menimbulkan kompleksitas hukum persaingan usaha. Karena adanya pengendalian dan kepemilikan saham yang mendominasi anak perusahaan, mampu mengarahkan pada kegiatan yang dapat merugikan pihak lain dalam mencapai kepentingan perusahaan grup.
2. Terkait potensi pelanggaran hukum persaingan usaha dalam penerapan pada konstruksi perusahaan grup/*holding*, dapat dikatakan bahwa pasal-pasal yang digunakan untuk menilai potensi hampir terpenuhi unsur-unsurnya, pasal yang utama digunakan yaitu Pasal 26 dan 27. Pengembangan ACG Company secara horizontal, hal yang penting dalam grup tersebut bahwa jenis produk yang dijalankan satu sama lain berbeda dengan derajat substitusi yang lemah dan tidak dapat dikaitkan antara satu dengan yang lain, walaupun bidang usaha sama yaitu produk jasa konsultasi dan pelatihan. Walaupun demikian, karena kondisi lain atau faktor tertentu, yaitu ketika mendapatkan penawaran proyek

yang sama kemudian anak-anak perusahaan merespon dengan memberikan penawaran proyek, kemudian grup ACG sebagai induk perusahaan memfasilitasi dengan menetapkan kebijakan harga tertinggi dan terendah, dengan perbuatan hukum tersebut menjadi alasan dikatakan anak-anak perusahaan menjadi bersaing dalam pasar yang bersangkutan sehingga memenuhi unsur Pasal 5 Ayat (1) terkait penetapan harga. Begitu juga dengan pemenuhan unsur-unsur Pasal 26 terkait jabatan rangkap dan Pasal 27 terkait kepemilikan saham silang dapat berpotensi terpenuhi. Pada prinsipnya jabatan rangkap dan *cross ownership* merupakan hal yang lazim dan secara yuridis tidak terlarang dalam berbisnis, tetapi karena perbuatan hukum tersebut menimbulkan penguasaan satu jenis jasa dan kebijakan penetapan harga tertinggi dan terendah, akibatnya dapat menghambat persaingan usaha dan merugikan konsumen/pesaing usaha sehingga bertentangan dengan hukum persaingan usaha.

## **B. SARAN**

1. Munculnya konglomerasi, grup perusahaan dan sekelompok kecil pengusaha kuat yang tidak didukung oleh semangat kewirausahaan sejati merupakan salah satu faktor yang menyebabkan ketahanan ekonomi menjadi sangat rapuh dan tidak mampu bersaing. Oleh sebab itu diperlukan penerapan peraturan dengan baik dan juga peningkatan kesadaran para pengusaha yang masih rendah akan etika bisnis dan manfaat persaingan usaha yang sehat sebagai tonggak mewujudkan kembali perkembangan dunia usaha yang sehat dan

benar, sehingga tercipta iklim persaingan yang usaha yang sehat, serta terhindarnya pemusatan ekonomi pada perorangan atau kelompok usaha tertentu antara lain dalam bentuk praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang merugikan masyarakat dan bertentangan dengan cita-cita keadilan social. Pengaturan secara komprehensif mengenai konstruksi perusahaan grup menjadi penting mengingkat celah potensi pelanggaran hukum persaingan usaha yang sangat kompleks bahkan sangat tepat jika diupayakan pengaturan perusahaan grup dalam aturan tersendiri, supaya kewenangan kontrol terhadap anak oleh induk perusahaan dapat diawasi. Dengan tujuan agar persaingan bisnis mengarah pada persaingan yang sehat, dan tidak sampai memberi peluang bagi timbulnya praktik-praktik terkait perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang dan posisi dominan yang menghambat persaingan usaha dalam konstruksi perusahaan grup/kelompok.

2. Terkait penerapan/praktiknya secara umum. Sudah selayaknya sebagai pelaku usaha ikut andil dalam persaingan usaha yang sehat dan beretika bisnis yang baik, untuk menjadi contoh perusahaan lain dalam menerapkan konsep konstruksi perusahaan grup/*holding* karena di dalamnya terdapat pengendalian dan kepemilikan saham dominan atas anak perusahaan yang perlu diatur dengan baik. Perlunya konsistensi dalam jenis bisnis/industri yang sudah dijalani, yaitu setiap anak perusahaan harus fokus dengan *branding* bisnis yang dimiliki, diversifikasi dan ekstentifikasi dilakukan secara *fair*. Pelaksanaan dalam perusahaan jasa konsultan, walaupun nantinya mendapat tawaran proyek besar tetapi di luar kompetensi atau tidak sesuai dengan jenis

bisnis/produk yang dijalani, maka sudah semestinya melimpahkan kepada pelaku usaha lain (perusahaan lain dalam grup) dan juga meniadakan kesepakatan harga tertinggi atau terendah agar tidak menimbulkan persaingan yang tidak sehat dan merugikan pihak lain. Menjadi catatan bahwa penilaian pasal-pasal persaingan usaha banyak menekankan kerjasama yang terjadi antara pesaing usaha dan pada pasar yang bersangkutan, kebijakan/kesepakatan harga tertinggi dan terendah mengindikasikan adanya persaingan antara pelaku usaha sehingga harus dihilangkan. Dengan demikian tidak akan menimbulkan potensi merugikan dan menghambat pihak lain.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Barkatullah, Abdul Halim, *Hukum Perlindungan Konsumen (kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran)*. Banjarmasin: FH Unlam Press, 2008.
- Faisal Salam, Moch, *Pertumbuhan Hukum Bisnis Di Indonesia*. Bandung: Pustaka, 2001.
- Fuady, Munir, *Hukum Tentang Akuisisi, Take Over dan Lbo*. Bandung: Citra Ditya Bakti, 2001, hlm. 5.
- Hermansyah, *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Edisi Pertama, Cet. ke-2. Jakarta: Kencana, 2009.
- Kian Gie, Kwik, *Analisa Ekonomi Politik Indonesia*. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBII dan Gramedia Pustaka Utama, 1994.
- Khairandy, Ridwan & Cenuk W.S, *Monopoli Industri Jasa Telepon Seluler di Indonesia*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Kerjasama UII Fak. Hukum Program Pascasarjana & Total Media, 2009.
- Kurniawan, *Hukum Perusahaan (Karakteristik badan Usaha Berbadan Hukum dan Tidak Berbadan hukum di Indonesia)*, Cetakan Pertama (Yogyakarta: Genta Publishing, 2014).
- Lubis, Andi Fahmi, *et.al.*, “*Hukum Persaingan Usaha antara Teks dan Konteks*”. Indonesia: dicetak dan diterbitkan dengan kerjasama dari GTZ, Oktober 2009.
- Murjiyanto, R. *Pengantar Hukum Dagang: Aspek-aspek Hukum Perusahaan dan Larangan Praktek Monopoli*. Yogyakarta: Liberty, 2002.
- Muyassarotussolichah, *Bunga Rampai Hukum Bisnis*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: LINKSAS, bekerjasama dengan Biruni Press, 2008.
- Mahmud Marzuki, Peter, “*Telaah filosofi terhadap Undang-undang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dalam kaitannya dengan konstitusi Republik Indonesia*”. Surabaya: Majalah Yuridika, Fakultas Hukum Universitas Erlangga, November 2001.
- Muhammad, Abdulkadir, *Perusahaan Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bhakti, 1994.

Pangaribuan, Emmy, *Perusahaan Kelompok*, dikutip dari Sulistiowati, *Aspek Hukum dan Realitas Bisnis Perusahaan Grup di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010.

-----, *Perusahaan Kelompok*. Yogyakarta: Seri Hukum Dagang, Fak. Hukum Universitas Gadjah Mada, 1994.

Prasetya, Rudhi, *Perseroan Terbatas (Teori & Praktek)*. Cetakan Pertama. Jakarta: Sinar Grafika, 2011.

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

Sri Imaniyati, Neni, *Hukum Bisnis: Telaah Tentang Pelaku dan Kegiatan Ekonomi*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.

Suandi Hamid, Edy & Hendrie Anto, *Ekonomi Indonesia Memasuki Milenium III*. Yogyakarta: UII Pres, 2000.

Sulaiman, Robintan, *Persaingan Curang Dalam Perdagangan Global*. Cetakan Pertama Jakarta: Pusat Studi Hukum Bisnis Fakultas Hukum Universitas Pelita Harapan, 2000.

Sulistiowati, *Aspek Hukum dan Realitas Bisnis Perusahaan Grup di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010.

Tri Anggraini, A.M. *Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Perse Illegal atau Rule of Reason*. Cetakan Pertama. Jakarta: Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2003.

Yani, Ahmad & Gunawan Wijaya, *Seri Hukum Bisnis: Anti Monopoli*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006).

### **Jurnal/Makalah/Karya Ilmiah**

Edi Swasono, Sri, Demokrasi Ekonomi Keterkaitan Usaha Partisipatif Versus Konsentrasi Ekonomi, *Makalah Seminar Pancasila sebagai Ideologi Negara dalam berbagai bidang kehidupan bermasyarakat berbangsa dan bernegara*, Jakarta: 1989.

Diah Widawati, Rita, Tanggung Jawab Induk Perusahaan Terhadap Perikatan yang Dilakukan Oleh Anak Perusahaan, *Tesis*, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2009), hlm. 69.

Sidharta, Pohan, Prastowo Associates, *Himpunan Makalah Seminar* “Membenahi Prilaku Pelaku Bisnis Melalui UNDANG-UNDANG No. 5 Thn 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat”, Bandung: PT. Citra Adtya Bakti, 1999.

### **Peraturan Perundang-Undangan**

Indonesia. Undang-undang Dasar 1945. Jakarta: Balai Pustaka, 1991.

Indonesia. Undang-undang No. 40 tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

Indonesia. Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Indonesia. Pedoman Pasal 22 Tentang Larangan Persekongkolan dalam tender, KPPU, 2009.

Indonesia. Keputusan Menteri BUMN No. KEP-117/M-MBU/2002 Tentang Penerapan Praktek *Good Corporate Governance* pada Badang Usaha Milik Negara (BUMN).

Indonesia. Peraturan Menteri Negara Agraria/Kepala BPN No. 2 Tahun 1999 Tentang Izin Lokasi.

Indonesia. GBHN 1998, Butir G, Kaidah Penuntun. Surakarta: PT. Pabelan, 1998.

Indonesia. Subekti, R. & R. Tjitrosudibio. *Kitab Undang-undang Hukum Perdata*. Cetakan ke-31. Jakarta: PT. Pradnya Paramita. 2001.

### **Putusan KPPU**

*Putusan KPPU RI Nomor: 07/KPPU-L/2007*, tentang perkara Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Temasek Holding.

*Putusan KPPU RI Nomor: 05/KPPU-L/2002*, tentang Perkara Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Cineplex.

*Putusan KPPU RI Nomor: 09/KPPU-L/2009*, tentang perkara Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Carrefour.

*Putusan KPPU RI Nomor: 01/KPPU-L/2003*, Tentang Perkara Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Garuda Indonesia

### Data Elektronik/Website

Andra, dalam <http://ardra.biz/ekonomi/ekonomi-mikro/pengertian-fungsi-jenis-pasar/pengertian-ciri-ciri-pasar-oligopoli/>.

Anna Maria Tri Anggraini, Kajian Yuridis Terhadap Perjanjian Penetapan Harga Berdasarkan UU No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Komisioner KPPU, dikutip dari <https://sekartrisakti.wordpress.com/2011/06/08/kajian-yuridis-terhadap-perjanjian-penetapan-harga-berdasarkan-uu-no-5-tahun-1999-tentang-larangan-praktek-monopoli-dan-persaingan-usaha-tidak-sehat/>.

Herbert Hovenkamp, *Antitrust* (St. Paul, Minn: West Publishing Co., 1993), hlm. 71-72, dikutip dari <https://sekartrisakti.wordpress.com/2011/06/08/kajian-yuridis-terhadap-perjanjian-penetapan-harga-berdasarkan-uu-no-5-tahun-1999-tentang-larangan-praktek-monopoli-dan-persaingan-usaha-tidak-sehat/>.

Rahardi Ramelan, Catatan Seputar Hukum Persaingan Usaha, Makalah yang ditulis Oleh Dr. Shidarta, 3 Juni 2013, dikutip dari <http://business-law.binus.ac.id/2013/01/20/catatan-seputar-hukum-persaingan-usaha/>.

[http://www.academia.edu/8023912/Fungsi Teori dan Bidang Manajemen](http://www.academia.edu/8023912/Fungsi_Teori_dan_Bidang_Manajemen).

<http://centragama.com/>.

<http://pt.centragamaindovisi.web.indotrading.com/>.

<http://ramadanitour.com/>.

[http://www.hukumonline.com/berita/baca/lt537ecb99830f4/memahami-hukum-persaingan-usaha-dalam-kerangka-regulasi-dan-praktik-beracara-angkatan-ii#\\_ftn2](http://www.hukumonline.com/berita/baca/lt537ecb99830f4/memahami-hukum-persaingan-usaha-dalam-kerangka-regulasi-dan-praktik-beracara-angkatan-ii#_ftn2).

<http://www.hukumonline.com/klinik/detail/cl3562/holding-company.-fungsi-dan-pengaturannya>.

<http://www.hukumonline.com/klinik/detail/cl6709/definisi-perusahaan-satu-grup>.

<http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol18357/persekongkolan-tender-sebagai-suatu-tindakan-yang-anti-persaingan-sehat>.

<http://www.kppu.go.id/id/blog/2012/03/kppu-mengeluarkan-draft-pedoman-pelaksanaan-ketentuan-pasal-19-uu-no-5-tahun-1999/>.

[https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/advocacy\\_documents/ftc-staff-comment-u.s.international-trade-commission-matter-certain-electrically-resistive-noncomponent-toner-and-black/v870026.pdf](https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/advocacy_documents/ftc-staff-comment-u.s.international-trade-commission-matter-certain-electrically-resistive-noncomponent-toner-and-black/v870026.pdf).

<http://lontar.ui.ac.id/opac/ui/detail.jsp?id=20325756&lokasi=perpustakaan%20UI,%20lantai.3>

<http://portalbisnis.weebly.com/home/fungsi-training-bagi-karyawan>.

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/36068/6/Chapter%20III-V.pdf>.

<https://serambihukum.wordpress.com/2011/01/16/perse-illegal-dan-rule-of-reason-dalam-hukum-persaingan-usaha/>.

## CURICULUM VITAE

<b>Nama Lengkap</b>	Miftahul Mahasin
<b>Status</b>	Belum Menikah
<b>Tempat tanggal lahir</b>	Rimbo Bujang, 22 Desember 1987
<b>Agama</b>	Islam
<b>Alamat</b>	Jl. Alai Unit X Ds. Wanareja Kec. Rimbo Ulu Kab. Tebo Jambi
<b>HP</b>	085878502998
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:miftahulmahasin@gmail.com">miftahulmahasin@gmail.com</a>

### PENDIDIKAN FORMAL

<b>1993 – 1994</b>	TK Pertiwi Rimbo Bujang Jambi
<b>1994 – 2000</b>	SD N II/240 Rimbo Bujang Jambi
<b>2000 – 2003</b>	SMP N 2 Muara Bungo Jambi
<b>2003 – 2004</b>	Madrasah Takhasusiyah Assalaam Surakarta Jateng
<b>2004 – 2007</b>	MA PPMI Assalaam Surakarta Jateng
<b>2007 – 2011</b>	Jurusan Muamalat (Hukum Perdata & Bisnis Islam) Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
<b>2012 – 2015</b>	Program Pascasarjana, Magister Hukum UII Yogyakarta

### PELATIHAN DAN PENDIDIKAN NON FORMAL

<b>2003</b>	Madrasah Takhasusiyah Assalaam Surakarta Jateng
<b>2006</b>	Arab baina Yadaikh Assalam Surakarta Jateng
<b>2010</b>	Praktek Kerja Lapangan di BMT MATAAIR Modinan, Sleman Yogyakarta
<b>2011</b>	Praktik Peradilan di Pengadilan Agama Bantul dan Pengadilan Negeri Yogyakarta
<b>2012</b>	-Training Hukum Perusahaan dalam Paradigma Hukum Bisnis -Seminar "Alternative Dispute Resolution (ADR) dalam Bisnis"
<b>2013</b>	-Training "Legal Audit & Legal Opinion"

	- Pelatihan Training for Trainer (TOT) certified by BNSP - Training Leadership & Supervisory Skill	
<b>PENGALAMAN KERJA</b>		
<b>1.</b>	25 Juni - 28 Juli 2011	Staff divisi survey kantor perwakilan di CV. EMKA (Finance, Architech and more) Yogyakarta.
	28 Juli – 28 November 2011	Legal Staff (Kabag. Jaminan) di CV. EMKA (Finance, Architech and more) Yogyakarta.
<b>2.</b>	1 – 30 Januari 2012	Financial Consultant di PT. Victory International Future, Yogyakarta
<b>3.</b>	1 Februari – 12 Desember 2012	Staff Umum Direktorat Program & Operasional di Salam Global Grup (Konsultan & Pengembangan Bisnis)
	13 Desember - 2 Maret 2014	Staff Research & Development (R&D) di Salam Global Grup
	2014 sd Sekarang	Legal Product Specialist & Ka.Cab. Salam Global Grup, Kantor Cabang Bantul, Yogyakarta