

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap pelaku usaha selalu mempunyai impian untuk mengembangkan usahanya sehingga dapat menjadi dominan dalam arti menguasai sebagian besar pangsa pasar yang ada dalam kegiatan usahanya. Dengan potensi pangsa pasar yang besar, tentunya akan dihasilkan keuntungan yang lebih maksimal bagi para pelaku usahanya. *Merger* merupakan salah satu cara yang dapat di tempuh oleh para pelaku usaha untuk memaksimalkan keuntungan dengan menciptakan efisiensi sehingga dapat mengurangi biaya produksi perusahaan hasil *merger*, efisiensi diharapkan dapat tercipta karena perusahaan hasil *merger* akan dapat mengeksploitasi skala ekonomi dalam proses produksi. Skala ekonomi menjadi penting bila didalam suatu pasar, biaya produksi yang diharapkan akan sangat tinggi dibandingkan dengan besarnya pasar.

Suatu industri dikatakan berstruktur monopoli bila hanya ada satu produsen atau penjual tanpa pesaing langsung atau tidak langsung, baik nyata maupun potensial. *Output* yang dihasilkan tidak mempunyai substitusi. Perusahaan tidak memiliki pesaing karena adanya hambatan bagi perusahaan lain untuk memasuki industri yang bersangkutan.¹

¹ Andi Fahmi Lubis, dkk, *Hukum Persaingan Usaha Antarateks Dan Konteks*, (Jakarta: ROV Creative Media, 2009) , hlm. 192

Merger adalah bentuk penggabungan perusahaan atau bergabungnya dua atau lebih pelaku usaha yang independen atau berintegrasinya kegiatan yang dilakukan oleh dua pelaku usaha secara menyeluruh dan permanen.²

Merger merupakan salah satu opsi yang memberi dampak yang positif bagi perkembangan dunia usaha dan juga bagi para pelaku usaha. Namun, dalam perkembangannya, tidak sedikit dari pelaku usaha yang menghalalkan segala cara, termasuk *merger* untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Mayoritas pelaku usaha berpendapat bahwa *merger* adalah keputusan yang strategis dalam dunia usaha.³

Sebagaimana sebuah kumpulan, perusahaan akan mengalami berbagai kondisi, yaitu pertumbuhan dan perkembangan secara dinamis, berada pada kondisi statis, dan mengalami proses kemunduran atau pengerutan. Dalam rangka tumbuh dan berkembang ini, perusahaan biasanya melakukan ekspansi bisnis dengan memilih salah satu di antara dua jalur alternatif, yaitu pertumbuhan di dalam perusahaan dan pertumbuhan di luar perusahaan.⁴

Pertumbuhan internal adalah ekspansi yang dilakukan dengan membangun bisnis atau unit bisnis baru dari awal. Jalur ini memerlukan berbagai tahap mulai dari riset pasar, desain produk, perekrutan tenaga ahli, tes pasar, pengadaan dan pembangunan fasilitas produksi/operasi sebelum perusahaan menjual produknya ke pasar. Sebaliknya, pertumbuhan eksternal dilakukan dengan membeli perusahaan yang sudah ada. *Merger* dan akuisisi adalah strategi pertumbuhan eksternal dan merupakan jalur cepat untuk mengakses pasar baru produk baru atau harus membangun dari awal.⁵

Pada umumnya, tujuan dilakukannya *merger* dan akuisisi adalah untuk mendapatkan nilai tambah. Keputusan untuk *Merger* bukan sekedar menjadikan dua di tambah dua menjadi empat, tetapi *merger* dan akuisisi harus menjadikan dua ditambah dua menjadi lima dan seterusnya. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2010 Tentang Penggabungan Atau Peleburan Badan Usaha dan Pengambilalihan Saham Perusahaan Yang Dapat Mengakibatkan Terjadinya Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, dijelaskan hal-hal yang dilarang dalam *merger* dan akuisisi yang terdapat dalam Pasal 2, yaitu :

²*Ibid*, hlm. 19

³Berla Wahyu Pratama, dkk, Jurnal Persaingan Usaha, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), 2009

⁴Budi Untung, *Hukum Merger* (Yogyakarta: Andi, 2019), hlm. 1

⁵*Ibid*, hlm. 2

1. Pelaku usaha dilarang melakukan penggabungan badan, peleburan badan usaha atau pengambilalihan saham perusahaan lain yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

2. Praktik monopoli dan/atau persaingan usaha sehat terjadi jika badan usaha hasil penggabungan, peleburan, ataupun pelaku usaha yang melakukan pengambilalihan saham perusahaan lain diduga melakukan:

- a. Perjanjian yang dilarang;
- b. Kegiatan yang dilarang; dan
- c. Penyalahgunaan posisi dominan.⁶

Ada beberapa alasan perusahaan melakukan penggabungan baik melalui *merger* maupun akuisisi, yaitu:

1. Pertumbuhan atau diversifikasi
2. Sinergi
3. Meningkatkan dana
4. Menambah keterampilan manajemen atau teknologi
5. Pertimbangan pajak
6. Meningkatkan likuiditas pemilik
7. Melindungi diri dari pengambilalihan.⁷

Pengertian praktik monopoli dikemukakan dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yaitu pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa tertentu, sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum. Pengertian monopoli dikemukakan dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yaitu penguasaan atas produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha. Dari ketentuan Pasal 17 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dapat disimpulkan, ternyata tidak semua kegiatan monopoli dilarang. Hanya kegiatan monopoli yang memenuhi unsur dan kriteria yang disebut dalam Pasal 17 Undang-Undang Nomor 5

⁶ *Ibid*, hlm. 5

⁷ *Ibid*, hlm. 8

Tahun 1999 saja yang dilarang dilakukan oleh satu pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha.⁸

Monopoli yang dilarang menurut Pasal 17 ini jika monopoli tersebut memenuhi unsur-unsur sebagai berikut.

- a. Melakukan kegiatan penguasaan atas produk barang, jasa, atau barang dan jasa tertentu;
- b. Melakukan kegiatan penguasaan atas pemasaran produk barang, jasa, atau barang dan jasa tertentu;
- c. Penguasaan tersebut dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli;
- d. Penguasaan tersebut dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.⁹

Pengaturan tentang *merger* dalam UU No.5/1999 dapat dikatakan sebagai sebuah *Lex Imperfect* karena baru dapat dilaksanakan setelah pemerintah menerbitkan peraturan pemerintah yang diisyaratkan oleh pasal 28 ayat (3) dan pasal 29 ayat (2). Oleh karena itu larangan tersebut belum dapat dilaksanakan karena masih berupa hukum yang belum sempurna.¹⁰

Peraturan Pemerintah yang diisyaratkan oleh pasal 28 ayat (3) akan mengatur mengenai larangan *merger* yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam pasal 28 ayat (1) dan (2) sedangkan yang diperlukan sebagai implementasi pasal 29 ayat (2) adalah Peraturan Pemerintah yang mengatur mengenai penetapan nilai aset dan atau nilai penjualan serta tata cara pemberitahuan kepada Komisi Persaingan Usaha sebagaimana yang dimaksud dalam pasal 29 ayat (1).

Ketentuan mengenai *merger* telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas (untuk selanjutnya disebut “UU No. 1/1995”) dalam Pasal 102 sampai dengan Pasal 109. Ketentuan pasal-pasal merger tersebut kemudian dituangkan ke dalam Peraturan Pemerintah Nomor 27 Tahun 1998 tentang

⁸ *Ibid*, hlm. 68

⁹ *Ibid*, hlm. 69

¹⁰ Andi Fahmi Lubis, *Op.cit.*, hlm. 195

Tata Cara Penggabungan, Peleburan, dan Pengambilalihan Perseroan Terbatas (untuk selanjutnya disebut “PP No. 27/1998”). Ketentuan dalam PP No. 27/1998 ini berisi hal-hal yang bersifat teknis dan prosedural dalam aktivitas *merger*.¹¹

Kemudian Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 ini diganti dengan Undang-Undang no 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas untuk selanjutnya disebut “UU No. 40/2007”. Dengan Undang-Undang ini diharapkan dapat memberikan kepastian hukum yang lebih maksimal kepada para pelaku usaha dimana terdapat beberapa ketentuan baru dan ketentuan yang disempurnakan, antara lain adalah:

- a. Undang-Undang No. 1/1995 hanya mengatur ketentuan mengenai *merger* saja, sedangkan Undang-Undang No.40/2007 memiliki cakupan yang lebih luas karena undang-undang ini tidak hanya mengatur ketentuan mengenai *merger* akan tetapi juga mengatur mengenai pemisahan perseroan (*corporatesplit*)¹², sedangkan Undang-Undang No. 1/1995 tidak mengenal ketentuan ini;
- b. Undang-Undang No. 1/1995 mengatur bahwa *merger* mengakibatkan perseroan yang menggabungkan atau meleburkan diri berakhir karena hukum, dan *merger* dapat dilakukan dengan atau tanpa mengadakan likuidasi terlebih dahulu;¹³
- c. Undang-Undang No. 40/2007 mensyaratkan kewajiban perseroan untuk mengumumkan rencana *merger*, konsolidasi, dan akuisisi kepada karyawan

¹¹*Ibid*, hlm. 192

¹² UU No. 40/2007 Pasal 1 butir 12 “Pemisahan adalah perbuatan hukum yang dilakukan oleh Perseroan untuk memisahkan usaha yang mengakibatkan seluruh aktiva dan pasiva Perseroan beralih karena hukum kepada satu Perseroan atau lebih”.

¹³ UU No. 40/2007 Pasal 122 “(1) penggabungan dan peleburan mengakibatkan Perseroan yang menggabungkan atau meleburkan diri berakhir karena hukum; (2) Berakhirnya Perseroan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terjadi tanpa dilakukan likuidasi terlebih dahulu.

perseroan dalam bentuk tertulis dalam waktu 30 hari sebelum *merger*.¹⁴ Hal ini belum diatur oleh UU No. 1/1995.

Pada tanggal 20 Juli 2010, pemerintah mengeluarkan peraturan pemerintah (PP No. 57 Tahun 2010 Tentang Penggabungan Atau Peleburan Badan Usaha Dan Pengambilalihan Saham Perusahaan Yang Dapat Mengakibatkan Terjadinya Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dengan PP No.57 Tahun 2010 ini diharapkan dapat memberikan kepastian hukum bagi para pelaku usaha, khususnya di dalam melakukan aktivitas *merger*.

Garis besar isi dari PP No. 57/2010 menyangkut 4 (empat) hal yaitu cara penilaian *merger* dan akuisisi yang menyebabkan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, batas nilai notifikasi (pemberitahuan), tata cara pemberitahuan dan konsultasi. Penilaian *merger* dan akuisisi yang dilakukan oleh KPPU didasarkan pada beberapa aspek, yaitu konsentrasi pasar, hambatan masuk pasar, potensi perilaku anti persaingan, efisiensi dan kepailitan. Adapun batasan nilai yang wajib untuk dilaporkan ke KPPU adalah jika perusahaan hasil *merger* dan akuisisi memiliki aset gabungan melebihi Rp. 2,5 Triliun, omset gabungan melebihi Rp. 5 Triliun, dan khusus perbankan berlaku jika hanya aset gabungan melebihi Rp. 20 Triliun.

Perusahaan yang hendak melaporkan rencana *mergernya* harus mengacu pada tata cara pemberitahuan *merger* yang meliputi paling lambat 30 hari kerja sejak *merger* dan akuisisi telah efektif secara yuridis, pemberitahuan dilakukan dengan cara mengisi formulir yang ditetapkan oleh KPPU. Komisi melakukan penilaian paling lambat dalam jangka waktu 90 hari kerja. Komisi mengeluarkan pendapat mengenai ada atau tidak adanya dugaan praktek monopoli atau persaingan usaha tidak sehat terhadap *merger* dan akuisisi tersebut, komisi juga berhak mengambil tindakan sesuai dengan kewenangannya terhadap *merger* dan akuisisi yang diduga mengakibatkan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, serta komisi berwenang membatalkan *merger* dan akuisisi.

Upaya KPPU untuk mempermudah dan memberikan kejelasan mengenai mekanisme pelaporan *merger* ini adalah dengan memberikan layanan konsultasi. Konsultasi tersebut dilakukan baik secara lisan maupun secara tertulis oleh pelaku usaha sebelum melakukan *merger* dan Akuisisi yang memenuhi batasan nilai. Komisi

¹⁴UU No. 40/2007 Pasal 127: “Direksi Perseroan yang akan melakukan penggabungan, Peleburan, pengambilalihan, atau pemisahan wajib wajib mengumumkan ringkasan rancangan paling sedikit dalam 1 (satu) Surat Kabar dan mengumumkan secara tertulis kepada karyawan dari perseroan yang akan melakukan penggabungan, peleburan, pengambilalihan, atau pemisahan dalam jangka waktu paling lambat 30 (tiga puluh) hari sebelum pemanggilan RUPS.

hanya memberikan pendapat secara tertulis apabila konsultasi yang dilakukan secara tertulis. Penilaian terhadap konsultasi tertulis yang dilakukan komisi melalui alat analisis yang sama dengan penilaian pemberitahuan dalam jangka waktu paling lama 90 hari kerja. Selain itu komisi juga memberikan saran, bimbingan, dan/atau pendapat tertulis atas konsultasi tersebut.¹⁵

Oleh karena berbagai persoalan diatas, serta peraturan pelaksana tentang *merger* seperti yang diamanatkan oleh pasal 28 dan pasal 29 UU No. 5/1999 baru dikeluarkan dan dalam prakteknya masih belum dapat dilihat keefektifannya diindonesia. Maka inilah yang akan menjadi pokok pembahasan penulis dalam skripsi yang diberi judul: **“MERGER YANG DAPAT MENGAKIBATKAN TERJADINYA PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut diatas, maka pembahasan bermasalahan akan dititikberatkan pada bagaimana merger yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Atas dasar itulah, penulis membatasi ruang lingkup kajian permasalahan yang ada sebagai berikut:

1. Bagaimana *merger* yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat (studi di KPPU Kantor Wilayah I Medan)?

¹⁵KPPU, Pemberlakuan PP No. 57/2010. Merger dan Akuisisi, https://www.kppu.go.id/docs/majalah%20kompetisi/kompetisi_2010_edisi23.pdf, diakses pada tanggal: 10 Maret 2020

2. Bagaimana kewenangan komisi pengawas persaingan usaha dalam praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat atas *merger* perusahaan (studi di KPPU Kantor Wilayah I Medan)?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah penulis kemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui *merger* yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat (Studi di KPPU Kantor Wilayah I Medan).
2. Untuk mengetahui kewenangan komisi pengawas persaingan usaha dalam praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat atas *merger* perusahaan (Studi di KPPU Kantor Wilayah I Medan).

D. Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai *merger* yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis ataupun secara praktis :

1. Secara Teoritis

Manfaat secara teoritis ini dimaksudkan untuk dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran dalam meningkatkan pemahaman yang mengarah pada

suatu pengembangan terutama dalam bidang ilmu pengetahuan hukum pada umumnya dan hukum bisnis pada khususnya.

2. Secara Praktis

Untuk mengembangkan pemahaman dan kemampuan penulis dalam menerapkan ilmu yang diperoleh, serta memberikan manfaat bagi setiap pihak yang berkepentingan dalam suatu *merger* yang akan dilakukan dalam kaitannya dengan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

1. Dasar Hukum dan Pengaturan dan Defenisi Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Saat ini, bagi negara Indonesia pengaturan persaingan usaha bersumber pada Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang secara efektif berlaku pada 5 Maret 2000. Sesungguhnya keinginan untuk mengatur larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dapat dijumpai dalam beberapa perundang-undangan yang ada. Dalam bidang industri juga diharapkan tidak terjadi industri yang monopolistik dan tidak sehat, sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 1984 Tentang Perindustrian. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 Tentang Perseroan Terbatas yang telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 juga memuat ketentuan yang melarang penguasaan sumber ekonomi dan pemusatan kekuatan ekonomi pada suatu kelompok atau golongan tertentu melalui tindakan *merger*, konsolidasi dan akuisisi perseroan; hal ini dapat dilakukan asalkan memperhatikan kepentingan perseroan, pemegang saham minoritas, dan karyawan perseroan, serta kepentingan masyarakat, termasuk pihak ketiga berkepentingan dan persaingan bisnis yang sehat dalam perseroan, mencegah monopoli dan monopsoni. Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa sebelum ada undang-undang tahun 1999 pengaturan larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat masi diatur secara parsial dan tersebar kedalam berbagai perundang-undangan yang ada.¹⁶

Seiring dengan peralihan pemerintahan dari Presiden Soeharto kepada Presiden B.J Habibie berlangsung pula sidang istimewa Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR) pada tahun 1998. Yakni ketetapan MPR No.X/MPR/1998 tentang pokok reformasi pembangunan dalam rangka penyelamat dan normalisasi kehidupan nasional sebagai haluan negara dari ketetapan MPR No.XVI/MPR/1998 Tentang Politik Ekonomi dalam rangka demokrasi ekonomi.¹⁷

Istilah Monopoli berasal dari bahasa Inggris, yaitu *monopoly* dan istilah *monopoly* itu sendiri menurut sejarahnya berasal dari bahasa Yunani, yakni “*monos polein*” yang berarti sendirian menjual. Masyarakat Amerika menyebut monopoli sebagai “*antitrust*” untuk anti monopoli atau istilah “dominasi” yang banyak digunakan oleh orang Eropa untuk menyebut istilah monopoli. Istilah monopoli harus

¹⁶Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004), hlm. 25

¹⁷*Ibid*, hlm. 26

dibedakan dengan istilah monopolis yang berarti orang yang menjual dagangannya secara sendirian (*Monopolist*).¹⁸

Dalam pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, menyatakan bahwa :
 “Monopoli adalah penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha.”

Dalam isi pasal diatas definisi monopoli adalah suatu penguasaan atas sebuah usaha atau bisnis tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha. Hal ini tentu dapat memperkuat posisi pelaku usaha dan melemahkan posisi pesaingnya, maka semakin lama pelaku usaha yang melakukan penguasaan akan semakin menguasai pasaran. Monopoli ini dapat dilakukan oleh satu pelaku usaha maupun satu kelompok pelaku usaha. Pengertian praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat menurut Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terdapat pada Pasal 1 angka 2 dan angka 6, untuk pengertian dan unsur dari praktik monopoli ada pada Pasal 1 angka 2 yang menyatakan: “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 menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan merugikan kepentingan umum.”

Dari pengertian tersebut terdapat unsur-unsur yang sangat penting untuk memahami arti dari praktik monopoli, yaitu :

1. Pemusatan kekuatan ekonomi;

¹⁸ L.Budi Kagramanto, *Mengenal Hukum Persaingan Usaha*, (Surabaya: Laros, 2008), hlm. 58

2. Satu atau lebih pelaku usaha;
3. Mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu;
4. Menimbulkan persaingan usaha tidak sehat;
5. Merugikan kepentingan umum.

Kemudian untuk pengertian persaingan usaha tidak sehat terdapat pada Pasal 1 angka 6, yang menyatakan : “Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antara para 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”.

Dari pengertian tersebut terdapat unsur-unsur yang terkandung didalamnya, yaitu :

1. Persaingan antara para pelaku usaha;
2. Menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa;
3. Dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.

Pengertian persaingan usaha tidak sehat yang telah dipaparkan di atas menyatakan pelaku usaha yang menyebabkan persaingan usaha tidak sehat haruslah memenuhi semua unsur yang ada di atas. Hal ini diperlukan untuk menganalisis dan pembuktian, serta menentukan apakah perbuatan pelaku usaha menyebabkan persaingan usaha tidak sehat. Unsur-unsur yang perlu dibuktikan antara lain, bahwa pelaku usaha tersebut menjalankan usahanya secara tidak jujur atau melawan hukum, dan/ atau menghambat persaingan usaha di dalam suatu pasar tertentu, barang/jasa yang dibutuhkan oleh konsumen tidak ada substitutnya, atau sekalipun ada substitut namun tidak berarti. Dengan demikian tidak terjadi efisiensi bagi konsumen, sebab konsumen tidak mendapatkan barang yang berkualitas dan harga yang wajar. Persaingan usaha tidak sehat yang dimaksud oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun

1999 lebih menekankan pada dampak, sehingga membutuhkan pembuktian yang kuat.¹⁹

Dalam pasar monopoli, perusahaan tidak memiliki pesaing karena adanya hambatan (*Barrier to Entry*) bagi perusahaan lain untuk memasuki industri yang bersangkutan. Dilihat dari penyebabnya hambatan masuk dikelompokkan menjadi:²⁰

1. Hambatan teknis (*Technical Barrier to Entry*)

Ketidakmampuan bersaing secara teknis menyebabkan perusahaan lain sulit bersaing dengan perusahaan yang sudah ada (*Existing Firm*). Keunggulan secara teknis ini disebabkan oleh beberapa hal :

- a. Perusahaan memiliki kemampuan dan/atau pengetahuan khusus (*Special Knowledge*) yang memungkinkan berproduksi secara efisien.
- b. Tingginya tingkat efisiensi memungkinkan perusahaan monopoli mempunyai kurva biaya yang menurun. Makin besar skala produksi biaya marginal semakin menurun, sehingga biaya produksi per unit makin rendah (*Decreasing*).
- c. Perusahaan mempunyai kemampuan kontrol sumber faktor produksi, baik berupa sumber daya alam, sumber daya manusia, maupun lokasi produksi.

2. Hambatan Legalitas (*Legal Barrier to Entry*)

a. Undang-Undang dan Hak Khusus

Tidak semua perusahaan mempunyai kekuatan monopoli karena kemampuan teknis. Dalam kehidupan sehari-hari, ditemukan perusahaan yang tidak efisien tetapi memiliki kekuatan monopoli. Hal itu dimungkinkan karena secara hukum mereka diberi hak monopoli (*Legal Monopoly*). Di Indonesia, BUMN banyak

¹⁹<http://repository.unpas.ac.id/34154/5/BAB%20II.pdf>, diakses pada tanggal 22 Juli 2020

²⁰ Catur Agus Saptono, *Hukum Persaingan Usaha Dalam Pelaksanaan Merger*, (Depok: Kencana, 2017), hlm. 15

yang memiliki kekuatan monopoli karena undang-undang. Berdasarkan undang-undang tersebut, mereka memiliki hak khusus (*Special Franchise*) untuk mengelolah industri tertentu.

b. Hak Paten atau Hak Cipta

Hak paten atau hak cipta termasuk kedalam hak kekayaan intelektual yang memungkinkan pemegang hak memiliki hak untuk memonopoli penggunaan nilai komersialnya. Setiap pihak ketiga baru dapat menggunakan hak paten atau hak cipta tersebut, setelah memperoleh persetujuan lisensi.

2. Perjanjian Yang Dilarang Dalam Persaingan Usaha

Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 mengatur beberapa perjanjian yang dilarung untuk dilakukan oleh pelaku usaha, sebagai berikut:²¹

1. Perjanjian yang Bersifat Oligopoli (Pasal 4 UU No.5/1999)
2. Penetapan harga:
 - a. Penetapan harga (Pasal 5 UU No.5/1999);
 - b. Diskriminasi harga (Pasal 6 UU No.5/1999);
 - c. Jual Rugi (Pasal 7 UU No.5/1999);
 - d. Pengaturan Harga Jual Kembali (Pasal 8 UU No.5/1999);
3. Pembagian wilayah (Pasal 9 UU No.5/1999);
4. Pemboikotan (Pasal 10 UU No.5/1999);
5. Kartel (Pasal 11 UU No.5/1999);
6. *Trust* (Pasal 12 UU No.5/1999);
7. Oligopsoni (Pasal 13 UU No.5/1999);
8. Integrasi vertikal (Pasal 14 UU No.5/1999);
9. Perjanjian Tertutup
 - a. *Exclusive Distribution Agreement* (Pasal 15 ayat (1) UU No.5/1999);
 - b. *Tying Agreement* (Pasal 15 ayat (2) UU No.5/1999);
 - c. *Vertical Agreement on Discount* (Pasal 15 ayat (3) UU No.5/1999);
10. Perjanjian dengan Pihak Luar Negeri (Pasal 16 UU No.5/1999)

²¹ Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia: Dalam Teori dan Praktik serta Penerapan Hukumnya*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 109

1. Perjanjian yang Bersifat Oligopoli

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yang disebut oligopoli adalah: “keadaan pasar dengan produsen pembekal barang hanya berjumlah sedikit sehingga mereka atau seseorang dari mereka dapat memengaruhi harga pasar, atau keadaan pasar yang tidak seimbang karena dipengaruhi oleh sejumlah pembeli.”

Dalam UU No. 5 Tahun 1999, oligopoli dikelompokkan ke dalam kategori perjanjian yang dilarang, padahal umumnya oligopoli terjadi melalui keterkaitan reaksi, khususnya pada barang-barang yang bersifat homogen atau identik. Apabila oligopoli dimasukkan ke dalam kelompok perjanjian maka hal ini identik dengan kartel, sehingga ketentuan yang mengatur mengenai oligopoli ini akan lebih baik jika digabungkan saja dengan pengaturan mengenai kartel.

Pasal 4 UU No. 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha membuat perjanjian dengan pelaku usaha lainnya untuk secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha yang tidak sehat. Praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat, patut diduga telah terjadi jika dua atau pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 75% pangsa pasar dari satu jenis barang atau jasa tertentu. Berdasarkan ketentuan Pasal 4 UU No.5 Tahun 1999, perjanjian oligopoli dilarang apabila dapat merugikan persaingan, jika bukan *per se illegal*. Hal ini menarik, karena larangan oligopoli hanya dimasukkan dalam kategori perjanjian yang dilarang, yang dapat mempersempit cakupan larangan tersebut mengingat keterbatasan arti perjanjian.²²

2. Penetapan Harga

Perjanjian penetapan harga yang dilarang oleh Undang-undang No.5 Tahun 1999 diatur di dalam Pasal 5 sampai dengan Pasal 8 Undang-undang No.5 Tahun 1999 sebagai berikut:

²²*Ibid*, hlm. 121

a. Perjanjian Penetapan Harga antar Pelaku Usaha (Pasal 5 UU No. 5 Tahun 1999)

Penetapan harga (*price fixing*) antarpelaku usaha dilarang Pasal 5 dari undang-undang anti monopoli. Sebab, penetapan harga secara bersama-sama dikalangan pelaku usaha ini akan menyebabkan tidak berlakunya hukum pasar tentang harga yang terbentuk dari adanya penawaran dan permintaan.

Akan tetapi undang-undang memberikan pengecualian terhadap larangan membuat perjanjian tentang penetapan harga antarpelaku usaha ini, yaitu jika perjanjian penetapan harga tersebut dibuat dalam hal suatu usaha patungan atau didasarkan pada undang-undang yang berlaku.²³

b. Penetapan harga yang berbeda terhadap barang dan/atau jasa yang sama (*Price Discrimination*)

Perjanjian yang berisikan penetapan harga yang berbeda (*price discrimination*) terhadap barang dan/atau jasa yang sama dilarang oleh Pasal 6 UU No.5 Tahun 1999. Dalam hal ini yang dilarang adalah yang membuat perjanjian yang memberlakukan diskriminasi terhadap kedudukan konsumen yang satu dengan konsumen lainnya, dengan jalan memberikan harga yang berbeda-beda terhadap barang atau jasa yang sama.

Pasal 6 UU No.5 Tahun 1999 menyatakan bahwa: “pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan/atau jasa yang sama. Bersarkan ketentuan Pasal 6 tersebut, diskriminasi harga dilarang apabila pelaku usaha membuat suatu perjanjian dengan pelaku usaha lain yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar harga yang tidak sama atau berbeda dengan harga yang harus dibayar pembeli lain untuk barang dan/atau jasa yang sama, karena hal ini dapat menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat dikalangan pelaku usaha atau dapat merusak persaingan

²³Munir Fuady, *Hukum Anti Monopoli Menyongsong Era Persaingan Sehat*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1999), hlm. 56

usaha. Pada pasar tertentu, produsen dapat menetapkan harga yang mungkin menghasilkan laba yang jauh lebih tinggi dari apa yang dihasilkan, jika produsen hanya menetapkan satu harga untuk semua konsumen. Strategi penetapan harga yang berbeda (*price discrimination*) ini dapat merusak persaingan usaha.²⁴

c. Penetapan harga dibawah harga pasar dengan pelaku usaha lain

Penetapan harga dibawah harga pasar dengan pelaku usaha lain dilarang oleh Pasal 7 dari Undang-Undang Anti Monopoli. Larangan tersebut berlaku apabila penetapan harga dibawah harga pasar tersebut dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Larangan pembuatan perjanjian yang berisikan penetapan harga barang atau jasa dibawah harga pasar atau yang dikenal dengan istilah “anti dimping” ini dimaksudkan agar pihak pesaingnya tidak dirugikan karna barang atau jasanya tidak laku, padahal harga barang/ jasanya sesuai dengan harga pasar.

Disamping itu, apabila perjanjian yang menetapkan harga di bawah harga pasar ini tidak dilarang, maka pihak yang kurang kuat modalnya tentu tidak sanggup menyainginya, karena harga tidak mungkin dilakukan. Biasanya pada gilirannya nanti, apabila pihak pesaing satu demi satu berguguran karena barangnya tidak laku, pihak yang membuat perjanjian tadi kembali menaikkan harga dengan sangat tinggi karena merasa tidak ada lagi persaingan. Dan, hal ini akan sangat merugikan pihak konsumen.²⁵

d. Penetapan harga jual kembali

Penetapan harga jual kembali dilarang oleh Pasal 8 Undang-Undang Anti Monopoli. Yang dimaksudkan adalah bahwa seorang pelaku usaha dilarang untuk membuat perjanjian dengan pelaku usaha lainnya bahwa pihak pembeli barang/jasa tersebut tidak akan menjual atau memasok barang/jasa tersebut dibawah harga yang telah ditetapkan bersama. Sebab mestinya, pihak pembeli bebas untung menetapkan harga dari barang/jasa yang sudah dibeli sesuai dengan permintaan dan penawaran yang ada dipasar.²⁶

²⁴Susanti Adi Nugroho, *op.cit*, hlm. 145

²⁵Munir Fuady, *op.cit*, hlm. 59

²⁶*Ibid*, hlm. 60

Terdapat dua macam resale price maintenance yaitu penetapan harga secara maksimum (*Maximum Price Fixing*). Dengan penetapan harga maksimum ini, maka sebenarnya masih terdapat persaingan antara pelaku usaha, yang mungkin akan menguntungkan konsumen, karena yang diperjanjikan adalah larangan untuk menjual lebih mahal atau diatas harga maksimum yang disepakati, sehingga pelaku usaha masih bisa berkompetisi di harga jual sepanjang hal tersebut masih diatas harga *Predatory*. Jenis kedua adalah minimum *Resale Price Maintenance (Floor Price)* yaitu kesepakatan antar pelaku usaha dimana pembeli akan menjual kembali barang yang dia beli pada harga dimana tidak boleh dibawah harga yang ditentukan. Dengan demikian adanya perjanjian minimum *Resale Price Maintenance* yang telah dibuat sebelumnya oleh perusahaan manufaktur dengan perusahaan penyalurnya mengakibatkan perusahaan penyaluran tidak lagi memiliki kebebasan untuk menjual produk yang disalurkan tersebut dengan harga yang lebih rendah dari harga yang ditetapkan perusahaan penyalur lainnya.²⁷

3. Pembagian Wilayah(*Market Division*)

Pelaku usaha membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar adalah salah satu cara yang dilakukan untuk menghindari terjadinya persaingan di antara mereka. Melalui pembagian wilayah ini, maka para pelaku usaha dapat menguasai wilayah pemasaran atau alokasi pasar yang menjadi bagiannya tanpa harus menghadapi persaingan. Dengan demikian dia akan mudah menaikkan harga ataupun menurunkan produksinya atau barang yang dijual untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Pada prinsipnya perjanjian diantara pelaku usaha untuk membagi wilayah pemasaran-pemasaran diantara mereka akan berakibat kepada eksploitasi terhadap konsumen, dimana konsumen tidak mempunyai pilihan yang cukup baik dari segi barang maupun harga. Undang-undang No.5/1999 melarang perbuatan tersebut dalam Pasal 9 berbunyi:

“pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya yang bertujuan untuk membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar terhadap barang

²⁷Andi ahmi, *loc.cit*, hlm. 102

dan/atau jasa sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.”

Adapun yang menjadi tujuan dari perjanjian pembagian wilayah adalah untuk membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar atas barang atau jasa atau yang dikenal dengan istilah “*Location Clause*” yaitu suatu klausula yang mengatur lokasi dimana suatu pelaku usaha diberikan kewenangan untuk menjual barang atau jasa. Tujuan lebih lanjutnya adalah untuk mengontrol kepadatan distribusi dan mencegah terjadinya kelebihan barang pada lokasi tertentu. Perjanjian pembagian wilayah ini dilarang karena menyebabkan pelaku usaha yang terlibat dalam perjanjian menjadi memonopoli pada wilayah dimana dia dialokasikan.²⁸

4. Pemboikotan (*Group Boycott atau Horizontal Refuse to Deal*)

Perjanjian pemboikotan merupakan salah satu bentuk usaha yang dilakukan para pelaku usaha untuk mengeluarkan pelaku usaha lain dari pasar yang sama, atau juga untuk mencegah pelaku usaha yang berpotensi menjadi pesaing untuk masuk ke dalam pasar yang sama, yang kemudian pasar tersebut dapat terjaga hanya untuk kepentingan pelaku usaha yang terlibat dalam perjanjian pemboikotan tersebut.

Undang-undang No. 5 Tahun 1999 mengkatagorikan perjanjian pemboikotan sebagai salah satu perjanjian yang dilarang, yang diatur dalam Pasal 10 ayat (1) dan (2) Undang-undang No.5/1999, Pasal 10 ayat (1) berbunyi: “pelaku usaha dilarang membuat perjanjian, dengan pelaku usaha pesaingnya yang dapat menghalangi pelaku usaha lain untuk malakukan usaha yang sama, baik untuk tujuan pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri.” Dan Pasal 10 ayat (2) nya, berbunyi: “pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya, untuk menolak menjual setiap barang dan/atau jasa dari pelaku usaha lain sehingga perbuatan tersebut:

(a). Merugikan atau dapat diduga akan merugikan pelaku usaha lain atau; (2) membatasi pelaku usaha lain dalam menjual atau membeli setiap barang dan/atau jasa dari pasar bersangkutan.”

Karena besarnya kerugian yang dapat ditimbulkan oleh suatu perjanjian pemboikotan, maka Pasal 10 ayat (1) dan (2) Undang-undang No. 5 Tahun 1999 yang mengatur mengenai perjanjian pemboikotan ini dirumuskan secara *per se illegal* oleh pembuat undang-undang, sehingga ketika ada pelaku usaha yang melakukan perbuatan perjanjian pemboikotan, maka tanpa memperhatikan akibat yang muncul

²⁸*Ibid*, hlm. 104

dari perbuatan tersebut, ataupun alasan-alasan dilakukannya pemboikotan tersebut, pelaku usaha sudah dapat dijatuhi sanksi hukuman.²⁹

5. Kartel

Praktek kartel merupakan salah satu strategi yang diterapkan diantara pelaku usaha untuk dapat mempengaruhi harga dengan mengatur jumlah produksi mereka. Mereka berasumsi jika produksi mereka di dalam pasar dikurangi, sedangkan permintaan terhadap produk mereka di dalam pasar tetap, akan berakibat kepada naiknya harga ke tingkat yang lebih tinggi. Dan sebaliknya, jika di dalam pasar produk mereka melimpah, sudah barang tentu akan berdampak terhadap penurunan harga produk mereka di pasar. Oleh karena itu, pelaku usaha mencoba membentuk suatu kerjasama *horizontal(Pools)* untuk menentukan harga dan jumlah produksi barang atau jasa. Namun pembentukkan kerjasama ini tidak selalu berhasil, karena para anggota seringkali berusaha berbuat curang untuk keuntungannya masing-masing.³⁰

Undang-undang No. 5 Tahun 1999 mengkategorikan kartel sebagai salah satu bentuk perjanjian yang dilarang untuk dilakukan oleh pelaku usaha. Dimana Pasal 1 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 berbunyi: “pelaku usaha dilarang membuat perjanjian, dengan pelaku usaha pesaingnya yang bermaksud untuk mempengaruhi harga dengan cara mengatur produksi dan/atau pemasaran suatu barang dan/atau jasa, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.”

6. Trust

Trust sebenarnya merupakan wadah bagi pelaku usaha yang didisain untuk membatasi persaingan dalam bidang usaha atau industri tertentu. Gabungan antara beberapa perusahaan yang bersaing dengan membentuk organisasi yang lebih besar yang akan mengendalikan seluruh proses produksi dan atau pemasaran suatu barang. Suatu *Trust* terjadi dimana sejumlah perusahaan menyerahkan saham mereka pada suatu “badan *trustee* ” yang kemudian memberikan sertifikat dengan nilai yang sama kepada anggota *trust*. *Trust* pertama yang sangat terkenal adalah *Standard Oil* yang terbentuk pada tahun 1882, yang kemudian diikuti oleh banyak industri lainnya. Hal

²⁹*Ibid*, hlm. 107

³⁰*Ibid*, hlm. 109

ini menyebabkan banyaknya kemajuan-kemajuan di Amerika. Namun, karena *trust* juga mengakibatkan adanya pemusatan kekuasaan, maka *trust* dianggap suatu yang melanggar hukum.³¹

Undang-undang No.5/1999, menyatakan bahwa ‘*Trust*’ merupakan salah satu perjanjian yang dilarang untuk dilakukan. Pasal 12 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 berbunyi:“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan membentuk gabungan perusahaan atau perseroan yang lebih besar, dengan tetap menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidup masing-masing perusahaan atau perseroan anggotanya, yang bertujuan untuk mengontrol produksi dan/atau pemasaran atas barang dan/atau jasa, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.”

7. Oligopsoni

Oligopsoni merupakan salah satu bentuk praktek anti persaingan yang cukup unik, karena dalam praktek oligopsoni yang menjadi korban adalah produsen atau penjual, dimana biasanya untuk bentuk-bentuk praktek anti persaingan lain seperti (*Price Fixing, Price Discrimination*, kartel, dan lain-lainnya) yang menjadi korban umumnya konsumen atau pesaing. Dalam oligopsoni, konsumen membuat kesepakatan dengan konsumen lain dengan tujuan agar mereka secara bersama-sama dapat menguasai pembelian atau penerimaan pasokan, dan pada akhirnya dapat mengendalikan harga atas barang atau jasa pada pasar yang bersangkutan.³²

UU No.5 Tahun 1999 memasukkan perjanjian oligopsoni ke dalam salah satu perjanjian yang dilarang untuk dilakukan oleh pelaku usaha. Pasal 13 ayat (1) UU No.5 Tahun 1999 menyebutkan bahwa: “pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang bertujuan untuk sec

³¹*Ibid*, hlm. 117

³²*Ibid*, hlm. 118

ara bersama-sama menguasai pembelian atau penerimaan pasokan agar dapat mengendalikan harga atas barang dan/atau jasa dalam pasar bersangkutan, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.”

Sedangkan Pasal 13 ayat (2) menambahkan bahwa: “pelaku usaha patut diduga atau dianggap secara bersama-sama menguasai pembelian atau penerimaan pasokan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) 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.”

8. Integrasi Vertikal

Yang dimaksud dengan integrasi vertikal adalah suatu 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 atau penguasaan pasar dari hulu sampai ke hilir ini, meskipun mungkin bisa menghasilkan produk dengan harga murah, tetapi hal tersebut dapat menimbulkan persaingan curang yang merusak sendi-sendi perekonomian masyarakat.³³

Oleh karena terdapat dampak negatif yang mungkin muncul dari suatu integrasi vertikal, maka UU No. 5 Tahun 1999 memasukan integrasi vertikal kedalam pengaturan kelompok perjanjian yang dilarang. Pasal 14 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 menyebutkan bahwa: “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 terjadinya persaingan usaha tidak sehat dan/atau merugikan masyarakat.”

³³ Munir Faudy, *hukum anti monopoli menyongsong era persaingan sehat*, (Bogor: PT. Citra Aditya Bakti, 1999), hlm. 67

9. Perjanjian tertutup

Perjanjian tertutup atau *Exclusive Dealing* adalah suatu perjanjian yang terjadi antara mereka yang berada pada level yang berbeda pada proses produksi atau jaringan distribusi suatu barang atau jasa. *Exclusive Dealing* atau perjanjian tertutup ini terdiri dari:

a. Exclusive Distribution Agreement

Exclusive Distribution Agreements yang dimaksud disini adalah pelaku usaha membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa pihak yang menerima produk hanya akan memasok atau tidak memasok kembali produk tersebut kepada pihak tertentu atau pada tempat tertentu saja, atau dengan kata lain pihak distributor dipaksa hanya boleh memasok produk kepada pihak tertentu dan tempat tertentu saja oleh pelaku usaha manufaktur. Permasalahan dalam *Exclusive Dealing* adalah kemungkinan matinya suatu pelaku usaha karena tidak mendapatkan bahan baku atau tidak mempunyai distributor yang akan menjual produknya. Selain dari pada itu *Exclusive Dealing* juga dapat menyebabkan meningkatnya halangan untuk masuk ke pasar.³⁴

Oleh karena itu Pasal 15 ayat (1) Undang-undang No. 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha untuk membuat *Exclusive Distribution Agreement* dengan pelaku usaha lain. Adapun bunyi dari Pasal 15 ayat (1) Undang-undang No. 5 Tahun 1999 sebagai berikut, bahwa: “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa pihak yang menerima barang dan/atau jasa hanya akan memasok atau tidak memasok kembali barang dan/atau jasa tersebut kepada pihak tertentu dan/atau pada tempat tertentu.”

b. Tying Agreement

Tying Agreement terjadi apabila suatu perusahaan mengadakan perjanjian dengan pelaku usaha lainnya yang berada pada level yang berbeda dengan mensyaratkan penjualan ataupun penyewaan suatu barang atau jasa hanya akan dilakukan apabila pembeli atau penyewa tersebut juga akan membeli atau

³⁴ Andi Fahmi, *op.cit*, hlm. 125

menyewa barang lainnya. Terdapat beberapa tujuan dari *Tying Agreement*. Pertama untuk mempersulit masuk kepasar. Kedua, untuk meningkatkan penghasilan dengan menggunakan kekuatan monopoli pada salah satu barang atau jasa. Terakhir adalah untuk menjaga kualitas barang. Oleh karena itu dapat disimpulkan ada dua alasan yang menyebabkan praktek *Tying Agreement* tersebut dilarang, yaitu: (1) pelaku usaha yang melakukan praktek *Tying Agreement* tidak menghendaki pelaku usaha lain memiliki kesempatan yang sama untuk bersaing secara *fair* dengan dia terutama pada *Tied Product* dan (2) pelaku usaha yang melakukan praktek *Tying Agreement* juga telah menghilangkan hak konsumen untuk memilih secara merdeka barang yang ingin mereka beli.³⁵

Pasal 15 ayat (2) Undang-undang No. 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa:“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pihak lain yang memuat persyaratan bahwa pihak yang menerima barang dan/atau jasa tertentu harus bersedia membeli barang dan/atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok.”

Dari pasal 15 ayat (2) Undang-undang No. 5 Tahun 1999 juga dapat dilihat defenisi dari *tying agreement* yaitu perjanjian yang dibuat di antara pelaku usaha yang memuat persyaratan bahwa pihak yang menerima barang atau jasa tertentu harus bersedia membeli barang atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok.

c. Vertical Agreement on Discount

Pasal 15 ayat (3) Undang-undang No. 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa:“pelaku usaha dilarang membuat perjanjian mengenai harga atau potongan harga tertentu atas barang dan/atau jasa yang memuat persyaratan bahwa pelaku usaha yang menerima barang dan/atau jasa dari usaha pemasok:

- a. Harus bersedia membeli barang dan/atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok atau;
- b. Tidak akan membeli barang dan/atau jasa yang sama atau sejenis dari pelaku usaha lain yang menjadi pesaing dari pelaku usaha pemasok.”

Dengan kata lain, apabila pelaku usaha ingin mendapatkan harga diskon untuk produk tertentu yang dibelinya dari pelaku usaha lain, pelaku usaha harus bersedia membeli produk lain dari pelaku usaha tersebut atau tidak akan membeli produk yang sama atau sejenis dari pelaku usaha lain yang menjadi pesaing.³⁶

³⁵*Ibid*,hlm. 127

³⁶*Ibid*,hlm. 129

10. Perjanjian dengan pihak luar negeri

Pasal 16 UU No. 5 Tahun 1999 menyebutkan bahwa: “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pihak lain di luar negeri yang memuat ketentuan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Dapat dikatakan pasal ini mengatur suatu keadaan khusus apabila pelaku usaha di dalam negeri melakukan perjanjian dengan pihak pelaku usaha di luar negeri.”

Permasalahan yang muncul dari rumusan Pasal 16 UU No.5 Tahun 1999, keharusan adanya suatu perjanjian yang dibuat antar pelaku usaha di dalam negeri dengan pelaku usaha yang ada di luar negeri, sehingga apabila tidak ada perjanjian di antara pelaku usaha tersebut, maka pelaku usaha yang melakukan praktek persaingan usaha tidak sehat kemungkinan tidak dapat diproses menggunakan pasal ini.³⁷

3. Dampak Monopoli

Dalam berbagai literatur disebutkan, bahwa banyak pengaruh/dampak negatif sehubungan dengan dilakukannya monopoli oleh pelaku atau sekelompok pelaku usaha yang dapat merugikan konsumen maupun pelaku usaha lainnya, yaitu antara lain:³⁸

- a. Adanya peningkatan harga produk barang maupun jasa tertentu sebagai akibat tidak adanya persaingan sehat, sehingga harga yang tinggi dapat memicu/penyebab terjadinya inflasi yang merugikan masyarakat luas;
- b. Pelaku usaha mendapatkan keuntungan secara tidak wajar, dan dia berpotensi untuk menetapkan harga seandainya guna mendapatkan keuntungan yang berlipat, tanpa memperhatikan pilihan-pilihan konsumen, sehingga konsumen mau tidak mau tetap akan mengkonsumsi produk barang dan jasa tertentu yang dihasilkannya;
- c. Terjadi eksploitasi terhadap daya beli konsumen dan tidak memberikan hak pilih pada konsumen untuk mengkonsumsi produk lainnya, sehingga konsumen tidak peduli lagi pada masalah kualitas serta harga produk. Eksploitasi ini juga akan berpengaruh pada karyawan serta buruh yang bekerja di perusahaan tersebut dengan gaji dan upah yang ditetapkan sewenang-wenang, tanpa memperhatikan aturan main yang berlaku;
- d. Terjadi inefisiensi dan tidak efektif dalam menjalankan kegiatan usahanya yang pada akhirnya dibebankan pada masyarakat luas/konsumen berkaitan dengan produk yang dihasilkannya, karena monopolis tidak lagi mampu menekan AC (*average cost*) secara minimal; Terjadi *entry barrier*, dimana tidak ada perusahaan

³⁷*Ibid*, hlm. 131

³⁸Andi Fahmi, *op.cit*, hlm. 131

lain yang mampu menembus pasar monopoli untuk suatu produk yang sejenis, sehingga pada gilirannya perusahaan kecil yang tidak mampu masuk ke pasar monopoli akan mengalami kesulitan untuk dapat berkembang secara wajar dan pada akhirnya akan bangkrut;

- e. Menciptakan pendapatan yang tidak merata, dimana sumber dana serta modal akan tersedot ke perusahaan monopoli, sehingga masyarakat/ konsumen dalam jumlah yang besar terpaksa harus berbagi pendapatan yang jumlahnya relatif kecil dengan masyarakat lainnya, sementara segelintir (dalam jumlah kecil) monopolis akan menikmati keuntungan yang lebih besar dari yang diterima oleh masyarakat.

Meskipun secara umum lebih sering dikemukakan monopoli itu negatif, apabila dilihat ternyata ada pula aspek positif yang bisa ditemukan dari monopoli.

Beberapa aspek monopoli akan dikemukakan berikut ini.³⁹

- a. Monopoli bisa memaksimalkan efisiensi pengelolaan sumber daya ekonomi tertentu. Apabila sumber daya alam minyak bumi dikelola oleh satu unit usaha tunggal yang besar, maka ada kemungkinan bahwa biaya-biaya tertentu akan bisa dihindari.
- b. Monopoli juga bisa menjadi sarana untuk meningkatkan pelayanan terhadap konsumen dalam industri tertentu. Dalam bidang usaha pelayanan telekomunikasi misalnya, para pengguna jasa akan bisa saling berhubungan tanpa kesulitan karena hubungan itu difasilitasi oleh satu perusahaan yang memiliki basis teknologi yang bias dimanfaatkan oleh semua konsumen. Hal ini mungkin saja tidak terjadi jika usaha pelayanan komunikasi dibuka bagi persaingan. Dalam hal terjadi persaingan, ada kemungkinan perusahaan-perusahaan yang saling bersaing itu mengembangkan sendiri teknologi mereka bagi konsumen mereka sendiri. Dengan demikian, ada kemungkinan mereka memiliki basis teknologi yang saling berbeda yang akan menyulitkan konsumen perusahaan yang satu untuk berhubungan dengan konsumen perusahaan lainnya.
- c. Monopoli bisa menghindarkan duplikasi fasilitas umum. Adakalanya bidang usaha tertentu akan lebih efisien bagi publik apabila dikelola hanya oleh satu perusahaan. Jika distribusi air minum diberikan lebih dari satu perusahaan yang saling bersaing, yang mungkin terjadi adalah bahwa akan membangun sendiri instalasi (penampungan, pipa-pipa) air minum mereka. Dari sisi kepentingan publik duplikasi fasilitas air minum itu bias dianggap sebagai suatu yang kurang efisien.
- d. Dari sisi produsen monopoli bisa menghindarkan biaya pariwisata serta biaya diferensiasi. Jika terjadi persaingan, setiap perusahaan yang bersaing akan saling mencoba merebut konsumen dengan banyak cara. Pariwisata tampaknya menjadi cara yang cukup penting untuk menjangkau konsumen. Setiap perusahaan juga

³⁹Arie suswanto, *Hukum Persaingan Usaha*, (Bogor:Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 20

- akan berkecenderungan untuk membuat produk mereka bisa dibedakan dari perusahaan lain. Dalam hal terjadi monopoli, kedua macam biaya tersebut tidak relevan. Karena perusahaan akan selalu berada pada pihak yang lebih dibutuhkan oleh konsumen, ia tidak perlu bersusah-susah mendapatkan konsumen melalui pariwisata maupun diferensiasi produk.
- e. Dalam monopoli biaya kontraktual bias dihindarkan. Persaingan membuat ekonomi tersebar (*dispersed*) dengan demikian, maka pelaku ekonomi akan memiliki kekuatan relatif yang tidak jauh berbeda. Konsekuensinya, jika mereka akan saling bertransaksi, waktu, biaya, dan tenaga yang diperlukan menjadi lebih besar. Kondisi ini tidak dijumpai dalam kondisi monopoli dimana peluang untuk bernegosiasi tidak terlampau besar.
 - f. Monopoli bisa digunakan sarana untuk melindungi sumber daya tertentu yang penting bagi masyarakat luas dari eksploitasi yang semata-matabersifat *Profit-Motive*.

4. Penegakan Hukum Persaingan Usaha Tidak Sehat

Secara prinsip, KPPU sesungguhnya merupakan lembaga pengawas pelaksanaan undang-undang dan KPPU bukan sebagai penegak hukum dibidang pidana seperti polisi, jaksa dan hakim yang memiliki upaya paksa untuk menghadirkan tersangka dalam persidangan. Namun, pemahaman terhadap rumusan Pasal 36 UU Nomor 5 Tahun 1999 yang menyangkut kewenangan sebagai penyidik dan penyelidik yang dilakukan oleh KPPU merupakan wilayah hukum pidana, sehingga kerap dijadikan alasan yang dapat menjadi dasar bagi KPPU dalam mencari dan menemukan kebenaran materiil, yaitu apakah pelaku usaha melakukan pelanggaran terhadap UU Nomor 5 Tahun 1999 atau tidak.⁴⁰

Untuk mengawasi pelaksanaan UU No. 5 Tahun 1999 (UU Antimonopoli) dibentuk suatu komisi. Pembentukan ini didasarkan pada Pasal 34 UU No. 5 Tahun 1999 yang menginstruksikan bahwa pembentukan susunan organisasi, tugas, dan fungsi komisi ditetapkan melalui Keputusan Presiden. Komisi ini kemudian dibentuk berdasarkan Keppres No 75 Tahun 1999 dan diberi nama Komisi Pengawas Persaingan Usaha atau KPPU.

Dengan demikian, penegakan hukum Antimonopoli dan persaingan usaha berada dalam kewenangan KPPU. Namun demikian, tidak berarti bahwa tidak ada lembaga lain yang berwenang menangani perkara monopoli dan persaingan usaha. Pengadilan Negeri (PN) dan Mahkamah Agung (MA) juga diberi wewenang untuk

⁴⁰Meita Fadhilah, "Wawasan Yuridika", Fakultas Hukum, Universitas Padjadjaran Bandung, 2019, hlm. 64

menyelesaikan perkara tersebut. PN diberi wewenang untuk menangani keberatan terhadap putusan KPPU dan menangani pelanggaran hukum persaingan yang menjadi perkara pidana karena tidak dijalkannya putusan KPPU yang sudah *in kracht*. MA diberi kewenangan untuk menyelesaikan perkara pelanggaran hukum persaingan apabila terjadi kasasi terhadap keputusan PN tersebut. Sebagai suatu lembaga independen, dapat dikatakan bahwa kewenangan yang dimiliki Komisi sangat besar yang meliputi juga kewenangan yang dimiliki oleh lembaga peradilan. Kewenangan tersebut meliputi penyidikan, penuntutan, konsultasi, memeriksa, mengadili, dan memutus perkara.⁴¹

B. Tinjauan Umum Tentang *Merger*

1. Dasar Hukum Pengaturan dan Defenisi *Merger*

Ketentuan mengenai *merger* telah di atur dalam undang-undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas (untuk selanjutnya di sebut “UU No.1/1995”) Dalam Pasal 102 sampai dengan pasal 109 ketentuan pasal-pasal *merger* tersebut kemudian di tuangkan dalam peraturan pemerintah Nomor 27 Tahun 1998 tentang Tata Cara Penggabungan, Peleburan, dan Pengambilalihan Perseroan terbatas (Untuk selanjutnya di sebut “PP No. 27/1998”). Ketentuan dalam PP No. 27/1998 ini berisi hal-hal yang bersifat teknis dan prosedur dalam aktivitas *merger*.

Secara umum, ketentuan *merger* dalam UU No.1/1995 dan PP No. 27/1998 sudah cukup mengakomodir kebutuhan akan kepastian hukum dalam melakukan *merger* di Indonesia, hanya saja pengaturan dalam kedua ketentuan tersebut belum menyentuh pada aspek persaingan usaha.

Keberadaan Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas sebagai pengganti UU No. 1/1995 diharapkan dapat membawa kepastian hukum yang semakin nyata khususnya bagi pelaku usaha. UU No. 40/2007 yang

⁴¹ Andi Fahmi, *op.cit*, hlm. 311

disahkan pada tanggal 16 Agustus 2007 ini mengalami beberapa penambahan dan banyak penyempurnaan dari UU No. 1/1995 termasuk dalam hal pengaturan kegiatan *merger* yang diatur dalam Pasal 122 sampai Pasal 137.

Jika ditelaah lebih rinci, terdapat beberapa perbedaan yang cukup signifikan dalam pengaturan *merger* didalam UU No. 1/1995 dengan Undang-undang Perseroan Terbatas yang baru, yaitu UU No.40/2007. Beberapa ketentuan yang baru dan ketentuan yang disempurnakan, antara lain adalah:⁴²

- a. UU No. 1/1995 hanya mengatur ketentuan mengenai *merger* saja, sedangkan UU No.40/2007 memiliki cakupan yang lebih luas karena undang-undang ini tidak hanya mengatur ketentuan mengenai *merger* akan tetapi juga mengatur mengenai pemisahan perseroan (*Corporate Split*),⁴³ sedangkan UU No.1/1995 tidak mengenal ketentuan ini.
- b. UU No.1/1995 mengatur bahwa *merger* mengakibatkan perseroan yang menggabungkan atau meleburkan diri berakhir karena hukum, dan *merger* dapat dilakukan dengan atau tanpa mengadakan likuidasi terlebih dahulu. Ketentuan tersebut berdasarkan UU No.40/2007 dipersempit sehingga berakhirnya perseroan tersebut tanpa likuidasi terlebih dahulu.⁴⁴
- c. UU No.40/2007 mensyaratkan kewajiban perseroan untuk mengumumkan rencana *merger*, konsolidasi, dan akuisisi kepada karyawan perseroan dalam

⁴²*Ibid*, hlm. 193

⁴³ UU No. 40/2007 pasal 1 butir 12 “pemisahan adalah perbuatan hukum yang dilakukan oleh perseroan untuk memisahkan usaha yang mengakibatkan seluruh aktiva dan pasiva perseroan beralih karena hukum kepada dua perseroan atau lebih atau sebagian aktiva dan pasiva perseroan beralih karena hukum kepada satu perseroan atau lebih”.

⁴⁴UU No. 40/2007 pasal 122 “(1) penggabungan dan peleburan perseroan yang menggabungkan atau meleburkan diri berakhir karena hukum; (2) berakhirnya perseroan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terjadi tanpa dilakukan likuidasi terlebih dahulu.

bentuk tertulis dalam waktu 30 hari sebelum *merger*⁴⁵ suatu hal yang belum diatur oleh UU No.1/1995.

Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (untuk selanjutnya disebut “UU No. 5/1999”) yang diundangkan pada tanggal 5 maret 1999 dan berlaku efektif mulai satu tahun kemudian, dimaksudkan untuk menciptakan kesempatan yang sama bagi setiap dan atau jasa, dalam iklim usaha yang sehat, efektif, dan efisien sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan bekerjanya ekonomi pasar yang wajar.⁴⁶

Selain itu UU No.5/1999 juga dimaksudkan untuk mencegah timbulnya pemusatan kekuatan ekonomi pada pelaku usaha tertentu yang dapat menghalangi persaingan usaha yang sehat dan wajar.⁴⁷

Maksud dan tujuan dari UU No.5/1999 tersebut dituangkan dalam pasal-pasal yang mengatur bentuk-bentuk perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang dan penyalahgunaan posisi dominan, yang didalamnya termasuk *merger*, yang dapat menimbulkan praktek monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat. Ketentuan mengenai *merger* dalam kaitannya dengan persaingan usaha yang tidak sehat telah diatur dalam UU No. 5/1999 dalam Pasal 28 dan Pasal 29 yang merupakan bagian dari Bab Posisi Dominan. Sejalan dengan undang-undang persaingan usaha, UU No.40/2007 dalam Pasal 126 ayat (1) butir c, telah mengatur bahwa *merger* atau pemisahan wajib memperhatikan kepentingan masyarakat dan persaingan sehat dalam melakukan usaha.

⁴⁵ UU No. 40/2007 pasal 127 “direksi perseroan yang akan melakukan penggabungan, peleburan, pengambilalihan, atau pemisahan wajib mengumumkan ringkasan rancangan paling sedikit dalam 1 (satu) surat kabar dan mengumumkan secara tertulis kepada karyawan dari perseroan yang akan melakukan penggabungan, peleburan, pengambilalihan atau pemisahan dalam jangka waktu paling lambat 30 hari sebelum panggilan RUPS.”

⁴⁶Undang-undang No. 5/1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat , bagian menimbang butir b.

⁴⁷*Ibid*, butir c

Peraturan Pemerintah yang disyaratkan oleh Pasal 28 ayat (3) akan mengatur mengenai larangan *merger* yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat sebagaimana yang diatur dalam Pasal 28 ayat (1) dan (2). Sedangkan yang diperlukan sebagai implementasi Pasal 29 ayat (2) adalah Peraturan Pemerintah mengenai penetapan nilai aset dan atau nilai penjualan serta tata cara pemberitahuan kepada Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia (untuk selanjutnya disebut “KPPU”) sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 29 ayat (1).

Mergeryang berasal dari akar kata kerja ‘*to merge*’, secara luas dipahami sebagai proses penggabungan dua perusahaan atau lebih menjadi satu perusahaan. Secara lebih detail, *Mainers* berpendapat bahwa *merger* adalah:

“a contractual process through which one corporation acquires the assets and liabilities of another corporation. The acquiring or surviving, corporation retains its original identity.”

Dengan ilustrasi sederhana, dapat digambarkan bahwa *merger* terjadi apabila dua perusahaan bergabung dan salah satunya masih mempertahankan identitasnya (Perusahaan A + Perusahaan B = Perusahaan A atau Perusahaan B).⁴⁸

2. Tujuan Merger

Tentunya *merger* dilakukan karena ada tujuan dan alasan tertentu yang ingin dicapai. Mengacu pada pengertian *merger*, adapun beberapa tujuan *merger* adalah sebagai berikut:⁴⁹

a. Pertumbuhan atau diversifikasi

Perusahaan yang menginginkan pertumbuhan yang cepat, baik ukuran, pasar saham, maupun diversifikasi usaha dapat melakukan *merger* maupun akuisisi.

⁴⁸Arie Siswanto, *op.cit*, hlm. 32

⁴⁹Budi Untung, *loc.cit*, hlm. 8

Perusahaan tidak memiliki resiko adanya produk baru. Selain itu jika melakukan ekspansi dengan *merger* dan akuisisi, perusahaan dapat mengurangi perusahaan pesaing atau mengurangi persaingan.

b. Sinergi

Sinergi dapat tercapai ketika *merger* menghasilkan tingkat skala ekonomi (*economies of scale*) tingkat skala ekonomi terjadi karena perpaduan biaya *overhead* meningkatkan pendapatan yang lebih besar daripada jumlah pendapatan perusahaan ketika tidak *merger*. Sinergi tampak jelas ketika perusahaan yang melakukan *merger* berada dalam bisnis yang sama karena fungsi dan tenaga kerja yang berlebihan dapat dihilangkan.

c. Meningkatkan dana

Banyak perusahaan tidak dapat memperoleh dana untuk melakukan ekspansi internal, tetapi dapat memperoleh dana untuk melakukan ekspansi eksternal. Perusahaan tersebut menggabungkan diri dengan perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi sehingga menyebabkan peningkatan daya pinjaman perusahaan dan penurunan kewajiban keuangan. Hal ini memungkinkan meningkatkan dana dengan biaya rendah.

d. Menambah keterampilan manajemen atau teknologi

Beberapa perusahaan tidak dapat berkembang dengan baik karena tidak adanya esensi pada manajemennya atau kurangnya teknologi. Perusahaan yang tidak dapat mengifisiensikan manajemennya dan tidak dapat membayar untuk mengembangkan teknologinya, dapat menggabungkan diri dengan perusahaan yang memiliki manajemen atau teknologi yang ahli.

e. Pertimbangan pajak

Perusahaan yang memiliki kerugian pajak dapat melakukan akuisisi dengan perusahaan yang menghasilkan laba untuk memanfaatkan kerugian pajak. Dalam hal ini perusahaan yang melakukan akuisisi akan menaikkan kombinasi pendapatan sesudah pajak dengan mengurangi pendapatan sebelum pajak dari perusahaan yang telah diakuisisi.⁵⁰

f. Meningkatkan likuiditas pemilik

Merger antar perusahaan memungkinkan perusahaan memiliki likuiditas yang lebih besar. Jika perusahaan lebih besar, pasar saham akan lebih luas dan saham lebih mudah diperoleh sehingga lebih likuid dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil.

g. Melindungi diri dari pengambilalihan

Hal ini terjadi ketika sebuah perusahaan menjadi incaran pengambilalihan yang tidak bersahabat. Target *firm* mengakuisisi perusahaan lain dan membiayai pengambilalihannya dengan utang karena beban utang ini, kewajiban perusahaan menjadi terlalu tinggi untuk ditanggung oleh *bidding firm* yang berminat.

⁵⁰<https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-merger.html>, diakses pada 23 Juli 2020

3. Bentuk-Bentuk *Merger*

Merger secara umum dapat terjadi dalam 4 macam bentuk, yaitu:⁵¹

a. *Merger Horizontal*

Merger Horizontal dapat terjadi apabila dua perusahaan yang memiliki lini usaha yang sama bergabung atau apabila perusahaan-perusahaan yang bersaing di industri yang sama melakukan *merger*.

b. *Merger Vertical*

Merger Vertical Melibatkan Suatu tahapan operasional produksi yang berbeda yang saling terkait satu sama lainnya, mulai dari hulu hingga ke hilir. *Merger Vertical* dapat juga berbentuk 2 Jenis, yakni *Upstream Vertical Merger* dan *Downstream Vertical Merger*

c. *Merger Konglomerat*

Merger Konglomerat terjadi apabila dua perusahaan yang tidak memiliki lini usaha yang sama bergabung atau dengan kata lain, *merger konglomerat* terjadi antara perusahaan-perusahaan yang tidak bersaing dan tidak memiliki hubungan penjual-pembeli.

d. *Merger kon-generik*

Ini adalah proses *merger* yang menggabungkan dua perusahaan atau lebih dimana bentuk usahanya masih berhubungan namun berbeda produk. Misalnya, *merger* antara Bank dengan perusahaan pembiayaan.⁵²

Pada berbagai bentuk *merger* yang umumnya terjadi, yaitu *merger horizontal*, *vertical*, dan konglomerat maka *merger horizontal* merupakan bentuk *merger* yang perlu diwaspadai oleh hukum persaingan.

Pada *merger* jenis ini, dua atau lebih perusahaan yang bergerak dalam lini usaha yang sama bergabung menjadi satu entitas bisnis yang lebih besar. Jika perusahaan lini usaha yang sama bergabung, maka secara otomatis jumlah pesaing dipasar akan berkurang. Hal inilah yang dapat merusak iklim persaingan, sebab semakin sedikit jumlah pesaing didalam pasar, maka akan semakin kecil fleksibilitas persaingan pasar

⁵¹ Andi Fahmi Lubis, *op.cit*, hlm. 191

⁵² <https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-merger.html>, diakses pada 23 Juli 2020

yang bersangkutan. Pada akhirnya, kondisi ini akan merugikan masyarakat dan kepentingan umum.

Akibat dari berkurangnya jumlah pesaing dalam pasar serta semakin kuatnya posisi dominan perusahaan hasil *merger* didalam pasar, maka potensi terjadinya hambatan masuk pasar (*entry barrier*) bagi pelaku usaha baru akan semakin besar. Hal inilah yang sangat membahayakan. *Merger* menjadi sangat berbahaya apabila situasi *Entry Barrier* ini muncul dalam pasar.

4. Manfaat Merger

Umumnya tujuan utama dilakukan penggabungan dua usaha atau lebih untuk memperluas daerah pemasaran, serta meningkatkan volume penjualan, dapat mengembangkan organisasi yang lebih kuat serta produksi yang lebih baik dan manajemen yang baik, penghematan biaya dan efisiensi pada skala produksi yang lebih besar, peningkatan pengendalian pasar dan posisi bersaing, perbaikan posisi dalam hal pengadaan sumber bahan baku & peningkatan yang menitikberatkan pada modal untuk pertumbuhan sebagai biaya yang lebih rendah atas pinjaman.⁵³

1. Prosedur Pelaksanaan *Merger*

Proses hukum (prosedur) yang harus dilalui oleh perseroan yang hendak melakukan merger (penggabungan) adalah sebagai berikut.⁵⁴

a. Memenuhi Syarat-Syarat Penggabungan

Syarat umum penggabungan ini diatur dalam Pasal 126 UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (“UUPT”) jo. Pasal 4 ayat (1) PP No. 27 Tahun 1998 tentang Penggabungan, Peleburan dan Pengambilalihan Perseroan Terbatas (“PP

⁵³<https://www.cekkembali.com/merger/2/>, diakses pada 22 Juli 2020

⁵⁴<https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt4d1358d8a0a80/langkah-demi-langkah-proses-merger-perseroan/>, diakses pada 27 Agustus 2020

27/1998”) bahwa perbuatan hukum Penggabungan, Peleburan, Pengambilalihan, atau Pemisahan wajib memperhatikan kepentingan:

- a) Perseroan, pemegang saham minoritas, karyawan Perseroan;
- b) kreditor dan mitra usaha lainnya dari Perseroan; dan
- c) masyarakat dan persaingan sehat dalam melakukan usaha.

Pasal 123 ayat (4) UUPT menambah satu lagi syarat bagi Perseroan tertentu yang akan melakukan penggabungan syaratnya, perlu mendapat “persetujuan” dari “instansi terkait”. Menurut penjelasan pasal ini, yang dimaksud Perseroan tertentu yang memerlukan persyaratan persetujuan dari instansi terkait adalah Perseroan yang mempunyai “bidang usaha khusus”. Antara lain lembaga keuangan bank dan yang non-bank. Sedang yang dimaksud dengan instansi terkait, antara lain Bank Indonesia (“BI”) untuk penggabungan perseroan perbankan.

b. Menyusun Rancangan Penggabungan

Rancangan penggabungan ini diatur dalam Pasal 123 UUPT jo Pasal 7 PP 27/1998:

1. Direksi perseroan yang akan menggabungkan diri dan yang menerima penggabungan menyusun rancangan penggabungan;
2. Rancangan penggabungan harus memuat sekurang-kurangnya:
 - a. nama dan tempat kedudukan dari setiap Perseroan yang akan melakukan Penggabungan;
 - b. alasan serta penjelasan Direksi Perseroan yang akan melakukan Penggabungan dan persyaratan Penggabungan;
 - c. tata cara penilaian dan konversi saham Perseroan yang menggabungkan diri terhadap saham Perseroan yang menerima Penggabungan;
 - d. rancangan perubahan anggaran dasar Perseroan yang menerima Penggabungan apabila ada;
 - e. laporan keuangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 66 ayat (2) huruf a yang meliputi 3 (tiga) tahun buku terakhir dari setiap Perseroan yang akan melakukan Penggabungan;
 - f. rencana kelanjutan atau pengakhiran kegiatan usaha dari Perseroan yang akan melakukan Penggabungan;
 - g. neraca proforma Perseroan yang menerima Penggabungan sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia;
 - h. cara penyelesaian status, hak dan kewajiban anggota Direksi, Dewan Komisaris, dan karyawan Perseroan yang akan melakukan Penggabungan diri;
 - i. cara penyelesaian hak dan kewajiban Perseroan yang akan menggabungkan diri terhadap pihak ketiga;
 - j. cara penyelesaian hak pemegang saham yang tidak setuju terhadap Penggabungan Perseroan;

- k. nama anggota Direksi dan Dewan Komisaris serta gaji, honorarium dan tunjangan bagi anggota Direksi dan Dewan Komisaris Perseroan yang menerima Penggabungan;
 - l. perkiraan jangka waktu pelaksanaan Penggabungan;
 - m. laporan mengenai keadaan, perkembangan, dan hasil yang dicapai dari setiap Perseroan yang akan melakukan Penggabungan;
 - n. kegiatan utama setiap Perseroan yang melakukan Penggabungan dan perubahan yang terjadi selama tahun buku yang sedang berjalan; dan;
 - o. rincian masalah yang timbul selama tahun buku yang sedang berjalan yang mempengaruhi kegiatan Perseroan yang akan melakukan Penggabungan.
3. Kemudian terhadap rancangan penggabungan tersebut dimintakan persetujuan kepada Dewan Komisaris dari setiap perseroan yang menggabungkan diri.

c. Penggabungan disetujui oleh Rapat Umum Pemegang Saham (“RUPS”)

Ketentuan mengenai RUPS ini dapat juga kita temui dalam Pasal 89 ayat (1) UUPT yang menyatakan bahwa RUPS untuk menyetujui Penggabungan dapat dilangsungkan jika dalam rapat paling sedikit $\frac{3}{4}$ (tiga perempat) bagian dari jumlah seluruh saham dengan hak suara hadir atau diwakili dalam RUPS dan keputusan adalah sah jika disetujui paling sedikit $\frac{3}{4}$ (tiga perempat) bagian dari jumlah suara yang dikeluarkan, kecuali anggaran dasar menentukan kuorum kehadiran dan/atau ketentuan tentang persyaratan pengambilan keputusan RUPS yang lebih besar.

d. Pembuatan akta penggabungan

Setelah masing-masing RUPS menyetujui rancangan penggabungan yang diajukan, maka rancangan penggabungan dituangkan dalam sebuah Akta Penggabungan (Pasal 128 ayat [1] UUPT) yang dibuat:

- di hadapan notaris; dan
- dalam Bahasa Indonesia.

Kemudian salinan akta penggabungan tersebut dilampirkan untuk menyampaikan pemberitahuan penggabungan kepada Menteri Hukum dan HAM (Pasal 21 ayat [3] UUPT) untuk dicatat dalam daftar perseroan.

Apabila terdapat perubahan terhadap Anggaran Dasar (“AD”) sebagaimana diatur dalam Pasal 21 ayat (1) UUPT maka perlu adanya persetujuan dari Menteri. Untuk itu perlu mengajukan permohonan untuk mendapat persetujuan Menteri atas penggabungan dengan perubahan AD.

e. Pengumuman hasil penggabungan

Pasal 133 ayat (1) UUPT mensyaratkan bagi Direksi perseroan yang menerima penggabungan wajib mengumumkan hasil penggabungan dengan cara:

- diumumkan dalam 1 (satu) surat kabar atau lebih;
- dilakukan paling lambat 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak tanggal berlakunya penggabungan.

Pengumuman dimaksudkan agar pihak ketiga yang berkepentingan mengetahui bahwa telah dilakukan Penggabungan, Peleburan, atau Pengambilalihan. Dalam hal ini pengumuman wajib dilakukan dalam jangka waktu paling lambat 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak tanggal:

- a. persetujuan Menteri atas perubahan anggaran dasar dalam hal terjadi Penggabungan.
- b. Pemberitahuan diterima menteri baik dalam hal terjadi perubahan anggaran dasar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 ayat (3) maupun yang tidak disertai anggaran dasar.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Untuk memperjelas masalah yang akan dibahas dan agar tidak terjadi pembahasan yang meluas atau menyimpang, maka perlu kiranya dibuat suatu batasan masalah. Adapun ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan ini adalah mengenai *merger* yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat berdasarkan UU No.5 Tahun 1999 serta kewenangan KPPU dalam praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat atas *merger* perusahaan.

B. Pendekatan Masalah

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis empiris. Pendekatan yuridis empiris yakni dilakukan dengan melihat kenyataan yang ada dalam praktek dilapangan. Pendekatan ini dikenal pula dengan pendekatan secara sosiologis yang dilakukan secara langsung ke lapangan. Jadi, pendekatan yuridis empiris dalam penelitian ini maksudnya adalah bahwa dalam menganalisis permasalahan dilakukan dengan cara memadukan bahan-bahan hukum (yang merupakan data sekunder) dengan data primer yang diperoleh di lapangan.

C. Bahan Penelitian

Data bagi suatu penelitian merupakan bahan yang akan digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian. Oleh karena itu, data harus selalu ada agar permasalahan penelitian itu dapat dipecahkan. Dalam penelitian ini jenis data yang dikumpulkan terdiri dari data yang bersifat primer, data yang bersifat sekunder, dan data yang bersifat tersier.

- a. Bahan hukum primer yaitu data yang langsung diperoleh dari sumber data di lapangan (*field research*) melalui wawancara.
- b. Bahan hukum sekunder adalah seluruh informasi tentang hukum yang berlaku atau yang pernah berlaku atau semua informasi yang relevan dengan permasalahan hukum. Bahan hukum sekunder berupa Undang-Undang, buku-buku yang berkaitan dengan judul skripsi, artikel-artikel dan sebagainya yang diperoleh baik melalui media cetak maupun media elektronik.
- c. Bahan hukum tertier, yang mencakup bahan yang memberi petunjuk-petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, seperti kamus hukum, jurnal ilmiah dan bahan-bahan lain yang relevan dan dapat dipergunakan untuk melengkapi data yang diperlukan dalam penulisan Skripsi ini.

D. Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan dua metode pengumpulan data, yaitu:

1. Data primer, yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari subjek atau objek penelitian. Data primer ini diperoleh dengan menggunakan wawancara. Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan. Wawancara dilakukan secara bebas terbuka dengan menggunakan alat berupa daftar pertanyaan yang telah disiapkan (sebagai pedoman wawancara) sesuai dengan permasalahan yang akan dicari jawabannya tanpa menutup

kemungkinan untuk menambah pertanyaan lain yang bersifat spontan sehubungan dengan jawaban yang diberikan oleh responden yaitu Bapak Ridho Pamungkas selaku Kepala Bidang Kajian dan Advokasi.

2. Data sekunder, yaitu data yang didapatkan tidak secara langsung dari objek atau subjek penelitian. Data sekunder ini diperoleh dengan Metode Kepustakaan (*library research*), adalah kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi objek penelitian. Metode kepustakaan dilakukan dengan menganalisa buku-buku yang berkaitan dengan judul skripsi, Undang-Undang, artikel-artikel dan sebagainya yang diperoleh baik melalui media cetak maupun media elektronik.

E. Analisis Data

Metode analisis data yang dilakukan penulis adalah pendekatan kualitatif, yaitu dengan:

1. Mengumpulkan bahan hukum primer, sekunder, dan tertier yang relevan dengan permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini.
2. Melakukan pemilahan terhadap bahan-bahan hukum relevan tersebut diatas agar sesuai dengan masing-masing permasalahan yang dibahas.
3. Mengolah dan menginterpretasikan data guna mendapatkan kesimpulan dari permasalahan.
4. Memaparkan kesimpulan, yang dalam hal ini adalah kesimpulan kualitatif, yaitu kesimpulan yang dituangkan dalam bentuk pernyataan dan tulisanjuga berisi saran-saran yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas.