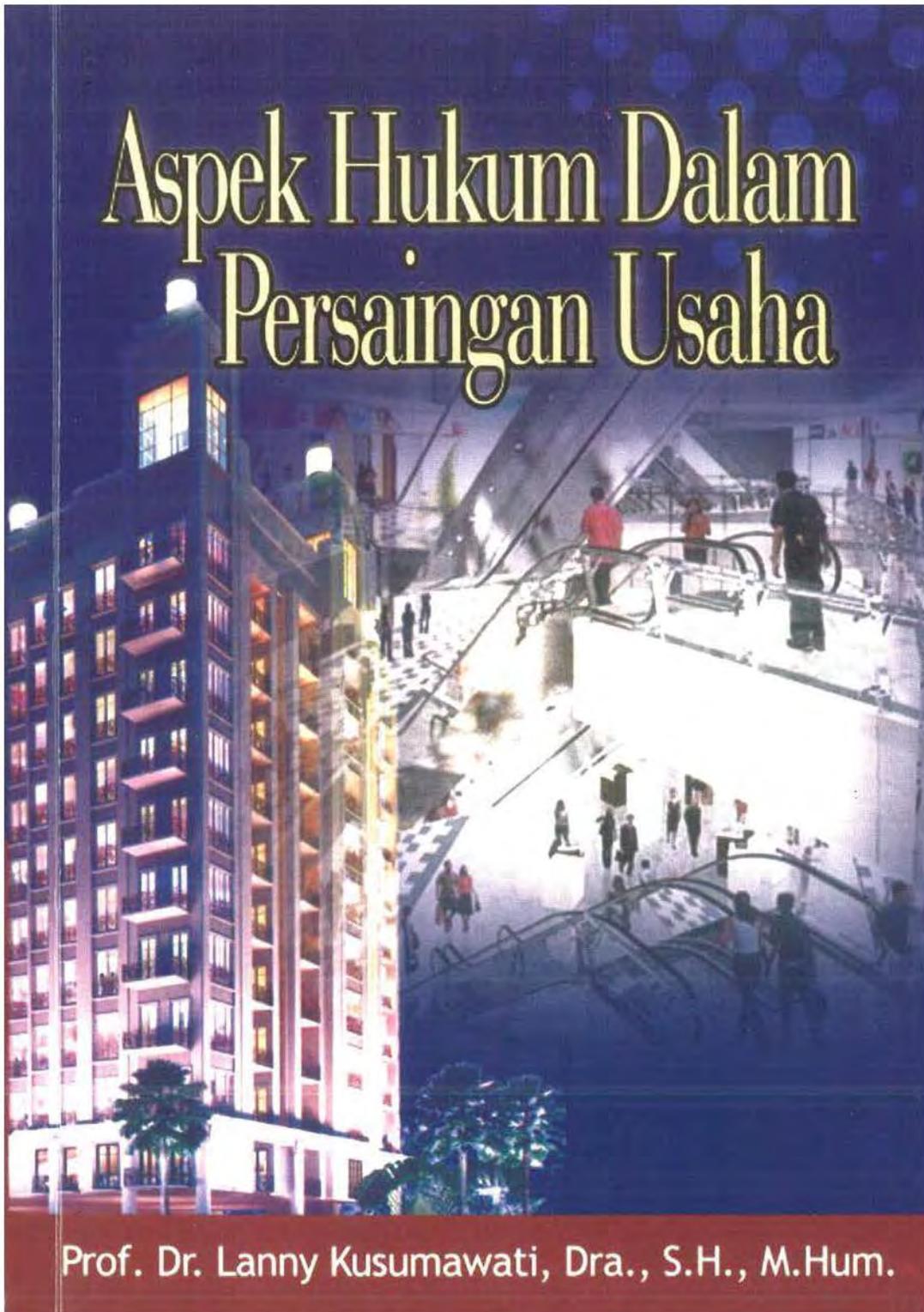


Aspek Hukum Dalam Persaingan Usaha



Prof. Dr. Lanny Kusumawati, Dra., S.H., M.Hum.

Aspek Hukum Dalam Persaingan Usaha

Prof. Dr. Lanny Kusumawati, Dra., S.H., M.Hum.

Aspek Hukum Dalam Persaingan Usaha

Oleh Prof. Dr. Lanny Kusumawati, Dra., S.H., M.Hum.

Desain Cover : M. Musta'in
Editor : Dra. Devita Hilda
Setting/Layout : M. Musta'in
Cetak Pertama : Maret 2010
ISBN : 978-979-25-2684-9

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak buku ini sebagian atau seluruhnya dalam bentuk
apapun termasuk menggunakan mesin fotocopy.

Diterbitkan oleh :

Laros

Taman Surya Agung Blok G No. 12
Wage - Taman - Sidoarjo
Telp. (031) 7882206
Email : penerbit_laros@yahoo.co.id

Kata Pengantar

Memasuki tahun 2010, dunia perdagangan banyak menghadapi tantangan, khususnya dengan diberlakukannya *Asean China Free Trade Area* (ACFTA), banyak Negara yang menyatakan tidak siap dalam menghadapi China, terutama Negara Indonesia. Hal ini telah diprediksi oleh berbagai Negara sebelum tahun 2010, termasuk Indonesia sebelum diberlakukan ACFTA, sudah merasakan adanya persaingan berat dalam perdagangan, apalagi dengan diberlakukan ACFTA. Indonesia tidak mungkin dapat menghindari dan mampu bersaing dengan China, perdagangan akan menghadapi persaingan ketat yang tak tertandingi dan tak terelakan. Sekarang ini, perusahaan-perusahaan di Indonesia sudah banyak yang gulung tikar, bahkan jatuh pailit karena tidak mampu bersaing dengan China, dimana barang-barang buatan China merajalela menguasai pasar, dengan harga yang relatif jauh lebih murah dibandingkan dengan produk lokal, kualitasnya juga lumayan bagus, akibatnya pasar dikuasai oleh barang-barang impor dari China.

Apabila mengacu pada undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat, Indonesia tidak dapat melarang atau menghalang-halangi masuknya produk China ke Indonesia, karena di dalam GATT telah tercantum salah satunya adalah "*No Discrimination*", yang berarti Indonesia tidak boleh membeda-bedakan antara Negara China dengan Negara-negara lain di dunia. Demikian juga Negara China, telah membuka diri dengan menerima investor asing seperti Australia dan negara-negara lain. China tidak takut menghadapi negara-negara manapun dalam perdagangan, sehingga China menamakan diri sebagai "*Open Door Policy*", dengan memberlakukan *New Chinese Commercial Laws*. Jadi Indonesia harus memberanikan diri dalam menghadapi perdagangan dengan negara China, mampu bersaing secara terbuka dan bersaing secara sehat.

Dalam dunia perdagangan, sebenarnya ada tiga tradisi hukum yang utama dan paling tua, yaitu hukum dari Eropa Kontinental (*Civil Law*), hukum Anglo Saxon (*Common Law*) dan Hukum Sosialis (*So-*

cialist Law). Dalam era globalisasi saat ini, terminology yang digunakan bukan lagi sistem hukum, melainkan "tradisi hukum", karena masing-masing negara mempunyai tradisi dagang yang berbeda-beda, yang merupakan refleksi dari suatu tradisi negara, sehingga kriteria "Monopoli" suatu negara di larang, namun di negara tertentu monopoli masih di izinkan sepanjang tidak merugikan masyarakat atau konsumen. Dengan membaca dan memahami buku Aspek Hukum Dalam Persaingan Usaha ini, maka akan mampu membedakan dan memahami tentang persaingan usaha sehat dan persaingan usaha curang. Kegiatan dan Perbuatan yang dilarang dalam usaha dan lain-lain sebagaimana telah diatur dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tersebut.

Dalam ilmu hukum, ada teori *Rule of Reason* dan *Per Se Illegal* yang dapat digunakan untuk mengkaji suatu perbuatan atau kegiatan apakah termasuk sebagai suatu hal yang dilarang dalam persaingan usaha, biasanya sering terjadi persekongkolan, terutama tentang Pengadaan Barang dan Jasa, baik di instansi Pemerintah ataupun Swasta ataupun perdagangan yang lain.

Daftar Isi

BAB I	: PENGANTAR	1
1.	Etika Bisnis :	1
-	Prinsip Kejujuran.	7
-	Prinsip Tidak Berniat Jahat.	8
-	Prinsip Keadilan Dalam Bisnis.	8
-	Prinsip Otonomi	8
-	Prinsip saling menguntungkan (mutual benefit principle).....	10
-	Prinsip integritas moral	10
1.2	Etos Bisnis	10
2.	Sejarah Etika Bisnis.	10
-	Situasi Dahulu;	13
-	Masa Peralihan;	14
-	Etika Bisnis Lahir di Amerika Serikat;	15
-	Etika Bisnis Di Eropa;	17
-	Etika Bisnis Dalam Fenomena Global.	18
2.2.	Profil Etika Bisnis Dewasa Ini.	19
2.3.	Faktor Sejarah dan Budaya Dalam Etika Bisnis :.....	22
-	Kebudayaan Yunani Kuno.	23
-	Agama Kristen.	25
-	Agama Islam.	28
-	Kebudayaan Jawa.	31
-	Era Kemajuan Zaman.	32
3.	Tujuan Bisnis.	35
BAB II	: TIMBULNYA PENGATURAN HUKUM PERSAINGAN CURANG.	
1.	Dasar Pernikiran	61
2.	Pengaturan Hukum Persaingan Curang.	69
3.	Keberadaan Undang-undang Anti Monopoli dan Anti Trust	74
4.	Hal-hal yang dikecualikan oleh Undang-undang	79
1.	Bisnis Franchise (Waralaba)	80
2.	Hak Paten	80
3.	Ruang Lingkup	81

BAB III : MONOPOLI DAN KEBIJAKSANAAN PEMERINTAH.

1. Pengertian – pengertian;	85
2. Monopoli dan Dimensi Etika Bisnis;	86
3. Monopoli – Oligopoli;	88
4. Suap.	91

BAB IV : PERJANJIAN YANG DILARANG.

1. Pengertian Perjanjian.	97
2. Perjanjian yang Dilarang;	100
2.1. Oligopoli;	102
2.2. Penetapan harga;	103
2.3. Diskriminasi Harga dan Discount;	107
2.4. Pembagian Wilayah;	111
2.5. Pemboikotan;	112
2.6. Kartel;	113
2.7. Oligopsoni;	115
2.8. Integrasi Vertikal;	117
2.9. Perjanjian Tertutup;	118
2.10 Perjanjian Dengan Luar Negeri.	118
3. Perjanjian – perjanjian Yang Dikecualikan.	119

BAB V : KEGIATAN YANG DILARANG.

1. Pengertian Kegiatan.	123
2. Bentuk Kegiatan yang Dilarang :	123
2.1. Monopoli;	124
2.2. Monopsoni;	128
2.3. Penguasaan pasar;	129
2.4. Dumping;	130
2.5. Manipulasi Biaya;	134
2.6. Persekongkolan;	134

BAB VI : PENYALAHGUNAAN POSISI YANG DOMINAN.

1. Pengertian Posisi Dominan.	139
2. Bentuk – bentuk Kegiatan Posisi Dominan Yang Dilarang.	140
3. Kegiatan Posisi Dominan Yang Bersifat Umum.....	140
4. Jabatan Rangkap;	141
5. Kepemilikan Saham mayoritas.	142
6. Penggabungan, Peleburan dan pengambilalihan.	142

BAB VII : PENGAWASAN DALAM RANGKA PENEGAKAN PERSAINGAN USAHA.

1. Pembentukan Komisi Pengawasan Persaingan Usaha.	151
2. Status dan Keanggotaan Komisi Pengawas Persaingan Usaha.	153
3. Susunan Organisasi dan Pemblayaan Komisi Pengawas Persaingan Usaha.	157
4. Tugas Komisi Pengawas Persaingan Usaha.	158
5. Wewenang Komisi Pengawas Persaingan Usaha.	161
6. Tata Cara Penanganan Perkara Penegakan Hukum Persaingan.	163
7. Sanksi Penegakan Hukum Persaingan Usaha.	171

BAB VIII : PENGERTIAN MONOPOLI DAN PERSAINGAN CURANG.

175

BAB IX : TANGGUNG JAWAB PERUSAHAAN

1. Tanggung Jawab Hukum - Tanggung Jawab Moral Perusahaan	184
2. Pandangan Milton Friedman.	187
3. Tanggung Jawab Ekonomis – Tanggung Jawab Sosial.	190
4. Kinerja Sosial Perusahaan.	195
5. Beberapa Kasus.	196
5.1. Susu Formula Nestsle;	196
5.2. Musibah Pabrik Union Carbide di Bhopal;	198
5.3. Pabrik Multi Bintang di Surabaya;	200
6. Dasar Etika Untuk Tanggung Jawab Terhadap Lingkungan Hidup.	200
7. Implementasi Tanggung Jawab Terhadap Lingkungan Hidup.	208
8. Beberapa Kasus Lingkungan Hidup.	218
9. Kode Etik Poesahaan	223
10 Good ethics, good business	232

BAB X : FLEXIBILITAS TEORI HUKUM ANGLO SAXON.

1. Tiga Tradisi Hukum Dunia;	239
2. Teori Hukum Anglo Saxon.	242

LAMPIRAN	249
Undang – undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.	249
Penejelasan atas Undang-undang RI Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat	275
Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 75 Tahun 1999 tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha.	295
Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 162 / M Tahun 2000.....	301
Keputusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 05 / KPPU/KEP/IX/2000 Tahun 2000 tentang Tata Cara Penyampaian Laporan Dan Penanganan Dugaan Pelanggaran Terhadap Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999.....	305
Keputusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 06/KPPU/KEP/XI/2000 Tahun 2000 tentang Kode Etik dan Mekanisme Kerja.	319
Keputusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 07/KPPU/KEP/XI/2000 Tahun 2000 tentang Kelompok Kerja.	321
Keputusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 08/KPPU/KEP/XI/2000 Tahun 2000 tentang tata Cara Dengar Pendapat Komisi.	325
Daftar Pustaka	333



PENGANTAR

1. Etika Bisnis.

Etika bisnis adalah suatu pengetahuan tentang tata cara pengaturan yang ideal dan pengelolaan bisnis dengan memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal, secara ekonomi, dan social, penerapan norma dan moralitas untuk menunjang maksud dan tujuan aktivitas bisnis.

Kata "etika" dan "etis" tidak selalu dipakai dalam arti yang sama dan karena itu pula "etika bisnis" bisa berbeda artinya. Suatu uraian sistematis tentang etika bisnis sebaiknya dimulai dengan menyelidiki dan menjemihkan cara kata seperti "etika" dan "etis" dipakai. Perlu diakui, ada beberapa kemungkinan yang tidak seratus persen sama (walaupun perbedaannya tidak seberapa) untuk menjalankan penvelidikan ini. Cara yang kami pilih untuk menganalisis arti-arti "etika" adalah membedakan antara "etika sebagai praksis" dan "etika sebagai refleksi".

Etika sebagai praksis berarti: nilai-nilai dan norma-norma moral sejauh dipraktekkan atau justru tidak dipraktekkan, walaupun *seharusnya* dipraktekkan. Dapat dikatakan juga, etika sebagai praksis adalah apa yang dilakukan sejauh sesuai atau tidak sesuai dengan nilai dan norma moral. Kita sering mendengar atau membaca kalimat-kalimat seperti ini: "Dalam dunia modern, etika bisnis mulai menipis", "Ada unsur tidak etis dalam akuisisi internal", "Semakin terasa urgensi membangun etika bisnis", "Tegakkan etika bisnis dengan Undang-Undang Anti Korupsi", dan sebagainya. Semua kalimat ini diambil dari surat kabar dan hampir setiap hari kita bisa membaca kalimat-kalimat sejenis. Perlu kita perhatikan maksud kata "etika" atau "etis" dalam contoh-contoh ini. Orang yang mengeluh bahwa etika bisnis mulai menipis, bermaksud bahwa pebisnis sering menyimpang dari nilai dan norma moral yang benar, jadi ia menunjuk

kepada etika sebagai praksis. Orang yang berbicara tentang akuisisi internal, menyatakan keraguannya tentang kualitas etis dari tindak bisnis itu. Kendati dirumuskan dengan agak hati-hati, ia menduga bahwa akuisisi internal tidak sesuai dengan nilai dan norma moral yang semestinya berlaku dalam dunia bisnis. Orang yang memikirkan masalah korupsi, berpendapat bahwa dengan membuat undang-undang anti korupsi dan menerapkan undang-undang itu secara ketat dan konsekuen, nilai dan norma moral dalam bisnis bisa ditegakkan. Etika sebagai praksis sama artinya dengan moral atau moralitas: apa yang harus dilakukan, tidak boleh dilakukan, pantas dilakukan, dan sebagainya.

Etika sebagai refleksi adalah pemikiran moral. Dalam etika sebagai refleksi kita *berpikir tentang* apa yang dilakukan dan khususnya tentang apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan. Etika sebagai refleksi berbicara *tentang* etika sebagai praksis atau mengambil praksis etis sebagai obyeknya. Etika sebagai refleksi menyoroti dan menilai baik buruknya perilaku orang. Etika dalam arti ini dapat dijalankan pada taraf populer maupun ilmiah. Dalam surat kabar atau majalah berita hampir setiap hari dapat kita baca komentar tentang peristiwa-peristiwa yang berkonotasi etis: perampokan, pembunuhan, kasus korupsi, dan banyak lain lagi. Dan setiap hari ada banyak sekali orang yang membicarakan peristiwa-peristiwa itu. Mereka semua melibatkan diri dalam etika sebagai refleksi pada taraf populer. Tetapi etika sebagai refleksi bisa mencapai taraf ilmiah juga. Hal itu terjadi, bila refleksi dijalankan dengan kritis, metodis, dan sistematis, karena tiga ciri inilah membuat pemikiran mencapai taraf ilmiah. Pemikiran ilmiah selalu bersifat kritis, artinya tahu membedakan antara yang tahan uji dan yang tidak tahan uji, antara yang mempunyai dasar kukuh dan yang mempunyai dasar lemah. Pemikiran ilmiah bersifat metodis pula, artinya tidak semrawut tetapi berjalan secara teratur dengan mengikuti satu demi satu segala tahap yang telah direncanakan sebelumnya. Akhirnya, pemikiran ilmiah bersifat sistematis, artinya tidak membatasi diri pada salah satu sisi saja tetapi menyoroti suatu bidang sebagai keseluruhan, secara komprehensif.

Sebetulnya distingsi antara praksis dan refleksi ini tidak menandai paham "etika" saja. Di bidang lain pun terkadang bisa kita berbicara tentang praksis di samping refleksi (ilmu). Contoh jelas adalah ekonomi. Dengan "ekonomi" kita maksudkan kegiatan jual-

beli; membelanjakan dan menerima uang; memproduksi, mendistribusikan, dan membeli barang. Arti itu kita maksudkan, bila kita katakan - umpamanya - bahwa ekonomi di suatu daerah sedang lesu atau bahwa suatu negara dilanda resesi ekonomi. Tetapi kata "ekonomi" mempunyai juga arti "ilmu". Mata pelajaran ekonomi merupakan refleksi ilmiah atas kegiatan ekonomi dalam arti praksis. Ahli ekonomi adalah ilmuwan yang belum tentu secara langsung melibatkan diri dalam ekonomi sebagai praksis. Ekonomi sebagai praksis dan ekonomi sebagai ilmu jelas harus dibedakan, biarpun tentu ada hubungan erat. Demikian halnya juga dengan etika.

Etika sebagai ilmu mempunyai tradisi yang sudah lama. Tradisi ini sama panjangnya dengan seluruh sejarah filsafat, karena etika dalam arti ini merupakan suatu cabang filsafat. Karena itu etika sebagai ilmu sering disebut juga filsafat moral atau etika filosofis. Pada permulaan sejarah filsafat di Yunani kuno etika filosofis sudah mencapai mutu yang mengagumkan pada Sokrates, Plato, dan Aristoteles. Dan tradisi ini berlangsung terus selama 25 abad lebih, sampai pada hari ini.

Hal itu tentu tidak berarti bahwa etika filosofis ingin memiliki monopoli dalam membahas topik-topik moral. Banyak masalah etis dibicarakan pada taraf populer dan hal itu selalu akan terjadi. Ilmu lain juga bisa menyinggung masalah-masalah etis, walaupun hanya sepintas lalu, misalnya, ilmu-ilmu sosial. Tetapi hanya dalam etika filosofis, topik-topik moral dibahas secara tuntas dengan metode dan sistematika khusus yang sesuai dengan bidang moral itu. Sebagai contoh dapat disebut topik keadilan. Masalah-masalah keadilan banyak sekali dibicarakan dalam masyarakat dan bukan saja dibicarakan, tetapi sering menjadi juga obyek perjuangan dan aksi sosial. Sepanjang sejarah dan di mana-mana dapat kita saksikan aksi-aksi sosial yang menuntut ditegakkannya keadilan. Akan tetapi, apakah sebenarnya keadilan itu dan apa yang menjadi dasar rasional terdalem untuk keadilan? Pertanyaan-pertanyaan ini digarap dan didalami dalam filsafat moral. Pada Plato dan Aristoteles sudah terdapat teori yang bermutu tentang keadilan. Dan kemudian pemikiran filosofis tentang topik tersebut dilanjutkan sampai pada saat ini. John Rawls, Robert Nozick, dan Michael Walzer termasuk dalam filsuf besar yang menciptakan sebuah teori keadilan yang berbobot dalam abad ke-20.

Etika adalah cabang filsafat yang mempelajari baik buruknya perilaku manusia. Karena itu etika dalam arti ini sering disebut juga

"filsafat praktis". Cabang-cabang filsafat lain membicarakan masalah yang tampaknya lebih jauh dari kehidupan konkret. Namun demikian, pada kenyataannya etika filosofis pun tidak jarang dijalankan pada taraf sangat abstrak, tanpa hubungan lang-sung dengan realitas sehari-hari. Sampai-sampai filsuf Austria-Inggris, Ludwig Wittgenstein, pernah mengungkapkan keheranannya, karena ada buku etika yang tidak menyebut satu pun problem moral yang sesungguhnya.⁽⁴⁾ Mungkin sekarang juga masih ada buku etika semacam itu. Tetapi secara keseluruhan iklim pemikiran moral sekarang lebih terarah kepada masalah-masalah konkret. Sejak akhir tahun 1960-an teori etika mulai membuka diri bagi topik-topik konkret dan aktual sebagai obyek penyelidikannya. Perkembangan baru ini sering disebut "etika terapan" (*applied ethics*). Mula-mula topik-topik konkret itu menyangkut ilmu-ilmu biomedis, karena di situ kemajuan ilmiah menimbulkan banyak masalah etis yang baru. Tidak lama kemudian etika terapan memperluas perhatiannya ke topik-topik aktual lainnya, seperti lingkungan hidup, persenjataan nuklir, penggunaan tenaga nuklir dalam Pembangkit Listrik Tenaga Nuklir (PLTN), dan lain-lain. Etika bisnis juga sebaiknya kita lihat sebagai suatu bidang peminatan dari etika terapan.

Seperti etika terapan pada umumnya, etika bisnis pun dapat dijalankan pada tiga taraf: taraf makro, meso, dan mikro. Tiga taraf ini berkaitan dengan tiga kemungkinan yang berbeda untuk menjalankan kegiatan ekonomi dan bisnis. Pada taraf makro, etika bisnis mempelajari aspek-aspek moral dari sistem ekonomi sebagai keseluruhan. Jadi, di sini masalah-masalah etika disoroti pada skala besar. Misalnya masalah keadilan: bagaimana sebaiknya kekayaan di bumi ini dibagi dengan adil? Beberapa contoh lain adalah: aspek-aspek etis dari kapitalisme; masalah keadilan sosial dalam suatu masyarakat, terutama berkaitan dengan kaum buruh; masalah utang negara-negara Selatan terhadap negara-negara Utara, dan sebagainya.

Pada taraf meso (madya atau menengah), etika bisnis menyelidiki masalah-masalah etis di bidang organisasi. Organisasi di sini terutama berarti perusahaan, tapi bisa juga serikat buruh, lembaga konsumen, perhimpunan profesi, dan lain-lain.

Pada taraf mikro, yang difokuskan ialah individu dalam hubungan dengan ekonomi atau bisnis. Di sini dipelajari tanggung jawab etis dari karyawan dan majikan, bawahan dan manajer, produsen dan konsumen, pemasok dan investor.

Georges Enderle memperlihatkan bahwa etika bisnis di semua negara tidak memberi perhatian yang lama kepada taraf-taraf tadi. Etika bisnis di Daratan Eropa (Inggris dan Irlandia tidak termasuk) terutama menaruh perhatian untuk masalah taraf makro dan baru kemudian masalah taraf mikro. Di Jepang perhatian etika bisnis terutama terfokus pada masalah taraf meso. Sedangkan di Amerika Utara (Amerika Serikat dan Kanada) etika bisnis terutama menyibukkan diri dengan masalah etis pada taraf mikro dan baru kemudian dengan masalah taraf meso. Tentu saja, hal itu tidak berlaku untuk setiap pengarang atau setiap buku tentang etika bisnis di Eropa, Jepang, atau Amerika Serikat. Di semua negara di mana etika bisnis dipraktekkan semua topik bisa ditemukan. Tetapi tendensinya memang terarah pada fokus-fokus yang spesifik itu.

Akhirnya boleh ditambahkan catatan tentang nama "etika bisnis". Di Indonesia studi tentang masalah etis dalam bidang ekonomi dan bisnis sudah biasa ditunjukkan dengan nama itu, sejalan dengan kebiasaan umum dalam kawasan berbahasa Inggris (*business ethics*). Tetapi dalam bahasa lain terdapat banyak variasi. Dalam bahasa Belanda pada umumnya dipakai nama *bedrijfsethiek* (etika perusahaan) dan dalam bahasa Jerman *Unternehmensethik* (etika usaha). Cukup dekat dengan itu dalam bahasa Inggris kadang-kadang dipakai *corporate ethics* (etika korporasi). Variasi lain adalah "etika ekonomis" atau "etika ekonomi" (jarang dalam bahasa Inggris *economic ethics*; lebih banyak dalam bahasa Jerman *Wirtschaftsethik*). Ditemukan juga nama *management ethics* atau *managerial ethics* (etika manajemen). Kemungkinan lain lagi adalah *organization ethics* (etika organisasi). Sebagian nama yang berbeda-beda ini berkaitan dengan preferensi untuk perspektif makro, meso, atau mikro yang berbeda di pelbagai negara. Namun demikian, pada dasarnya semua nama ini menunjuk kepada studi tentang aspek-aspek moral dari kegiatan ekonomi dan bisnis, sebagaimana diupayakan dalam buku ini.

Dalam penerapan etika bisnis, harus mempertimbangkan unsur norma dan moralitas yang berlaku di masyarakat perdagangan, selain itu etika bisnis dapat diberlakukan di perusahaan sendiri karena memiliki relevansi yang kuat dan profesionalisme bisnis. Kegiatan bisnis dilatarbelakangi oleh sudut pandang yang berbeda dari para pelaku bisnis, maka pelaku bisnis harus beradaptasi terhadap lingkungan sesama bisnis, tanpa beradaptasi dan komunikasi yang

baik dengan para pelaku bisnis, maksud dan tujuan dalam berbisnis tidak akan tercapai. Maka dalam berbisnis diperlukan adanya pertimbangan kepentingan dan fenomena social dan budaya yang berlaku di masyarakat.

Fungsi perusahaan harus mempunyai fungsi social, apabila suatu perusahaan tidak memiliki fungsi social di mata masyarakat, maka dalam berbisnis akan mengalami kesulitan dalam memperoleh fasilitas-fasilitas dari Pemerintah yang diakibatkan kemungkinan adanya rasa tidak senang dari masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Maka pemahaman tentang etika bisnis sangat penting dalam bisnis, perlu perhatian atas kepedulian masyarakat dan lingkungannya. Pelaku bisnis merupakan bagian yang terintegrasi dengan masyarakat dan lingkungannya, oleh karenanya kegiatan bisnis harus menggunakan etika profesi bisnis agar antar pelaku usaha tidak menimbulkan persaingan curang melainkan menciptakan persaingan usaha yang sehat.

Bisnis memerlukan etika dalam rangka kiprah bisnis dengan masyarakat secara luas, karena :

(a) bisnis tidak bebas nilai.

maksudnya, pada mulanya bisnis hanya bertumpu pada aspek komersial saja, dimana mekanisme memperoleh keuntungan ekonomi dari masyarakat dan cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan seolah bebas nilai, bebas norma dan bebas etika. Setelah dikaji dari teori dan perkembangan ilmu bisnis, ternyata bisnis tidak bebas nilai, baik dari nilai moral maupun nilai etika.

(b) Aplikasi etika bisnis identik pengelolaan bisnis secara proporsional;

Prinsip professional dalam pengelolaan bisnis sangat erat hubungannya dengan aplikasi etika bisnis, yang meliputi keterkaitan yang harmonis, saling menguntungkan antar pihak di dalam *stake holder*. Tentunya tak lepas dari usaha-usaha pengelolaan bisnis secara ulet, jitu, efisien dan efektif bagi alokasi sumber daya ekonomi yang tersedia baik di dalam perusahaan sendiri maupun alokasi sumber daya ekonomi yang berasal dari luar perusahaan. Prinsip-prinsip alokasi sumber daya ekonomi tersebut dilakukan dengan manajemen yang canggih dengan dasar keserasian hubungan antara pihak

terkait. Hal ini harus dilakukan dengan kesungguhan dan kejujuran. Jadi konsep pengelolaan bisnis yang berorientasi kepada usaha kemajuan perusahaan yang didukung dengan kemajuan dan peningkatan kesejahteraan semua pihak yang terkait, baik pada pihak internal perusahaan sendiri maupun pada pihak eksternal yang ikut berperan dalam system bisnis, sehingga perusahaan mampu hidup dan berkembang dalam jangka panjang, hal ini harus diakui sebagai cermin pengelolaan bisnis secara professional. Oleh karenanya, keberhasilan perusahaan sangat didukung kuat oleh aplikasi konsep etika secara konsisten. Dengan kata lain aplikasi etika bisnis merupakan kata kunci bagi keberhasilan pengelolaan bisnis. Dengan demikian pengelolaan bisnis harus mempunyai komitmen yang tinggi atas aplikasi etika dalam bisnis.

(c) Bisnis merupakan bagian dari system social.

Institusi bisnis membutuhkan masyarakat dan dibutuhkan oleh masyarakat. Maka bisnis harus dapat menempatkan diri sebagai sub system di dalam masyarakat. Maksudnya, eksistensi bisnis memang diakui bahwa antara bisnis dan masyarakat saling membutuhkan.

1.1. Prinsip – prinsip Etika Bisnis :

(a) Prinsip Kejujuran :

Nilai kejujuran merupakan nilai yang paling mendasar dalam mendukung keberhasilan kinerja perusahaan. Kegiatan bisnis akan berhasil bila dikelola dengan prinsip kejujuran, baik terhadap karyawan, konsumen, supplier dan pihak-pihak lain yang terkait dengan bisnis. Bila prinsip kejujuran mampu dilaksanakan oleh setiap manajer atau pengelola perusahaan, maka pasti akan terjamin pengelolaan bisnis lebih berkembang karena kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut tinggi. Prinsip kejujuran ini dapat diterapkan dalam hal :

- perjanjian kontrak kerja;
- penawaran barang dengan kualitas dan fakta riil;
- hubungan kerja dengan perusahaan lain;
- hubungan perusahaan dengan tenaga kerja.

(b) Prinsip Tidak Berniat Jahat.

Bisnis didirikan pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat konsumen dan masyarakat, tentunya ada niat pada setiap pelaku bisnis terhadap *stake holder* untuk maksud-maksud pencapaian tujuan yang baik dan positif. Tidak ada sedikitpun terlintas niatan maksud jahat kepada masyarakat. Prinsip inilah yang akan menyelamatkan perusahaan, sebab bila ada tersembunyi niat jahat dalam berbisnis, maka lama kelamaan akan terkuak juga kejahatan tersebut di mata masyarakat, akibatnya akan menjerumuskan perusahaan.

(c) Prinsip Keadilan.

Keadilan digunakan untuk mengukur bisnis menggunakan etika bisnis adalah keadilan bagi semua pihak yang terkait memberikan kontribusi langsung atau tidak langsung terhadap keberhasilan bisnis. Tolok ukur yang digunakan untuk menentukan atau memberikan kelayakan harus sesuai dengan standar umum yang telah diterima oleh masyarakat bisnis. Misalnya dalam alokasi sumber daya ekonomi kepada semua pemilik faktor ekonomi, memberikan harga yang layak bagi para konsumen, memberi upah yang layak bagi para eksekutif dan karyawan, menyepakati harga yang pantas bagi supplier / pemasok bahan dan alat produksi. Mendapatkan keuntungan yang wajar bagi pemilik perusahaan.

Pebisnis yang yang serius nilai dan prinsip keadilan yang mau bertanggung jawab atas tindakannya yang tidak adil.

Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional obyektif dan dapat dipertanggung-jawabkan.

(d) Prinsip Otonomi.

Perusahaan secara bebas memiliki kewenangan sesuai dengan bidang usaha yang dilakukan dan pelaksanaan dengan

visi-misi yang dimilikinya. Perusahaan tidak tergantung kepada pihak lain untuk mengambil keputusan, tetapi perusahaan memiliki kekuasaan tertentu sesuai visi, misi yang diembannya dan tidak bertentangan dengan pihak lain. Dalam etika bisnis, otonomi bersangkut paut dengan policy eksekutif perusahaan dalam mengemban visi, misi perusahaan yang berorientasi pada kemakmuran, kesejahteraan para pekerja ataupun komunitas yang dihadapinya. Otonomi harus mengacu pada nilai-nilai profesionalisme pengelolaan perusahaan dalam menggunakan sumber daya ekonomi agar memperoleh nilai universal, maka perusahaan harus secara bebas melekat komitmen tanggung jawab yang tinggi dalam menjalankan etika bisnis.

Prinsip otonom adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadaran sendiri tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan.

Bertindak secara otonom, diandaikan ada kebebasan untuk mengambil keputusan yang menurutnya terbaik. Kebebasan adalah unsur hakiki, prasyarat utama untuk bertindak secara etis. Seorang pelaku usaha hanya mungkin bertindak secara etis bila diberi kebebasan dan kewenangan penuh untuk mengambil keputusan dan bertindak sesuai dengan apa yang dianggap baik. Tanpa kebebasan, seorang manajer tidak bisa menjadi manajer yang baik secara etis, melainkan sebaliknya hanya mengikuti perintah dan kemauan pihak lain di luar dirinya.

Otonomi juga mengandaikan adanya tanggung jawab, orang yang otonom adalah orang yang tidak saja sadar akan kewajibannya dan bebas mengambil keputusan dan tindakan berdasarkan apa yang dianggap baik, melainkan orang yang bersedia mempertanggungjawabkan keputusan dan tindakannya serta mampu bertanggung jawab atas keputusan dan tindakannya serta tampak dari keputusan dan tindakannya. Jadi orang otonom adalah yang tahu akan tindakannya, bebas dalam melakukan tindakannya, tetapi sekaligus bertanggung jawab atas tindakannya.

(e) Prinsip saling menguntungkan (mutual benefit principle)

Prinsip ini menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa, sehingga menguntungkan semua pihak. Secara positif agar semua pihak berusaha untuk saling menguntungkan satu sama lain.

(f) Prinsip integritas moral :

Prinsip ini dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan agar pelaku bisnis menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik perusahaannya. Ada imperatif moral yang berlaku bagi dirinya sendiri dan perusahaannya untuk berbisnis, sedemikian rupa agar tetap dipercaya, tetap paling unggul, terbaik.

1.2. Etos Bisnis.

Merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral menyangkut kegiatan bisnis yang dianut oleh perusahaan dari satu generasi ke generasi yang lain. Inti etos bisnis ini adalah pembudayaan, penghayatan akan nilai, norma atau prinsip moral tertentu yang dianggap sebagai inti kekuatan dari suatu perusahaan, bentuknya dapat berbentuk pengutamaan mutu, pelayanan, disiplin, kejujuran, tanggung jawab, perlakuan yang *fair* tanpa diskriminasi.

2. Sejarah Etika Bisnis.

Sejak zaman Pertengahan di Eropa, menegaskan bahwa pada mulanya kegiatan bisnis adalah merupakan kegiatan yang bernilai, bermoral dan harus tunduk pada petunjuk dan hukum-hukum agama atau hukum Tuhan. Agama telah melarang adanya bunga dalam transaksi bisnis, padahal pada waktu itu kaum kapitalis melakukan pekerjaan dengan membungakan uang atau memberikan pinjaman kepada pelaku bisnis dengan menghitung bunga. Hal ini mendapatkan protes dari kaum moralis yang menyarankan agar kaum kapitalis tidak berbisnis membungakan uang, melainkan membentuk suatu perusahaan yang berbadan hukum atau mendirikan persekutuan.

Dalam perkembangannya, membungakan uang masih tetap berjalan hingga saat ini, meskipun menurut agama diharamkan, karena kaum kapitalis menganggap pelaku bisnis mampu membayar dan justru mendapatkan nilai tambah atas adanya pinjaman uang, yang akan menambah atau meningkatkan produktifitas. Demikian juga cara-cara penggunaan sumber daya manusia atau tenaga kerja ketika diawal-awal revolusi industri berorientasi pada penggunaan tenaga kerja secara maksimal, yang sering dinyatakan sebagai upaya eksploitasi sumber daya manusia secara maksimal yang kurang melibatkan pemenuhan kebutuhan manusiawi yang lain dari tenaga kerja yang bersangkutan. Akhirnya munculnya manajemen ilmiah, pengembangan cara-cara baru untuk mengelola perusahaan, dengan memperhatikan beberapa hal :

1. pentingnya peran manajer dalam menggerakkan dan meningkatkan produktivitas perusahaan;
2. pemanfaatan sumber daya manusia dengan persyaratan tertentu;
3. tanggung jawab kesejahteraan tenaga kerja;
4. kondisi tenaga kerja yang cukup memadai untuk meningkatkan produktivitas kerja.

Kondisi kesehatan tenaga kerja menjadi focus yang sangat penting dalam meningkatkan produktivitas tenaga kerja. Karena itu perbaikan kesejahteraan karyawan menjadi perhatian utama dalam perusahaan, misalnya pentingnya perbaikan metode pengupahan yang dikaitkan dengan produktivitas.

Robert Owen (1771 – 1858) mengintrodusir betapa strategisnya peranan sumber daya manusia bahkan merupakan kunci keberhasilan perusahaan. Henry L Gantt (1861 – 1919) mengutamakan betapa pentingnya kerjasama antar manajer perusahaan dengan karyawan. Manajer harus menilai penting peranan tenaga kerja, dan kerjasama yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak. Hal ini dilihat dari cara pemberian upah atau bonus yang memicu tingkat produktivitas kerja para pekerja. Selain hal tersebut, pada tahun 1930 – 1950 lebih ditegaskan adanya teori hubungan antar manusia di dalam manajemen sumber daya manusia yang memenuhi criteria etika bisnis, yang lebih ditekankan

pada pendekatan hubungan psikologis terhadap para karyawan perusahaan, yaitu dengan mencermati perilaku individu dan kelompok sebagai suatu *human relation group* untuk meningkatkan produktivitas kerja para pekerja.

Sepanjang sejarah, kegiatan perdagangan atau bisnis tidak pernah luput dari sorotan etika. Perhatian etika untuk bisnis seumur dengan bisnis itu sendiri. Sejak manusia terjun dalam perniagaan, disadari juga bahwa kegiatan ini tidak terlepas dari masalah etis. Misalnya, sejak manusia berdagang ia tahu tentang kemungkinan penipuan. Dalam teks-teks kuno sudah dapat dibaca teguran kepada pemilik toko yang menipu dengan mempermainkan timbangan. Pedagang yang menipu langganannya dengan menjual barangnya menurut pengukuran berat yang tidak benar, berlaku tidak etis.¹⁶¹ Aktivitas perniagaan selalu sudah berurusan dengan etika, artinya selalu harus mempertimbangkan apa yang boleh dan apa yang tidak boleh dilakukan. Memang benar, sejak ditemukannya bisnis, etika sudah mendampingi kegiatan manusiawi ini.

Namun demikian, jika kita menyimak etika bisnis sebagaimana dipahami dan dipraktikkan sekarang, tidak bisa disangkal juga, di sini kita menghadapi suatu fenomena baru. Belum pernah dalam sejarah, etika bisnis mendapat perhatian begitu besar dan intensif seperti sekarang ini. Etika bisnis mencapai status ilmiah dan akademis dengan identitas sendiri. Bagaimana perkembangan ini dapat dimengerti? Richard De George mengusulkan untuk membedakan antara *ethics in business* dan *business ethics*, antara etika-dalam-bisnis dan etika bisnis. Maksudnya dapat dijelaskan sebagai berikut. Etika selalu sudah dikaitkan dengan bisnis. Sejak ada bisnis, sejak saat itu pula bisnis dihubungkan dengan etika, sebagaimana etika selalu dikaitkan juga dengan wilayah-wilayah lain dalam kehidupan manusia seperti politik, keluarga, seksualitas, berbagai profesi, dan sebagainya. Jadi, etika - dalam-bisnis atau etika -berhubungan - dengan - bisnis berbicara tentang bisnis sebagai salah satu topik di samping sekian banyak topik lainnya. Etika-dalam-bisnis belum merupakan suatu bidang khusus yang memiliki corak dan identitas tersendiri. Hal itu baru tercapai dengan timbulnya "etika bisnis" dalam arti yang sesungguhnya. Etika-dalam-bisnis mempunyai riwayat yang sudah panjang sekali, sedangkan umur etika bisnis masih muda sekali. Kita baru bisa berbicara tentang etika bisnis dalam arti spesifik setelah menjadi suatu bidang (*field*) tersendiri, maksudnya suatu bidang intelektual dan akademis dalam konteks pengajaran dan

penelitian di perguruan tinggi. Etika bisnis dalam arti khusus ini untuk pertama kali timbul di Amerika Serikat dalam tahun 1970-an dan agak cepat meluas ke kawasan dunia lainnya. Dengan memanfaatkan dan memperluas pemikiran De George ini kita dapat membedakan lima periode dalam perkembangan etika-dalam-bisnis menjadi etika bisnis ini.

(1) *Situasi dahulu*

Berabad-abad lamanya etika berbicara - pada taraf ilmiah - tentang masalah ekonomi dan bisnis sebagai salah satu topik di samping sekian banyak topik lain. Pada awal sejarah filsafat, Plato, Aristoteles, dan filsuf-filsuf Yunani lain menyelidiki bagaimana sebaiknya mengatur kehidupan manusia bersama dalam negara dan dalam konteks itu mereka membahas juga bagaimana kehidupan ekonomi dan kegiatan niaga harus diatur. Dalam filsafat dan teologi Abad Pertengahan pembahasan ini dilanjutkan, dalam kalangan Kristen maupun Islam. Topik-topik moral sekitar ekonomi dan perniagaan tidak luput pula dari perhatian filsafat (dan teologi) di zaman modern.

Dengan membatasi diri pada situasi di Amerika Serikat selama paruh pertama abad ke-20, De George melukiskan bagaimana di perguruan tinggi masalah moral di sekitar ekonomi dan bisnis terutama disoroti dalam teologi. Pada waktu itu di banyak universitas diberikan kuliah agama di mana mahasiswa mempelajari masalah-masalah moral sekitar ekonomi dan bisnis. Pembahasannya tentu berbeda, sejauh mata kuliah ini diberikan dalam kalangan Katolik atau Protestan. Dalam kalangan Katolik, pada umumnya mata kuliah ini mendalami "Ajaran Sosial Gereja". Yang dimaksudkan dengannya adalah uraian sistematis dari ajaran para paus dalam ensiklik-ensiklik sosial, mulai dengan ensiklik *Rerum Novarum* (1891) dari Paus Leo XIII. Di sini disinggung banyak tema yang menyangkut moralitas dalam kehidupan sosial-ekonomi seperti hak pekerja atas kondisi kerja yang baik dan imbalan yang pantas; pentingnya nilai-nilai moral bertentangan dengan suasana materialistis dan konsumeristis; keadilan sosial dan upaya memperbaiki taraf hidup orang miskin; tanggung jawab negara-negara kaya terhadap negara-negara miskin, dan sebagainya. Dalam kalangan Protestan, buku teolog Jerman Reinhold Niebuhr *Moral Man and Immoral Society* (New York, 1932) menjalankan pengaruh besar atas pengajaran etika

mengenai tema-tema sosio-ekonomi dan bisnis di perguruan tinggi mereka.

Dengan demikian di Amerika Serikat selama paruh pertama abad ke-20 etika - dalam - bisnis terutama dipraktekkan dalam konteks agama dan teologi. Dan pendekatan ini masih berlangsung terus sampai hari ini, di Amerika Serikat maupun di tempat lain. Para paus mengeluarkan ensiklik-ensiklik sosial baru sampai dengan *Sollicitudo Rei Socialis* (1987) dan *Centesimus Annus* (1991) dari Paus Yohanes Paulus II. Suatu contoh bagus khusus untuk Amerika Serikat adalah dokumen pastoral yang dikeluarkan oleh para uskup Amerika Serikat dengan judul *Economic Justice for All. Catholic Social Teaching and the U.S. Economy* (1986).

(2) Masa peralihan: tahun 1960-an

Dalam tahun 1960-an terjadi perkembangan baru yang bisa dilihat sebagai persiapan langsung bagi timbulnya etika bisnis dalam dekade berikutnya. Dasawarsa 1960-an ini di Amerika Serikat (dan dunia Barat pada umumnya) ditandai oleh pemberontakan terhadap kuasa dan otoritas, revolusi mahasiswa (mulai di ibukota Prancis bulan Mei 1968), penolakan terhadap *establishment* (kemapanan). Suasana tidak tenang ini diperkuat lagi karena frustrasi yang dirasakan secara khusus oleh kaum muda dengan keterlibatan Amerika Serikat dalam perang Vietnam. Rasa tidak puas ini mengakibatkan demonstrasi-demonstrasi paling besar yang pernah disaksikan di Amerika Serikat. Secara khusus kaum muda menolak kolusi yang di mata mereka terjadi antara militer dan industri. Industri dinilai terutama melayani kepentingan militer. Serentak juga untuk pertama kali timbul kesadaran akan masalah ekologis dan terutama industri dianggap sebagai penyebab masalah lingkungan hidup itu dengan polusi udara, air, dan tanah serta limbah beracun dan sampah nuklir. Pada waktu yang sama timbul juga suatu sikap anti-konsumeristis. Suasana konsumerisme semakin dilihat sebagai tendensi yang tidak sehat dalam masyarakat dan diakibatkan oleh bisnis modern antara lain dengan kampanye periklanan yang sering kali berlebihan. Semua faktor ini mengakibatkan suatu sikap anti-bisnis pada kaum muda, khususnya mahasiswa.

Dunia pendidikan menanggapi situasi ini dengan cara berbeda-beda. Salah satu reaksi paling penting adalah memberi perhatian

khusus kepada *social issues* dalam kuliah tentang manajemen. Beberapa sekolah bisnis mulai dengan mencantumkan mata kuliah baru dalam kurikulumnya yang biasanya diberi nama *Business and Society*. Kuliah ini diberikan oleh dosen-dosen manajemen dan mereka menyusun buku-buku pegangan dan publikasi lain untuk menunjang mata kuliah baru itu. Salah satu topik yang menjadi populer dalam konteks itu adalah *corporate social responsibility* (tanggung jawab sosial perusahaan). Pendekatan ini diadakan dari segi manajemen, dengan sebagian melibatkan juga hukum dan sosiologi, tetapi teori etika filosofis di sini belum dimanfaatkan.

(3) Etika bisnis lahir di Amerika Serikat: tahun 1970-an

Etika bisnis sebagai suatu bidang intelektual dan akademis dengan identitas sendiri mulai terbentuk di Amerika Serikat sejak tahun 1970-an. Jika sebelumnya etika membicarakan aspek-aspek moral dari bisnis di samping banyak pokok pembicaraan moral lainnya (etika-dalam-hubungan-dengan-bisnis), kini mulai berkembang etika bisnis dalam arti sebenarnya. Terutama ada dua faktor yang memberi kontribusi besar kepada kelahiran etika bisnis di Amerika Serikat pada pertengahan tahun 1970-an: sejumlah filsuf mulai terlibat dalam memikirkan masalah-masalah etis sekitar bisnis, dan etika bisnis dianggap sebagai suatu tanggapan tepat atas krisis moral yang sedang meliputi dunia bisnis di Amerika Serikat. Kita akan memandang dua faktor ini dengan lebih rinci.

Jika sebelumnya hanya para teolog dan agamawan pada tahap ilmiah (=teologi) membicarakan masalah-masalah moral dari bisnis, pada tahun 1970-an para filsuf memasuki wilayah penelitian ini dan dalam waktu singkat menjadi kelompok yang paling dominan. Beberapa tahun sebelumnya, filsuf-filsuf lain sudah menemukan etika biomedis (disebut juga: bioetika) sebagai suatu bidang garapan yang baru. Sebagian terdorong oleh sukses usaha itu, kemudian beberapa filsuf memberanikan diri untuk terjun dalam etika bisnis sebagai sebuah cabang etika terapan lainnya. Bagi filsuf-filsuf bersangkutan sebenarnya langkah ini merupakan perubahan cukup radikal, karena suasana umum penelitian filsafat pada saat itu justru jauh dari masalah praktis. Pantas dicatat lagi, dalam mengembangkan etika bisnis para filsuf cenderung bekerja sama dengan ahli-ahli lain, khususnya ahli ekonomi dan manajemen. Dengan itu mereka meneruskan tendensi etika terapan pada umumnya, yang selalu

berorientasi multidisipliner. Norman E. Bowie malah menyebut suatu kerja sama macam itu sebagai tanggal kelahiran etika bisnis, yaitu konferensi perdana tentang etika bisnis yang diselenggarakan di Universitas Kansas oleh *Philosophy Departement* (Richard De George) bersama *College of Business* (Joseph Pichler) bulan November 1974. Makalah-makalahnya kemudian diterbitkan dalam bentuk buku: *Ethics, Free Enterprise, and Public Policy: Essays on Moral Issues in Business* (1978).

Faktor kedua yang memacu timbulnya etika bisnis sebagai suatu bidang studi yang serius adalah krisis moral yang dialami dunia bisnis Amerika pada awal tahun 1970-an. Krisis moral dalam dunia bisnis itu diperkuat lagi oleh krisis moral lebih umum yang melanda seluruh masyarakat Amerika pada waktu itu. Sekitar tahun 1970 masih berlangsung demonstrasi-demonstrasi besar melawan keterlibatan Amerika dalam perang Vietnam. Karena perkembangan perang ini, banyak orang mulai meragukan kredibilitas pemerintah federal di Washington dan para politisi pada umumnya. Krisis moral ini menjadi lebih besar lagi dengan menguaknya "Watergate Affair" yang akhirnya memaksa Presiden Richard Nixon mengundurkan diri (pertama kali dalam sejarah Amerika). Dilatarbelakangi krisis moral yang umum itu, dunia bisnis Amerika tertimpa oleh krisis moral yang khusus. Pada awal tahun 1970-an terjadi beberapa skandal dalam bisnis Amerika, di mana pebisnis berusaha menyuap politisi atau memberi sumbangan ilegal kepada kampanye politik. Yang mendapat publisitas paling luas antara skandal-skandal bisnis ini adalah "Lockheed Affair", kasus korupsi yang melibatkan perusahaan pesawat terbang Amerika yang terkemuka ini (bandingkan Bab 11, §4). Kasus korupsi dan komisi seperti itu mengakibatkan moralitas dalam berbisnis semakin dipertanyakan. Masyarakat mulai menyadari bahwa ada suasana kurang sehat dalam dunia bisnis dan bahwa krisis moral itu segera harus diatasi.

Sebagian sebagai reaksi atas terjadinya peristiwa-peristiwa tidak etis ini pada awal tahun 1970-an dalam kalangan pendidikan Amerika dirasakan kebutuhan akan refleksi etika di bidang bisnis. Salah satu usaha khusus adalah menjadikan etika bisnis sebagai mata kuliah dalam kurikulum perguruan tinggi yang mendidik manajer dan ahli ekonomi. Keputusan ini ternyata berdampak luas. Jika etika bisnis menjadi suatu mata kuliah tersendiri, harus ada dosen, buku pegangan dan bahan pengajaran lainnya, pendidikan dosen etika

bisnis harus diatur, komunikasi ilmiah antara para ahli etika bisnis harus dijamin dengan dibukanya organisasi profesi serta jurnal ilmiah, dan seterusnya. Misalnya, Norman E. Bowie, sekretaris eksekutif dari *American Philosophical Association*, mengajukan proposal kepada *National Endowment for the Humanities* (dari Kementerian Pendidikan Amerika) guna menyusun pedoman untuk pengajaran kuliah etika bisnis. Kelompok yang terdiri atas beberapa filsuf, dosen sekolah bisnis, dan praktisi bisnis ini diberi nama *Committee for Education in Business Ethics* dan membutuhkan tiga tahun untuk menyelesaikan laporannya pada akhir tahun 1980. Dengan demikian dipilihnya etika bisnis sebagai mata kuliah dalam kurikulum sekolah bisnis banyak menyumbang kepada perkembangannya ke arah bidang ilmiah yang memiliki identitas sendiri.

(4) Etika bisnis di Eropa: tahun 1980-an

Di Eropa Barat etika bisnis sebagai ilmu baru mulai berkembang kira-kira sepuluh tahun kemudian, mula-mula di Inggris yang secara geografis maupun kultural paling dekat dengan Amerika Serikat, tetapi tidak lama kemudian juga di negara-negara Eropa Barat lainnya. Semakin banyak fakultas ekonomi atau sekolah bisnis di Eropa mencantumkan mata kuliah etika bisnis dalam kurikulumnya, sebagai mata kuliah pilihan ataupun wajib ditempuh. Pada tahun 1983 diangkat profesor etika bisnis pertama di suatu universitas Eropa (Universitas Nijenrode, Belanda). Sepuluh tahun kemudian sudah terdapat dua belas profesor etika bisnis di universitas-universitas Eropa. Perkembangan pesat ini cukup mengherankan, karena terjadi pada saat anggaran belanja universitas di mana-mana diperketat akibat kesulitan finansial. Karena alasan itu di beberapa tempat *chair* dalam etika bisnis disponsori oleh dunia bisnis, seperti di Inggris pada sekolah bisnis Leeds, Manchester, dan London.

Pada tahun 1987 didirikan *European Business Ethics Network* (EBEN) yang bertujuan menjadi forum pertemuan antara akademisi dari universitas serta sekolah bisnis, para pengusaha dan wakil-wakil dari organisasi nasional dan internasional (seperti misalnya serikat buruh). Konferensi EBEN yang pertama berlangsung di Brussel (1987), konferensi kedua di Barcelona (1989) dan selanjutnya ada konferensi setiap tahun: Milano (1990), London (1991), Paris (1992), Sandvika, Norwegia (1993), St. Gallen, Swiss (1994), Breukelen,

Belanda (1995), Frankfurt (1996). Sebagian bahan konferensi-konferensi itu telah diterbitkan dalam bentuk buku.

(5) *Etika bisnis dalam fenomena global: tahun 1990-an*

Dalam dekade 1990-an sudah menjadi jelas, etika bisnis tidak terbatas lagi pada dunia Barat. Memang benar apa yang dikatakan Richard De George: etika bisnis bersifat nasional, internasional, dan global seperti bisnis itu sendiri. Kini etika bisnis dipelajari, diajarkan, dan dikembangkan di seluruh dunia. Kita mendengar tentang kehadiran etika bisnis di Amerika Latin, Asia, Eropa Timur, dan di kawasan dunia lainnya. Sejak dimulainya liberalisasi ekonomi di Eropa Timur, apalagi sejak runtuhnya komunisme di sana sebagai sistem politik dan ekonomi akhir tahun 1980-an, di Rusia dan negara eks-komunis lainnya dirasakan kebutuhan besar akan pegangan etis, karena disadari peralihan ke ekonomi pasar bebas tidak bisa berhasil jika tidak disertai etika bisnis. "Tidak mengherankan, bila etika bisnis mendapat perhatian khusus di negara yang memiliki ekonomi paling kuat di luar dunia Barat: Jepang. Yang terutama aktif di sana adalah *Institute of Moralogy* yang bermukim pada Universitas Reitaku di Kashiwa-Shi, pinggiran kota metropolitan Tokyo. Institut ini sebagian disponsori oleh pemerintah Jepang dan berusaha mendekatkan etika dengan praktek bisnis. Pada tahun 1989 dan 1991 mereka menyelenggarakan konferensi tentang etika dalam ekonomi global, yang dihadiri oleh akademisi dari seluruh Asia. Di India, etika bisnis terutama dipraktikkan oleh *Management Center for Human Values* yang didirikan oleh dewan direksi dari *Indian Institute for Management* di Kalkutta pada tahun 1992. Pusat yang dipimpin oleh Prof. S.K. Chakraborty ini sejak 1995 mengeluarkan majalah tentang etika bisnis yang berjudul *Journal of Human Values*. Juga di Hongkong selama beberapa tahun terakhir ini etika bisnis mendapat perhatian khusus, yang tentu tidak terlepas dari perubahan status kekuasaan yang berlangsung di sana tahun 1997. Seperti di banyak tempat lain, pengalaman dengan beberapa kasus korupsi memacu dirasakannya kebutuhan akan refleksi etika tentang praktek bisnis. Dalam hal ini berperan besar *Independent Commission Against Corruption* (didirikan tahun 1974). Universitas Hongkong memiliki *Center for Business Values* (1994). Sedikit sebelumnya *Hongkong Baptist College* mendirikan *Center for Applied Ethics*.

Tanda bukti terakhir bagi sifat global etika bisnis adalah didirikannya *International Society for Business, Economics, and Ethics* (ISBEE). ISBEE mengadakan pertemuan perdananya dengan *The First World Congress of Business, Economics, and Ethics* di Tokyo pada 25-28 Juli 1996. Di situ antara lain dibawakan 12 laporan tentang situasi etika bisnis di berbagai kawasan dunia. Kongres kedua direncanakan di Sao Paulo, Brasil, tahun 2000.

2.2 Profil etika bisnis dewasa ini

Kini etika bisnis sudah mempunyai status ilmiah yang serius. Ia semakin diterima di antara ilmu-ilmu yang sudah mapan dan memiliki ciri-ciri yang biasanya menandai sebuah ilmu. Tentu saja, masih banyak harus dikerjakan. Etika bisnis harus bergumul terus untuk membuktikan diri sebagai disiplin ilmu yang dapat disegani. Dan karena corak filosofisnya (pada kenyataannya filsafat lebih banyak dirongrong perbedaan pendapat dibanding ilmu-ilmu lain), pengumpulan ini akan sangat berat. Namun demikian, etika bisnis sudah mencapai status sebagai suatu bidang intelektual dan akademis yang pantas diperhitungkan. Di sini kami berusaha menggambarkan beberapa pertanda yang menunjukkan status itu dengan cukup meyakinkan, sekaligus kami mencoba melukiskan profil ilmiah dari etika bisnis sebagaimana tampak sekarang.

- Praktis di segala kawasan dunia etika bisnis diberikan sebagai mata kuliah di perguruan tinggi. Menurut dugaan De George, pada tahun 1987 di Amerika Serikat saja diberikan lebih dari 500 kuliah etika bisnis, yang melibatkan lebih dari 40.000 mahasiswa yang memperoleh Satuan Kredit Semester (SKS) untuk mata kuliah ini. Tentang situasi sekarang tidak tersedia angka-angka resmi, tetapi dapat diperkirakan bahwa jumlah itu bertambah sekian kali lipat, apalagi kalau dipandang pada taraf global. Keduadukannya yang begitu kuat sebagai mata pengajaran di perguruan tinggi merupakan ciri pertama yang menunjukkan status ilmiahnya.
- Banyak sekali publikasi diterbitkan tentang etika bisnis. Pada tahun 1987 pula De George menyebut adanya paling sedikit 20 buku pegangan tentang etika bisnis dan 10 buku kasus di Amerika Serikat saja. Angka ini pun sekarang sudah menjadi jauh lebih besar, di Amerika Serikat maupun di tempat lain.

Yang berusaha mengikuti perkembangan, setiap bulan dapat mengumpulkan sebuah daftar dengan judul buku-buku baru tentang etika bisnis.

- Sekurang-kurangnya sudah ada tiga seri buku tentang etika bisnis:
 - *The Ruffin Series in Business Ethics*, New York, Oxford University Press, sejak 1989, editor: R. Edward Freeman;
 - *Issues in Business Ethics*, Dordrecht (Belanda), Kluwer Academic Publishers, sejak 1990, editors: Brian Harvey, Manchester Business School, U.K., Patricia Werhane, University of Virginia, USA;
 - *Sage Series in Business Ethics*, Thousand Oaks, California, Sage Publications, sejak 1995, editor: Robert A. Giacalone, University of Richmond.
- Sudah ada cukup banyak jurnal ilmiah khusus tentang etika bisnis. Munculnya jurnal berspesialisasi merupakan suatu gejala penting yang menunjukkan tercapainya kematangan ilmiah bagi bidang bersangkutan. Dalam bahasa Inggris saja sekarang sudah terdapat paling sedikit lima jurnal tentang etika bisnis. Tentu saja, di samping itu banyak artikel tentang tema-tema etika bisnis diterbitkan dalam majalah ilmiah lain, bisa majalah ekonomi, manajemen, atau filsafat. Dalam daftar lima majalah etika bisnis berbahasa Inggris yang disebut di bawah ini, sepatutnya kita perhatikan tahun terbitannya yang masih muda.
 - *Business and Professional Ethics* (University of Florida, Gainesville, USA, sejak 1981);
 - *Journal of Business Ethics* (diterbitkan di Belanda, tetapi dengan redaksi internasional yang didominasi oleh Amerika Utara, sejak 1982);
 - *Economics and Philosophy* (New York, sejak 1985);
 - *Business Ethics Quarterly* (majalah resmi dari *Society for Business Ethics*, Amerika Serikat, sejak 1991);
 - *Business Ethics. A European Review* (Inggris, didirikan untuk mengimbangi pengaruh etika bisnis Amerika di Eropa, sejak 1992; tetapi ini tidak merupakan majalah Eropa yang pertama tentang etika bisnis. Di Italia sudah

ada *Etica degli affari e delle professioni*, sejak 1988; di Prancis menyusul lagi *Ethique des affaires*, sejak 1995).

- Dalam bahasa Jerman sudah tersedia sebuah kamus tentang etika bisnis: *Lexikon der Wirtschaftsethik* (Kamus etika ekonomi), diredaksi oleh G. Enderle, K. Homann, M. Honecker, W. Kerber, H. Steinmann dan diterbitkan oleh Herder, Freiburg/Basel, 1993. Dalam kira-kira 200 artikel di sini disoroti aspek-aspek etis dari pelbagai masalah ekonomi dan bisnis. Kemudian menyusul lagi kamus etika bisnis dalam bahasa Inggris: *Blackwell's Encyclopedic Dictionary of Business Ethics*, disunting oleh Patricia Werhane dan Edward Freeman serta diterbitkan oleh Blackwell Publishing, Oxford (1997)
- Sekarang dapat ditemukan juga cukup banyak institut penelitian yang secara khusus mendalami masalah etika bisnis. Daftar berikut ini jauh dari lengkap, hanya menyebut beberapa contoh:
 - Salah satu institut terkenal di Amerika Serikat adalah *Center of Business Ethics*, Bentley College, Waltham, Massachusetts, direktur: Michael Hoffman;
 - Lembaga lain yang berpengaruh besar di Amerika Serikat, walaupun secara resmi tidak berbentuk institut, adalah *The Wharton Ethics Program*, Wharton School, University of Pennsylvania, dengan staf antara lain: Thomas Dundee dan Thomas Donaldson;
 - Di Inggris: *Centre for Business and Professional Ethics*, University of Leeds, direktur: Jennifer Jackson;
 - Di Belgia: *Centrum voor economie en ethiek* (Pusat untuk ekonomi dan etika) Fakultas Ekonomi, Universitas Leuven.
 - Di Swiss: *Forschungsstelle fuer Wirtschaftsethik* (Pusat penelitian untuk etika ekonomi), Hochschule Sankt Gallen, Swiss (berbahasa Jerman).
- Sudah didirikan beberapa asosiasi atau himpunan dengan tujuan khusus memajukan etika bisnis, terutama dengan mengumpulkan dosen-dosen etika bisnis dan peminat lain dalam pertemuan berkala. Di Amerika Serikat ada tiga

himpunan serupa itu: *Society for Business Ethics* (pada tahun 1994 mempunyai 655 anggota), *The Society for Professional Ethics*, dan *Social Issues in Management Section* dari *Academy of Management*. Di Eropa terdapat organisasi peminat etika bisnis di Belanda, Swiss, Jerman, Spanyol, Italia, dan Inggris yang menerbitkan sebuah *newsletter* dan menyelenggarakan konferensi tahunan. Sejak 1987 organisasi-organisasi nasional ini dipersatukan dalam *European Business Ethics Network* (EBEN), yang sudah disebut sebelumnya.

- Di Amerika Serikat dan Eropa Barat disediakan beberapa program studi tingkat S-2 dan S-3, khusus di bidang etika bisnis. Salah satu contoh adalah program *the Master of Arts in Business Policy and Ethics*, pada Universitas Leeds, Inggris.

2.3 Faktor sejarah dan budaya dalam etika bisnis

Orang yang terjun dalam kegiatan bisnis, menurut penilaian sekarang menyibukkan diri dengan suatu pekerjaan terhormat, apalagi jika ia berhasil menjadi pebisnis yang sukses. Dewasa ini orang akan merasa bangga, bila dapat menunjukkan kartu nama yang menyingkapkan identitasnya sebagai direktur atau manajer sebuah perusahaan ternama. Dalam keluarga-keluarga terkemuka pun kini tidak dirasakan keberatan, jika anak-anak memilih kegiatan bisnis sebagai profesi tetap. Bisnis sebagai pekerjaan tidak dinilai kurang dari profesi lain, terutama kalau menghasilkan pendapatan tinggi.

Jika kita mempelajari sejarah, dan khususnya sejarah dunia Barat, sikap positif ini tidak selamanya menandai pandangan terhadap bisnis. Sebaliknya, berabad-abad lamanya terdapat tendensi cukup kuat yang memandang bisnis atau perdagangan sebagai kegiatan yang tidak pantas bagi manusia beradab. Pedagang tidak mempunyai nama baik dalam masyarakat Barat di masa lampau. Orang seperti pedagang jelas-jelas dicurigakan kualitas etisnya. Sikap negatif terhadap bisnis ini berlangsung terus sampai zaman modern dan baru menghilang seluruhnya sekitar waktu industrialisasi.

Di sini tentu tidak mungkin mempelajari seluruh perkembangan historis dari sikap terhadap bisnis ini. Hanya beberapa unsur saja akan disinggung. Tetapi kiranya hal itu sudah cukup untuk

memperlihatkan bahwa pandangan etis tentang perdagangan dan bisnis berkaitan erat dengan faktor sejarah dan budaya.

(1) *Kebudayaan Yunani kuno*

Masyarakat Yunani kuno pada umumnya berprasangka terhadap kegiatan dagang dan kekayaan. Warga negara yang bebas seharusnya mencurahkan perhatian dan waktunya untuk kesenian dan ilmu pengetahuan (filsafat), di samping tentu memberi sumbangsih kepada pengurusan negara dan - kalau keadaan mendesak - turut membela negara. Perdagangan sebaiknya diserahkan kepada orang asing dan pendatang. Pandangan negatif ini ditemukan juga dalam filsafat Yunani kuno. Pada filsuf Plato (427-347 SM) hal itu tampak dengan jelas dalam karya terakhirnya yang berjudul *Undang-Undang*. Di sini digambarkan bagaimana sebaiknya perundang-undangan dalam negara yang dianggap ideal. Letaknya negara ideal itu seharusnya cukup jauh dari pantai laut, paling sedikit 80 stadia (kira-kira 14,5 kilometer). Maksudnya tentu supaya tidak menjadi pusat perdagangan dan kekuatan maritim. "Laut adalah seorang kawan keseharian yang cukup menyenangkan, namun memiliki juga ciri yang payau dan pahit. Dekatnya laut mengakibatkan jalan-jalan dibanjiri dengan pedagang serta pemilik toko dan menanamkan dalam jiwa orang kebiasaan seperti ketidaksetiaan dan penipuan, sehingga negara menjadi tidak setia dan kurang ramah baik terhadap para warganya sendiri maupun terhadap dunia luar. Menurut Plato, negara yang ideal adalah negara agraris yang sedapat mungkin berdikari, sehingga perdagangan hampir tidak perlu. Perdagangan mempertebal keserakahan manusia. Yang paling berharga bagi manusia adalah keutamaan dan bukan kekayaan duniawi. "Orang yang dihantui nafsu untuk memperoleh uang dengan cara tidak benar dan tidak merasa jijik karena perolehan itu, akan mendapatkan bahwa jiwanya tidak diperindah dengan harta itu.... Semua emas di atas bumi dan semua emas di bawahnya tidak dapat mengimbangi kekurangan keutamaan".

Penolakan terhadap perdagangan dan kekayaan diberi dasar lebih teoretis oleh Aristoteles (384-322 SM). Dalam karyanya *Politica* ia menilai sebagai tidak etis setiap kegiatan menambah kekayaan. Kalau kita sepakat bahwa bisnis selalu mengandung unsur mencari keuntungan, Aristoteles menolak bisnis dalam arti modern itu sebagai

tidak etis. Ia membedakan antara *olkonomike tekhnē* dan *khrematistike tekhnē*: kegiatan ekonomi dan kegiatan krematistik. Orang modern akan mengalami kesulitan untuk menerima perbedaan ini. Dan Aristoteles sendiri mengakui bahwa banyak orang pada waktu itu pun tidak akan membedakan dua hal itu, tetapi bagi dirinya sendiri perbedaan ini sangat hakiki. Yang satu itu dinilai etis, sedangkan yang lain ditolak karena menyalahi batas etika.

Ekonomi (*olkonomia* berarti: pengaturan rumah tangga; *olkos* = rumah, rumah tangga; *nomos* = pengaturan, aturan, hukum) adalah tukar-menukar untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga. Misalnya, satu rumah tangga memiliki sepasang sepatu yang tidak dibutuhkan dan ditukar dengan barang lain. Pertukaran ini bisa berupa barang dengan barang (barter) atau bisa dengan memakai uang. Misalnya, satu keluarga menjual kelebihan anggur kepada keluarga kedua dan dengan uang yang diperoleh keluarga ini membeli gandum dari keluarga lain lagi, karena kebetulan mereka membutuhkan gandum. Kalau begitu, uang dipakai menurut kodratnya (*nature*), yaitu sebagai alat tukar. Karena itu, pertukaran dalam arti ini oleh Aristoteles disebut "wajar" atau "kodrat" (*natural*). Ia mengatakan juga bahwa ekonomi itu "dalam batas".

Krematistik (*khremata* = harta benda, kekayaan) adalah menukar barang dengan uang hanya untuk menambah kekayaan. Misalnya, suatu keluarga membeli gandum dan jika sesudah beberapa waktu terjadi kekurangan gandum, mereka menjualnya lagi dengan harga tiga kali lipat. Cara pertukaran terakhir ini dinilai "tidak wajar" oleh Aristoteles atau "bertentangan dengan kodrat" (*unnatural*). Uang di sini dipakai bertentangan dengan kodratnya sebagai alat tukar. Dengan demikian uang menjadi suatu tujuan sendiri. "Kekayaan sering dipandang sebagai terdiri atas setumpuk uang, karena tujuan krematistik atau perdagangan adalah membentuk tumpuk macam itu". Aristoteles mengatakan juga bahwa krematistik itu "tak terbatas", karena selalu terarah kepada uang lebih banyak lagi.

Tidak mengherankan, bila riba atau bunga uang oleh Aristoteles dimasukkan juga dalam krematistik. Bahkan ia menilai bunga uang sebagai bentuk krematistik yang paling jelek, karena di sini uang dipakai paling bertentangan dengan kodratnya. Uang adalah alat tukar belaka. Kira-kira seperti nomor yang kita - orang modern - dapat, bila menitip tas atau barang lain di toko swalayan atau

perpustakaan. Sedangkan orang yang meminta bunga dari pinjaman uang, memperlakukan uang itu sama seperti sapsi yang memperoleh anak sapsi atau pohon apel yang menghasilkan buah apel. "Uang dimaksudkan semata-mata sebagai alat tukar, sedangkan bunga berusaha untuk memperbanyak uang... Karena itu, dari segala cara untuk memperoleh kekayaan inilah cara yang paling bertentangan dengan kodrat". Pandangan negatif Aristoteles terhadap bunga ini berpengaruh besar di kemudian hari.

Bukti lain yang kerap kali dikemukakan untuk nama buruk dari perdagangan dalam masyarakat Yunani kuno adalah kenyataan bahwa dewa Yunani Hermes dihormati sebagai dewa pelindung baik bagi pedagang maupun bagi pencuri. Memang benar, Hermes menjadi dewa pelindung untuk dua golongan orang itu. Tetapi rupanya dengan itu tidak dimaksudkan suatu kualifikasi etis, yaitu bahwa pedagang dapat disetarakan dengan pencuri. Menurut para pakar kebudayaan Yunani kuno, Hermes adalah dewa pelindung semua orang yang mempergunakan jalan. Pedagang dan pencuri terutama termasuk orang yang banyak bepergian dari tempat satu ke tempat lain dan karena itu mempergunakan jalan. Namun demikian, bagi orang modern tetap bisa timbul keheranan, karena pedagang dan pencuri tanpa merasa keberatan dapat disebut dalam satu tarikan napas.

(2) Agama Kristen

Dalam Kitab Suci Kristen terdapat cukup banyak teks yang bernada kritis terhadap kekayaan dan uang, dalam Perjanjian Lama maupun Perjanjian Baru. Dalam seluruh Alkitab, orang kaya diminta membuka hatinya untuk kaum miskin, untuk janda dan yatim piatu, untuk mereka yang sial dalam perjuangan hidup di dunia ini. Diberi peringatan bahwa hartawan tidak bisa membawa kekayaannya ke dalam kubur (Mazmur 49:17-18). Orang miskin dinyatakan berbahagia dan orang kaya dinyatakan terkutuk (Luk. 6:20,24). "Lebih mudah seekor unta masuk melalui lubang jarum daripada seorang kaya masuk ke dalam Kerajaan Surga" (Mat. 19:24). Harta benda dan kekayaan disebut "Mamon" yang dianggap personifikasi dari yang jahat (Mat. 6:24; Luk. 16:9). "Akar segala kejahatan adalah cinta uang (*philargyria*)" (1 Tim. 6:10). Karena itu umat dianjurkan: "Janganlah kamu menjadi hamba uang dan cukupkanlah dirimu dengan apa yang ada padamu" (Ibr. 13:15).

Dalam Alkitab itu sendiri perdagangan tidak ditolak sebagai kurang etis. Akan tetapi, karena perdagangan merupakan salah satu jalan biasa menuju kekayaan, dapat dimengerti juga kalau pada permulaan sejarah Gereja Kristen perdagangan dipandang dengan syak wasangka. Dalam kalangan Kristiani pada zaman kuno dan Abad Pertengahan, profesi pedagang sering dinilai kurang pantas. Dan karena itu urusan niaga banyak diserahkan kepada orang Yahudi, satu-satunya golongan bukan Kristen dalam masyarakat Barat Abad Pertengahan. Augustinus (354-430) sudah menegaskan: "seorang pedagang barangkali bisa berkelakuan tanpa dosa, tapi tidak mungkin ia berkenan di hati Tuhan". Dengan kata lain, pekerjaan seorang pedagang paling-paling netral saja dari sudut pandang moral, tapi tidak pernah bisa menjadi sesuatu yang sungguh-sungguh baik. Seorang teolog dari abad 5 atau 6, yang tidak kita kenal namanya, memperluas perkataan Augustinus ini menjadi penolakan paling tajam dan ekstrem terhadap perdagangan dalam literatur Kristen zaman kuno. Ia mulai dengan menunjuk kepada adegan terkenal dari Injil di mana Yesus mengusir para pedagang dan penukar uang dari bait Allah di Yerusalem. Biasanya adegan itu dipahami sebagai protes Yesus terhadap profanasi tempat suci. Tetapi teolog tersebut mempunyai penafsiran lain dengan melihat adegan itu sebagai penolakan Yesus terhadap perdagangan pada umumnya. Teksnya berbunyi sebagai berikut. "Bahwa Tuhan Yesus mengusir para penjual dan pembeli dari bait Allah, berarti bahwa seorang pedagang hampir tidak atau malah tidak pernah berkenan di hati Tuhan. Dan karena itu tak seorang Kristen pun boleh menjadi pedagang, atau, seandainya nekad, ia harus dikeluarkan dari Gereja Allah". Jadi, di sini dinyatakan dengan tegas bahwa profesi sebagai pedagang tidak pantas bagi orang Kristen. Seorang Kristen harus memilih: atau menjadi pedagang atau tetap hidup sebagai Kristen. Kedua status itu tidak bisa dikombinasikan dalam orang yang sama. Teks dari abad 5 atau 6 ini kemudian dimuat dalam *Decretum Gratiani* (akhir abad 12), sebuah dokumen sangat penting di bidang hukum Gereja dalam Abad Pertengahan. Dari riwayat ini dapat disimpulkan bahwa suara yang begitu negatif terhadap perdagangan ini mendapat kedudukan terpendang selama berabad-abad.

Dalam tahun pertama dari majalah *Business Ethics Quarterly* berlangsung polemik antara David Vogel dan Thomas McMahon tentang pandangan Kristen zaman kuno dan Abad Pertengahan mengenai perdagangan. Vogel berpendapat bahwa dalam periode

Kristiani sebelum Reformasi bisnis dianggap tidak etis atau sekurang-kurangnya sangat dicurigakan. Pada waktu itu pebisnis yang bermoral sebetulnya sama dengan kontradiksi dalam sebutan. Mengambil profit dari kegiatan dagang dinilai sama dengan *profiteering* (pencatutan atau pengambilan keuntungan berlebih-lebihan). Kita harus menunggu sampai zaman Protestantisme, hingga muncul pandangan lebih positif tentang bisnis. Dan etika bisnis baru mulai di situ. Sebab, selama bisnis dipandang negatif belaka tidak mungkin juga menyusun kerangka normatif yang menghalalkan kegiatan bisnis. McMahon menganggap pendapat ini terlalu berat sebelah dan mengemukakan banyak teks dari periode pra-Reformasi di mana tampak sikap lebih konstruktif terhadap kegiatan bisnis.

Menilai hasil diskusi ini, rupanya harus kita simpulkan bahwa masalah pandangan Kristen pra-Reformasi tentang perdagangan perlu didekati dengan nuansa yang seperlunya. Pada waktu itu memang ada teks-teks yang sangat negatif terhadap moralitas perdagangan, seperti teks yang dikutip tadi. Namun demikian, tidak bisa dikatakan juga bahwa teks seperti itu mencerminkan seluruh pandangan Kristen pada waktu itu. Ada juga cukup banyak pengarang Kristen yang memandang perdagangan dengan cara lebih positif. Mereka melihat bisnis sebagai suatu usaha yang secara moral sekurang-kurangnya netral. Kualitas moralnya tergantung pada apa yang dilakukan manusia dalam usaha itu. Bisnis itu sendiri tidak dianggap sebagai secara intrinsik imoral. Sebagai contoh dapat disebut Thomas Aquinas, filsuf dan teolog besar dari abad 13. Tentu saja, ia menolak penipuan dan praktek curang lainnya dalam bisnis dan secara implisit ia mengakui bahwa bisnis cukup rawan terhadap praktek semacam itu. Tetapi kesadaran itu tidak menjadi alasan untuk menolak bisnis itu sendiri yang memang dipahaminya sebagai usaha mencari untung. Di satu tempat ia menulis: "Namun demikian, keuntungan itu sendiri yang merupakan tujuan perdagangan... tidak mengandung sesuatu yang berdosa atau bertentangan dengan keutamaan, sehingga tidak ada keberatan untuk mencari keuntungan demi suatu tujuan yang perlu atau malah demi suatu tujuan yang berkeutamaan, dan dengan demikian perdagangan menjadi sesuatu yang sah".

Perlu dilakui kepada Vogel, dengan adanya Reformasi timbul juga suatu sikap lebih positif terhadap perdagangan. Dalam pandangan Protestan, mem-peroleh untung dengan berdagang dinilai sebagai pertanda berkat Tuhan atas kerja keras orang beriman.

Dalam perspektif serupa itu kecurigaan terhadap bisnis (yang memang menandai pandangan Katolik sebelum Reformasi) mudah menghilang. Tidak ada halangan lagi pedagang bisa menjadi orang yang berkeutamaan. Perubahan pandangan itu tentu berkaitan dengan apa yang dikenal sebagai "tesis Weber". Dalam sebuah studi yang termasyhur, sosiolog Jerman, Max Weber (1864-1920), menjelaskan bahwa timbulnya kapitalisme dipenga-ruhi dan didorong oleh etos kerja Protestantisme, khususnya Calvinisme. Etika Calvinisme ditandai oleh sifat-sifat yang kondusif untuk kegiatan bisnis, misalnya sangat ditutamakan nilai-nilai seperti bekerja keras dan hidup asketis. Modal yang dihemat dengan demikian bisa diinvestasi lagi dalam usaha yang produktif. Dan sukses dalam usaha dilihat sebagai pahala dari Tuhan. Salah satu implikasi dari tesis Weber ini adalah 'sikap yang sangat positif terhadap kegiatan bisnis.

Dalam kesusasteraan Barat dari masa lampau - terlepas dari konteks agama - kadang-kadang dapat ditunjukkan juga suatu sikap negatif terhadap bisnis. Contoh terkenal adalah drama *The Merchant of Venice*, karya William Shakespeare (1564-1616) di mana ditampilkan figur Shylock yang mewakili tipe saudagar yang tidak segan-segan memeras orang lain. Shylock ini digambarkan sebagai orang Yahudi.

(3) Agama Islam

Jika kita memandang sejarah, dalam agama Islam tampak pandangan lebih positif terhadap perdagangan dan kegiatan ekonomis. Dalam periode pra-modern pun tidak ditemukan sikap kritis dan curiga terhadap bisnis. Nabi Muhammad sendiri adalah seorang pedagang dan ajaran agama Islam mula-mula disebarluaskan terutama melalui para pedagang Muslim. Dalam Al Qur'an terdapat peringatan terhadap penyalahgunaan kekayaan, tetapi tidak dilarang mencari kekayaan dengan cara halal. Seandainya begitu, akan timbul pertentangan juga dengan ajaran zakat yang mewajibkan orang membagi dari kekayaan dan pendapatannya yang berlebih. Yang dilarang adalah keserakahan dan pamer kekayaan (*riya'*).⁽³¹⁾ Mungkin ayat Al-Qur'an paling penting tentang perdagangan adalah ayat 275 surat al-Baqarah yang menyatakan: "Allah telah menghalalkan perdagangan dan melarang riba". Walaupun di sini riba dilarang, kegiatan dagang (yang tentu meliputi

perolehan keuntungan) secara eksplisit diizinkan. Sikap positif terhadap perdagangan yang menandai agama Islam membuat Dawam Rahardjo malah bertanya apakah "tesis Weber" tidak dipengaruhi oleh kebudayaan Islam: "Berbagai sikap keagamaan yang disebut oleh Weber sebagai etika Protestantisme, seperti tanggung jawab manusia langsung kepada Tuhan tanpa perantara pendeta atau lembaga keagamaan atau otonomi manusia, doktrin penyelamatan melalui kerja (dalam Islam disebut amal saleh atau *al-birr*), sikap yang rasional terhadap alam (doktrin tentang *qadar* dan *mizan* dan penolakan superstisi), pengertian dan penghargaan pada otoritas dan disiplin (perintah Al-Qur'an: 'Ta'atlah kepada Allah dan Rasul-Nya dan pimpinan di antara kamu'), doktrin pelayanan kepada masyarakat (ajaran *Al-Ma' uun* yang dipakai oleh K.H. Ahmad Dahlan sebagai dasar pembaharuan masyarakat melalui organisasi modern Muhammadiyah) dan berbagai nilai yang disebut sebagai 'dasar-dasar budaya sekular' oleh Weber itu, sama sekali tidak asing dalam Islam. Penelitian historis perlu dilakukan apakah etika Reformasi itu sebenarnya mendapat pengaruh dari ajaran Islam".

Sepatah kata perlu ditambah tentang masalah riba dalam pandangan Islam, sebuah persoalan yang jelas berkaitan dengan etika ekonomi. Dari ayat surat Al-Baqarah yang dikutip tadi, sudah jelas bahwa riba (dalam bahasa Arab berarti "tambahan") dilarang dalam agama Islam!" Tetapi pertanyaannya ialah apa yang harus dimengerti dengan "riba". Pertama-tama perlu ditekankan bahwa masalah ini tidak terbatas pada agama Islam saja. Boleh dikatakan, pengambilan riba dilarang dalam seluruh dunia Barat yang pra-modern. Aristoteles menolak riba, seperti sudah kita lihat, demikian pula Hukum Roma (*Ius Romanum*) dalam kekaisaran Roma. Dari pihak agama, riba sudah dilarang dalam Kitab Suci Yahudi, yang kemudian oleh agama Kristen diterima sebagai Perjanjian Lama. Di antara para teolog Kristen maupun Islam dalam zaman pra-modern barangkali tidak ada banyak persoalan moral yang diperdebatkan dengan begitu ramai seperti justru masalah riba ini. Jika kita melihat dalam perspektif sejarah, masalah riba sangat menarik sebagai contoh tentang di-mungkinkannya perubahan radikal dalam pemikiran moral dan khususnya perubahan yang didorong oleh realitas ekonomis. Mula-mula uang berperanan (atau mestinya berperanan) sebagai alat tukar saja. Dalam situasi itu larangan riba tentu masuk akal dan bisa diterima tanpa kesulitan. Tetapi dalam

ekonomi modern, uang menjadi barang jualan karena dianggap barang langka dan mulai berkembang yang disebut "pasar modal".

Karena itu suatu percobaan untuk keluar dari masalah moral ini adalah membedakan antara riba dan bunga uang (bahasa Inggris *usury* dan *interest*; bahasa Belanda *woeker* dan *rente*). Kalau begitu, dengan riba (*usury*) dimaksudkan bunga uang berlebihan yang dituntut dari orang yang *kepepet* karena situasi ekonomi yang khusus, misalnya butuh uang untuk memperoleh perawatan medis yang sangat mendesak. Menuntut riba dalam arti itu sama dengan memeras sesama dan karena itu jelas tidak etis. Orang yang terlibat dalam kegiatan tidak terpuji itu pantas disebut "lintah darat". Tetapi bunga uang adalah balas jasa yang diberikan kepada orang yang meminjamkan uang untuk usaha produktif. Misalnya, orang A ingin berdagang tapi modalnya tidak mencukupi bagi usaha yang direncanakan, sedangkan orang B mempunyai uang cukup tapi tidak berminat untuk berdagang. Daripada menyimpan uangnya di bawah bantal saja, B meminjamkannya kepada A dan sesudah beberapa waktu memperoleh bunga uang yang telah disepakati. Cara yang kedua ini bukan riba dan secara moral dapat diterima. Orang yang menyetujui pembedaan ini adalah pakar ekonomi Indonesia yang besar, Mohammad Hatta, dalam tulisan yang berjudul "Islam dan rente". Ia membedakan antara riba dan rente. Riba di-larang, karena menyengsarakan orang yang dalam keadaan susah. Riba adalah tambahan tidak wajar atas utang yang dipakai untuk konsumsi. Rente adalah imbalan untuk pinjaman yang digunakan untuk usaha produktif. Riba sama dengan pemerasan, rente bersifat *business-like*.

Dalam kalangan Islam dewasa ini tidak semua orang bisa menerima pembedaan antara riba dan bunga uang ini, sehingga pandangan tentang masalah moral ini menjadi berbeda. Untuk mengakomodasikan mereka yang menganggap bunga bank dalam arti biasa sebagai haram, sekarang di banyak negara tersedia alternatif dalam bentuk Bank Syariah Islam. Pada tahun 1991 di Indonesia didirikan P.T. Bank Muamalat Indonesia yang mulai beroperasi pada 1 Mei 1992. Bank ini menerapkan sistem bagi *hasil* (*profit sharing*) atas uang yang dititipkan padanya, sekadar besamya laba yang diperolehnya, tapi tidak memberi bunga menurut *rate* yang tetap. Bagi bank seperti ini tentu menjadi tantangan khusus pada taraf ekonomis bersaing dengan bank-bank konvensional.

Dalam diskusi-diskusi etis yang modern masalah riba muncul kembali dalam konteks utang negara-negara miskin terhadap negara-negara kaya. Salah satu argumen untuk membela negara-negara miskin yang tidak sanggup membayar kembali utangnya adalah bahwa mereka terpaksa meminjam uang dari negara-negara kaya, supaya dapat bertahan hidup. Di sini tidak bisa dikatakan bahwa mereka dengan bebas meminta pinjaman tersebut. Mereka tidak ada pilihan lain, kalau tidak mau tenggelam dalam tubir kehancuran. Mereka tidak meminjam uang menurut "nilai pasar". Mereka terillit utang yang didasarkan atas riba (dalam arti tidak etis).

(4) Kebudayaan Jawa

Dipandang menurut spektrum budaya, tidak semua suku bangsa di Indonesia memperlihatkan minat dan bakat yang sama di bidang perdagangan. Orang Minang, umpamanya, terkenal karena tekun dalam usaha dagang dan sanggup mencatat sukses. Dalam kebudayaan Jawa terlihat perbedaan yang menarik. Jika Clifford Geertz pada tahun 1950-an menyelidiki struktur sosial dari kota Jawa Timur yang disebutnya Modjokuto (nama samaran untuk Pare), ia menemukan di situ empat golongan: *priyayi*, para pedagang pribumi (*wong dagang*), orang kecil yang bekerja sebagai buruh tani atau tukang (*wong cilik*), orang Tionghoa (*wong Cina*) yang hampir semua bekerja di bidang perdagangan. Yang penting untuk tema kita adalah perbedaan antara golongan pertama dan kedua. Para *priyayi* bekerja sebagai pegawai di bidang pemerintahan dan sedikit juga memegang fungsi "kerah putih" dalam pabrik-pabrik kecil di Modjokuto. Mereka berminat untuk kesenian, khususnya wayang, dan bidang intelektual. Golongan *priyayi* membentuk elite politik dan kultural, yang menjauhkan diri dari perdagangan. Membaca deskripsi Geertz ini, mau tidak mau kita dlingatkan akan warga negara merdeka dalam masyarakat Yunani kuno. Golongan kedua adalah para pedagang pribumi (oleh Koentjaraningrat disebut juga *sodagar* atau *kauman*), yang menjamin perputaran roda ekonomi di Modjokuto, bersama dengan orang Tionghoa. Mereka adalah Muslim yang saleh dan kadang-kadang masih punya pertalian darah dengan bangsa Arab. Menurut persepsi Geertz, mereka merupakan golongan paling dinamis dalam kota itu. Sikap positif agama Islam terhadap perdagangan, dengan jelas tampak pada golongan ini.

Perbedaan yang dilukiskan tadi kadang-kadang bergema dalam pengalaman hidup orang Jawa modern. Seorang pengusaha terkenal, asal Jawa, umpamanya, mengaku kepada wartawan asing: "Ayah selalu menegaskan kepadaku bahwa bisnis adalah kegiatan untuk kelas bawah. Ia ingin aku akan bekerja di pemerintahan"

Dalam karyanya ternama, *Religion of Java*, Clifford Geertz menjelaskan bagaimana memiliki kekayaan - dan terutama menjadi kaya dengan mendadak - dalam masyarakat Jawa dikaitkan dengan bantuan *tuyul*. *Tuyul* adalah roh halus yang bisa dimanfaatkan untuk mencuri (di kota, biasanya mencuri uang) dan dengan demikian memperoleh kekayaan. Tiga orang di Modjokuto yang dipercaya memelihara *tuyul* adalah orang kaya. Begitu orang memiliki *tuyul*, uang akan masuk banyak karena jasa mereka. Jadi, orang-orang ini tidak memperoleh kekayaan dengan berusaha sendiri, melainkan karena beruntung bisa menjalin hubungan baik dengan makhluk-makhluk halus ini. Tetapi orang-orang itu mempunyai kedudukan rendah dalam stratifikasi sosial di masyarakat Jawa. "Mereka yang dituduh mempunyai *tuyul* termasuk ke dalam satu tipe sosial. Mereka selalu kaya, sering kali secara mendadak, dan biasanya (tetapi tidak selalu) kikir; berpakaian buruk, mandi di kali bersama-sama kuli yang miskin, tidak makan nasi, tetapi jagung dan ubi - yang merupakan menu orang miskin - sementara rumah mereka (konon) selalu penuh dengan emas. Mereka pun sering kali agak menyimpang secara sosial. Mereka berbicara keras-keras, agresif, kurang beradab, berpakaian kedodoran, dan mempunyai ke-biasaan yang kurang bersifat Jawa, seperti secara spontan mengatakan apa saja yang ada dalam benak tanpa dipikirkan lebih dahulu". Jadi, mereka tidak termasuk golongan *priyayi* atau sekurang-kurangnya tidak mewujudkan cita-cita *priyayi*, karena golongan ini justru mementingkan suasana halus dan menolak dengan tegas cara-cara kasar. Dalam tradisi kebudayaan Jawa keka-yaan ternyata dicurigakan. Pandangan ini tentu tidak kondusif untuk memajukan semangat kewiraswastaan. Secara spontan kekayaan tidak dihargai sebagai hasil jerih payah seseorang atau sebagai prestasi dalam berusaha.

(5) Era Kemajuan Zaman

Hanya sepintas meninjau data sejarah dan budaya sudah cukup untuk menyadarkan kita tentang perbedaan sikap terhadap bisnis,

dulu dan sekarang. Kalau sekarang kegiatan bisnis dinilai sebagai pekerjaan terhormat dan semakin dibanggakan sejauh membawa sukses, di masa silam tidak selalu begitu. Malah - seperti telah kita lihat - kadang-kadang tampak sikap sangat negatif. Kita bisa bertanya, mengapa dulu bisnis cukup lama mendapat nama begitu jelek? Sebabnya pasti berkaitan dengan pencarian untung sebagai tujuan bisnis. Pencarian untung sebagai motif utama bagi bisnis merupakan suatu fenomena modern. Sebagaimana ditegaskan oleh ekonom Amerika, Robert Heilbroner: "*As a ubiquitous characteristic of society, the profit motive is as modern an invention as printing*". Kalau pencarian untung menjadi motif utama bagi bisnis, dengan sendirinya diakibatkan juga bahwa bisnis mengejar kepentingan diri. Siapa akan menyangkal kenyataan itu? Dan mencari kepentingan diri lebih lanjut disamakan dengan egoisme, yang tentu dinilai sebagai sikap yang tidak bagus dari sudut moral. Seorang egois terarah pada kepentingannya sendiri, sambil menutup mata untuk kepentingan orang lain. Kalau perlu, ia malah tidak segan-segan mengorbankan kepentingan sesama kepada kepentingannya sendiri. Sikap ini dengan jelas tidak sesuai dengan moralitas yang benar. Tidak mengherankan, kalau di masa silam terutama pihak agama menolak sikap egoisme sebagai tidak etis dan menunjuk kepada perlunya altruisme. Sebagai lawan egoisme, altruisme adalah sifat watak yang memperhatikan dan mengutamakan kepentingan orang lain. Kalau perlu, malah dengan menganggap lebih rendah kepentingannya sendiri. Sudah jelas, altruisme adalah sikap yang sangat baik dan terpuji dari sudut moral.

Namun demikian, masih ada jalan tengah antara egoisme dan altruisme. Tidak benar bahwa mengejar kepentingan diri selalu sama dengan egoisme. Bisa juga orang mengejar kepentingan diri, sambil tetap memperhatikan kepentingan orang lain. Dalam periode modern, terutama Adam Smith (1723-1790) telah menekankan perbedaan antara kepentingan diri dan egoisme, justru dalam konteks perdagangan (lihat Bab 4, § 1, nr. 2). Orang yang terlibat dalam kegiatan bisnis, memang mencari kepentingan diri (ia tidak bermaksud melakukan karya amal), tapi tidak sampai merugikan kepentingan orang lain. Sebaliknya, relasi ekonomis justru menguntungkan untuk kedua belah pihak sekaligus. Di antara semua relasi antar-manusia, barangkali inilah ciri khas yang paling mencolok pada relasi ekonomis. Tetapi serentak juga di sini tampak kebutuhan akan etika, dalam arti nilai-nilai dan norma-norma moral yang harus dipegang dalam kegiatan berbisnis. Melihat hakikat bisnis, di antara

nilai dan norma itu barangkali yang paling penting ialah jangan merugikan kepentingan orang lain. Jika tujuan bisnis bukannya mengamalkan altruisme, melainkan mencari untung bagi dirinya sendiri, segera pintu terbuka lebar-lebar untuk aneka macam praktek jahat. Ada banyak jalan pintas untuk mencapai tujuan yang sarna. Mencuri dan menipu, umpamanya, membawa keuntungan dengan cepat sekali. Tetapi dari kenyataan itu tidak boleh ditarik kesimpulan bahwa bisnis itu sen-diri pekerjaan kotor. Kesimpulan yang betul adalah: janganlah bisnis sampai menjadi pekerjaan kotor. Bisnis harus tahu diri. Bisnis harus memperhatikan rambu-rambu moral. Bisnis membutuhkan etika.

Keprihatinan moral dengan bisnis kini tampak pada tahap lain lagi ketimbang konteks tradisidital. Kita hidup di zaman konglomerat dan korporasi multinasional. Kita hidup di zaman kapitalisme, bahkan sejak runtuhnya komunisme, kapitalisme tanpa antagonis. Bisnis telah menjadi *big business*. Ada kepentingan luar biasa besar yang diperjuangkan olehnya. Di berbagai kawasan dunia dewasa ini kekayaan perusahaan-perusahaan swasta besar melebihi kekayaan negara. Dengan akibat, bisnis mencapai posisi kekuasaan ekonomi yang besar. Karena itu kini banyak orang bertanya, apa yang akan terjadi "bila perusahaan-perusahaan menguasai dunia". Keprihatinan dengan kekuasaan ekonomis di luar proporsi itu tampak juga di negara-negara berkembang, termasuk Indonesia. Dalam sebuah seminar akhir tahun 1996, Menteri Negara Perencanaan Pembangunan Nasional/Ketua Bappenas, Ginjar Kartacasmata, mengemukakan bahwa 61,1 persen dari produksi nasional (Produk Domestik Bruto) dikuasai oleh 0,2 persen dari jumlah perusahaan yang ada di Indonesia. Angka 0,2 persen itu meliputi 66.248 perusahaan besar dan menengah. Sedangkan 38,9 persen PDB lainnya, dihasilkan oleh 99,8 persen perusahaan kecil yang jumlahnya melebihi 33,4 juta unit. Kalau kita membatasi diri pada konglomerat-konglomerat raksasa di Indonesia selama Orde Baru, mungkin angka-angkanya lebih mengejutkan lagi.

Masalah etika bisnis terbesar dewasa ini pada dasarnya adalah masalah kuasa. Bisnis sekarang mewujudkan kuasa ekonomis yang luar biasa besar. Pusat finansial raksasa seperti Wall Street di New York menjadi simbol untuk situasi itu. Sekurang-kurangnya bagi orang awam, apa yang terjadi di situ berada di luar kontrol yang wajar. Dan sewaktu-waktu kita mendengar juga tentang skandal yang berasal dari situ. Bagi negara pun kemungkinan kontrol agak

terbatas, apalagi dalam sistem ekonomi pasar bebas yang konsekuen. Akan tetapi, kuasa yang tak terkontrol selalu mempunyai kecenderungan menyimpang atau menjadi korup. Yang dikatakan oleh Lord Acton (abad 19) tentang kuasa politik, berlaku juga bagi kuasa ekonomis seperti kita kenal sekarang ini: "*Power tends to corrupt, absolute power corrupts absolutely*". Masalah etika politik yang terpenting adalah kuasa: bagaimana kuasa dapat dibatasi (tanpa mengurangi efisiensinya), supaya tidak disalahgunakan? Pertanyaan yang sama sekarang semakin relevan di bidang ekonomi juga. Karena kuasa ekonomis pun condong untuk disalahgunakan (demi keuntungan sebesar-besarnya), perlu dipikirkan cara-cara yang tepat untuk mengontrol dan dengan demikian membatasi kuasa itu. Di sini terletak salah satu tantangan terbesar bagi etika bisnis dan etika ekonomi dewasa ini.

Semuanya ini berlaku pada taraf nasional maupun internasional. Malah dalam era globalisasi ekonomi sekarang, masalahnya menjadi lebih pelik lagi. Jika kuasa ekonomi bisa merajalela dengan leluasa, tidak bisa dihindarkan ekonomi-ekonomi lemah menjadi korban. Kuasa selalu dipegang oleh yang kuat dan secara alami yang kuat menindih yang lemah. Di sini bukan tempatnya untuk menguraikan semuanya ini dengan lebih rinci. Untuk sementara kita bisa membatasi diri pada prinsip: makin besar kepentingan-kepentingan yang digumuli bisnis, makin mendesak pula keikutsertaan etika. Perundingan-perundingan UNCTAD dalam *Uruguay Rounds* dan perundingan dalam rangka WTO sekarang sebenarnya sarat dengan persoalan etika yang berat.

3. Tujuan Bisnis.

Berbisnis berarti berusaha mencari rejeki dengan menjalankan fungsi bisnis, yang akhirnya bertujuan mendapatkan keuntungan demi menghidupi keluarga dan demi mempertahankan hidup.

Berbisnis merupakan kegiatan yang memiliki nilai-nilai dalam kehidupan bermasyarakat, karena dengan berbisnis, berarti :

- (a) ikut serta menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat;
- (b) memperoleh keuntungan;
- (c) mampu menyediakan kebutuhan positif bagi masyarakat, baik di bidang barang maupun jasa;

- (d) meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pemilik faktor-faktor produksi;
- (e) membantu program pemerintah dalam membangun kesejahteraan masyarakat secara lebih luas.

3.1. Tiga aspek pokok dari bisnis

Bisnis modern merupakan realitas yang amat kompleks. Banyak faktor turut mempengaruhi dan menentukan kegiatan bisnis. Antara lain ada faktor organisatoris-manajerial, ilmiah-teknologis, dan politik-sosial-kultural. Kompleksitas bisnis itu berkaitan langsung dengan kompleksitas masyarakat modern sekarang. Sebagai kegiatan sosial, bisnis dengan banyak cara terjalin dengan kompleksitas masyarakat modern itu. Semua faktor yang membentuk kompleksitas bisnis modern sudah sering dipelajari dan dianalisis melalui pelbagai pendekatan ilmiah, khususnya ilmu ekonomi dan teori manajemen. Buku ini ingin menyoroti suatu aspek bisnis yang sampai sekarang jarang disinggung dalam uraian-uraian lain, tetapi semakin banyak diakui pentingnya, yaitu aspek etis atau moralnya. Guna menjelaskan kekhususan aspek etis ini, dalam suatu pendekatan pertama kita membandingkannya dulu dengan aspek-aspek lain, terutama aspek ekonomi dan hukum. Sebab, bisnis sebagai kegiatan sosial bisa disoroti sekurang-kurangnya dari tiga sudut pandang yang berbeda tetapi tidak selalu mungkin dipisahkan ini: sudut pandang ekonomi, hukum, dan etika. Ada baiknya kita mulai dengan mempelajari beberapa kasus atau situasi bisnis konkret, supaya di situ-bisa tampak tiga sudut pandang berbeda yang ingin kita fokuskan.

Kasus 1: Industri kimia

Marc Jones, usia 42 tahun, sudah selama 15 tahun bekerja untuk Krimsons Corporation, sebuah perusahaan yang memproduksi bahan kimia yang berbahaya. Karena dedikasinya kepada perusahaan selama itu selalu besar, Jones dipromosikan menjadi manajer sebuah unit produksi yang penting.

Setelah tiga minggu bertugas, ia dipanggil oleh manajer kepala, Kevin Lombard, karena yang terakhir ini merasa kurang puas dengan prestasi Jones. Ia mengeluh, karena sejak Jones mengambil alih tugas dari pendahulunya irama produksi di unitnya menurun dengan cukup mencolok. Lombard menegaskan bahwa keadaan itu tidak bisa diterima. Jones diberi pesan: "Tingkatkanlah laju produksi, minimal sampai taraf sebelumnya".

Jones tentu kaget karena teguran yang tidak disangka-sangka itu. Ia menyelidiki masalahnya dan menemukan bahwa pendahulunya hanya dapat mencapai laju produksi setinggi itu, karena ia tidak teliti dalam menerapkan aturan-aturan keamanan. Jones menyadari bahwa dengan cara kerja itu pendahulunya mengambil risiko besar, baik untuk karyawan perusahaan maupun untuk lingkungan hidup di sekitar pabrik. Namun pendahulunya itu mujur. Selama ia bertugas tidak terjadi kecelakaan yang berarti. Beberapa peristiwa kecil dapat diatasinya sendiri, sehingga bisa disembunyikan untuk dunia luar.

Jones melaporkan hal itu kepada bosnya. Ia yakin, dengan demikian bertindak demi kepentingan perusahaan. Betapa besar keheranan Jones, ketika mendengar jawaban Lombard: "Sava tidak bisa memperhatikan detail-detail" dan "Bagaimanapun juga, Saudara harus sanggup mempertahankan tingkat produksi sebelumnya". Lagi pula, Lombard mulai meragukan apakah Jones itu orang yang tepat untuk *job* baru tersebut. "Bukankah Saudara terlalu melebih-lebihkan? Saudara bersikap pengecut dengan membayang-bayangkan khayalan yang kurang realistis. Dulu tidak pernah ada masalah!"

(Sumber: J. Verstraeten/J. Van Gerwen, *Business en Ethiek*, Telt (Belgium), Lannoo, 1990, h1m. 15.)

Kasus 2: Pemasok komputer

PT W.V.K. merupakan perusahaan besar yang ingin mengganti sistem komputernya, karena membutuhkan komputer tipe

baru yang lebih canggih. Untuk itu mereka menghubungi perusahaan PT C.T.A. Yang dapat memasok komputer yang dicari. Seluruh proses penggantian komputer direncanakan akan selesai dalam satu tahun. Faktor waktu itu bagi mereka penting. Kalau proses penggantian berlangsung lebih lama, PT W.V.K. akan mengalami kerugian cukup besar. Kepala bagian penjualan dari PT C.T.A. meragukan entah perusahaannya mampu memenuhi permohonan ini tepat waktu, karena komputer baru yang dicari itu tergolong populer, sehingga produsen belum tentu dapat memenuhi permintaan pada waktunya. Tahap pertama dari pesanan (sesudah tiga bulan) pasti dapat ia penuhi, tetapi tentang lanjutannya ia ragu-ragu. Di sisi lain ia mengkhawatirkan order yang mencakup ratusan juta rupiah ini akan diberikan kepada perusahaan lain, bila ia menyatakan keraguannya untuk memenuhi permintaan tepat waktu. Ia memilih untuk diam saja.

(Sumber: J. R. Boatright, *Ethics and the Conduct of Business*, hlm. 1)

Kasus 3: Perusahaan asbes

Perusahaan Amerika "Kansas Asbestos Company" bergerak di bidang produk asbes. Ketika pada tahun 1970-an semakin banyak peraturan mempersulit produksi dan mengakibatkan biaya produksi naik, direksi perusahaan memutuskan untuk memindahkan semua pabriknya ke suatu negara Afrika Barat. Jika dihirup dalam kuantitas cukup besar, serat asbes diketahui mengakibatkan penyakit asbestosis (dalam jangka pendek) dan juga kanker paru (dalam jangka panjang). Di Afrika tidak ada peraturan yang melindungi pekerja terhadap *occupational diseases* ini. Tambahan pula, dibanding dengan Amerika Serikat, tenaga kerja di Afrika jauh lebih murah.

Kasus 4: Kerahasiaan bank

"Rahasia bank" merupakan suatu prinsip etis yang umum dan hampir semua negara mempunyai peraturan hukum yang mengatur kerahasiaan itu. Relasi antara nasabah dan bank

merupakan suatu relasi kepercayaan. Bank tentu tidak berlaku etis, bila memberitahukan kepada pihak lain tentang kekayaan yang oleh orang tertentu dititipkan kepadanya. Tetapi kewajiban bank menjaga kerahasiaan tentu mengenal batas. Sebab, ada kepentingan lain lagi yang harus diperhatikan kecuali kepentingan nasabah saja. Karena itu banyak negara mempunyai peraturan hukum yang memungkinkan dinas pajak, misalnya, untuk mengontrol apakah nasabah bank membayar pajak dari depositnya.

Peraturan hukum tentang kerahasiaan bank di semua negara tidak sama. Ada negara yang lebih lunak dan ada negara yang lebih ketat dalam melindungi kerahasiaan bank. Beberapa negara kecil seperti Swiss dan Luxemburg cenderung lebih ketat dalam melindungi rahasia nasabah di bank. Alasannya dapat dipahami. Sebagai negara kecil mereka tidak bisa menarik banyak dana dari dalam negeri. Melindungi rahasia bank merupakan salah satu upaya untuk menarik nasabah dari luar negeri. Tetapi cara ini ada bahaya bahwa rahasia bank disalahgunakan. Dana yang diperoleh dengan cara kurang etis (para baron obat bius, para pejabat koruptor dari luar negeri) dengan demikian "aman" terhadap pelacakan dari luar. Instansi nasional yang memerangi kriminalitas tidak bisa masuk di situ, apalagi instansi luar negeri. Sehingga pada kenyataannya sistem itu bisa menguntungkan para kriminal.

Kasus 5: Live Aid

Nama penyanyi Irlandia-Inggris, Bob Geldof, melejit ke popularitas global, ketika ia berhasil menyelenggarakan konser amal raksasa, serentak di stadion Wembley di London, Inggris, dan di stadion John F. Kennedy di Philadelphia, Amerika Serikat, pada 13 Juli 1985. Konser amal yang diberi nama *Live Aid* ini bertujuan mengumpulkan dana untuk disalurkan sebagai bantuan bagi korban kelaparan di Etiopia, Afrika. Banyak penyanyi kondang ikut serta dan konser ini disiarkan melalui televisi ke seluruh pelosok dunia. Beberapa waktu kemudian sebuah kaset rekaman bernama *Live Aid* beredar, berisikan lagu-lagu yang dibawakan pada konser tersebut.

Kaset bajakan ini dibuat dari berbagai album yang sudah ada dan dijual di beberapa negara Timur Tengah dan tempat lain. Ada yang mencantumkan *made in Indonesia*, ada yang memakai pita cukai Indonesia, bahkan ada yang mencantumkan catatan bahwa hasil keuntungan penjualan akan disumbangkan ke Etiopia. Diperkirakan kaset ini dibajak oleh sekitar sepuluh perusahaan rekaman Indonesia. Bob Geldof dan artis-artis lain tentu marah besar. Ia melontarkan kampanye protes dalam media massa sedunia yang menuduh Indonesia tentang perilaku tidak etis. Secara hukum, Indonesia tidak bisa ditindak karena pada saat itu belum menandatangani Konvensi Bern tentang hak cipta internasional dan di dalam negeri belum memiliki undang-undang yang melarang pembajakan macam itu.

(Sumber: *Tempo*, 14 dan 21 Desember 1985)

Kasus 6: Merek dagang Nike

Nike adalah merek dagang untuk sepatu, pakaian, dan alat-alat olah raga yang diproduksi oleh Nike International Ltd. yang berkedudukan di Beaverton, Oregon, Amerika Serikat. Pada tanggal 16 Desember 1986 Mahkamah Agung R.I. mengeluarkan Peninjauan Kembali terhadap putusan MA tahun sebelumnya, tanggal 24 Juli 1985. Dengan itu Nike International Ltd. dinyatakan mempunyai hak tunggal untuk memakai merek dagang dan nama perniagaan Nike di Indonesia. Sekaligus tuan Lucas Sasmito diperintahkan mencoret merek Nike dari Daftar Umum Direktorat Paten dan Hak Cipta dengan nomor 141.589, yang sudah terdaftar di situ sejak tahun 1980. Sebelumnya MA selalu memenangkan pengusaha Indonesia dalam sengketa merek dengan pihak asing. Demikian juga pada 24 Juli 1985 PT. Panarub, milik Lucas Sasmito, masih dimenangkan terhadap Nike International Ltd. Dengan Peninjauan Kembali tersebut MA mengubah sikapnya. Konon, PT Panarub mulai memproduksi sepatu olah raga Nike sejak tahun 1976, ketika merek Amerika belum dikenal di Indonesia. Pada tahun 1980 ia menjadi pemilik merek dagang itu di Indonesia. Sepatu Nike lokal dijual

dengan kira-kira separo harga sepatu Nike Amerika. Karena merasa disaingi secara curang, Nike International Ltd. pada tahun 1983 menggugat PT Panarub di pengadilan. Pada tingkat pertama pihaknya dimenangkan. Tetapi ketika perkara berlanjut ke tingkat kasasi, pada tahun 1985, pihak Nike International Ltd. justru dikalahkan. Sebab, ketika gugatan itu diajukan ke pengadilan pada tahun 1983, PT Panarub telah resmi menjadi pemegang merek itu, sejak haknya diumumkan dalam Tambahan Berita Negara 1980. Sementara itu dalam Undang-Undang Merek disebutkan bahwa segala keberatan terhadap merek bisa diajukan dalam waktu 9 bulan setelah diumumkan. Alasan itulah pada tahun 1986 diralat oleh MA. Sebab, Tambahan Lembaran Negara 1980 itu - agar diketahui umum - menurut majelis baru diterbitkan pada tahun 1985. Keterlambatan penerbitan itu, menurut majelis, tidak boleh menyebabkan pihak yang beritikad baik dirugikan. Sebaliknya, pihak PT Panarub dianggap hakim telah beritikad buruk. Sebab, ternyata pada tahun 1982 PT Panarub pernah mengajak Nike International Ltd. bekerja sama. Ketika itu mereka sudah tahu siapa pemilik merek yang asli.

(Sumber: *Tempo*, 21 Februari 1987)

Kasus 7: Mengincar pesangon

Ir. Abraham Maruli Situmorang, 39 tahun usianya, sudah 12 tahun lamanya bekerja sebagai kepala bagian teknis di sebuah pabrik sepatu di Jawa Barat. Saudaranya merencanakan membuka pabrik sejenis di Medan dan mengajak Pak Abraham pindah kerja. Ia ditawari menjadi direktur bagian teknis di pabrik baru itu. Pabrik akan beroperasi sesudah satu setengah tahun lagi. Kalau sempat, ia bisa ikut juga dalam persiapan pabrik baru. Sesudah menerima tawaran ini, Pak Abraham dengan sengaja mengurangi disiplin kerja sampai suatu tingkatan yang cukup mengkhawatirkan pimpinannya. Ia sering datang terlambat dan pulang sebelum waktunya. Kadang-kadang ia sama sekali tidak masuk kerja tanpa memberitahukan lebih dahulu. Ia juga tidak menyelesaikan tugas-tugasnya pada saat yang diharapkan. Dengan kelakuan

indisipliner ini Ir. Abraham berharap akan dipecat, supaya ia dapat menerima pesangon cukup besar. Kecuali keluarganya, tidak ada yang tahu tentang rencananya untuk pindah kerja.

1. *Sudut pandang ekonomis*

Bisnis adalah kegiatan ekonomis. Yang terjadi dalam kegiatan ini adalah tukar-menukar, jual-beli, memproduksi-memasarkan, bekerja-mempekerjakan, dan interaksi manusiawi lainnya, dengan maksud memperoleh untung. Mungkin bisnis dapat dilukiskan sebagai kegiatan ekonomis yang kurang lebih terstruktur atau terorganisasi untuk menghasilkan untung. Dalam bisnis modern untung itu diekspresikan dalam bentuk uang, tetapi hal itu tidak hakiki untuk bisnis. Yang penting ialah kegiatan antar-manusia ini bertujuan mencari untung dan karena itu menjadi kegiatan ekonomis. Tetapi perlu segera ditambahkan, pencarian keuntungan dalam bisnis tidak bersifat sepihak, tetapi diadakan dalam interaksi. Bisnis berlangsung sebagai komunikasi sosial yang menguntungkan untuk kedua belah pihak yang melibatkan diri. Bisnis bukanlah karya aural. Karena itu bisa timbul salah paham, jika kita mengatakan, bisnis merupakan suatu aktivitas sosial. Kata "sosial" di sini tidak dimaksudkan dalam arti "suka membantu orang lain", sebagaimana sering dimengerti dalam bahasa Indonesia, khususnya dalam konteks populer. Bisnis justru tidak mempunyai sifat membantu orang dengan sepihak, tanpa mengharapkan sesuatu kembali. Bila seorang teman minta kerelaan saya untuk menukar uang kertas besar dengan uang kecil atau uang dollar Amerika dengan uang rupiah Indonesia, kami berdua tidak terlibat dalam perbuatan bisnis, walaupun dipandang sepihak lalu kami mengadakan "transaksi" yang mempergunakan uang. Saya hanya menukar uang itu untuk membantu teman. Dari situ teman saya memang mendapat manfaat (ia membutuhkan uang kecil); saya tidak berkepentingan sedikitpun. Selain itu, kami berdua tidak terlibat dalam suatu kegiatan yang terorganisasi atau terstruktur. Akan tetapi, jika saya membuka perusahaan "Money Changer" untuk pelayanan umum, saya terjun dalam bisnis. Walaupun saya memang "melayani" banyak orang dengan menawarkan jasa yang berguna untuk masyarakat, saya melakukannya *to make money*, untuk mencari uang.

Atau contoh dari konteks lain. Bila saya membantu kenalan dengan memperbaiki alat rumah tangga atau mobilnya yang rusak, kami berdua tidak menjalin suatu relasi ekonomis. Saya hanya berbuat baik kepada dia dan tidak memungut biaya. Mungkin pada kesempatan lain kenalan itu membantu saya juga, tetapi itu pun bukan alasan utama untuk kesediaan saya. Karena kebetulan saya bisa, saya hanya mau membantu menghilangkan ketidakberesan yang dialami seorang kawan dengan alat rumah tangga atau mobilnya. Tetapi bila saya bekerja sebagai karyawan di bengkel, saya tidak saja membantu pemiliknya (walaupun dia barangkali masih familil atau kenalan). Saya menjalin hubungan ekonomis dengan pemilik itu, karena saya bekerja di situ untuk memperoleh gaji. Di samping itu mungkin ada motivasi lain lagi untuk bekerja justru di tempat itu dan bukan di tempat lain. Tetapi bagaimanapun juga, saya bekerja untuk mencari nafkah. Dan makin besar gaji saya, makin luas kesempatan untuk bisa hidup dengan baik dan nyaman. Karena itu, seandainya di tempat lain ditawarkan gaji lebih memuaskan, kemungkinan besar saya akan pindah kerja. Di sisi lain, bengkel atau perusahaan apa saja yang mempekerjakan karyawan tidak semata-mata menerima dia untuk berbuat baik kepadanya, tetapi untuk mencapai tujuan perusahaan yang - di samping tujuan-tujuan lain barangkali - pasti meliputi faktor memperoleh untung. Bisnis selalu bertujuan mendapat keuntungan dan perusahaan dapat disebut organisasi yang didirikan dengan tujuan - sekali lagi, di antara tujuan-tujuan lain - meraih keuntungan.

Teori ekonomi menjelaskan bagaimana dalam sistem ekonomi pasar bebas para pengusaha dengan memanfaatkan sumber daya yang langka (tenaga kerja, bahan mentah, informasi/pengetahuan, modal) menghasilkan barang dan jasa yang berguna untuk masyarakat. Para produsen akan berusaha untuk meningkatkan penjualan demikian rupa, sehingga hasil bersih akan mengimbangi atau malah melebihi biaya produksi. Keseimbangan itu penting supaya perusahaan tidak merugi. Tetapi keseimbangan saja tidak cukup. Para pemilik perusahaan mengharapkan laba yang bisa dipakai untuk ekspansi perusahaan atau tujuan lain. Jika kompetisi pada pasar bebas berfungsi dengan semestinya, akan menyusul efisiensi ekonomis, artinya hasil maksimal akan dicapai dengan pengeluaran minimal. Hal itu akan tampak dalam harga produk atau jasa yang paling menarik untuk publik. Efisiensi merupakan kata

kunci dalam ekonomi modern. Untuk mencapai tujuan itu para ekonom telah mengembangkan pelbagai teknik atau kiat.

Dipandang dari sudut ekonomis, *good business* atau bisnis yang baik adalah bisnis yang membawa banyak untung. Orang bisnis selalu akan berusaha membuat bisnis yang baik (dalam arti itu). Dapat dimengerti bila manajer kepala dalam kasus 1 (Industri kimia) ingin mempertahankan produktivitas perusahaan selama itu. Perusahaan ini harus bersaing dengan perusahaan kimia lainnya. Jika produktivitas menurun, biaya produksi akan bertambah, sehingga harga produknya perlu dinaikkan. Tetapi dengan demikian harga produknya bisa menjadi terlalu tinggi, dibanding dengan harga yang ditetapkan oleh pesaing. Akibat tingkat produksi cenderung menurun, Perusahaan bisa memasuki daerah "angka merah", fenomena yang sangat ditakuti setiap manajer. Nasib manajer itu sendiri berkaitan erat dengan kemungkinan ini. Karena itu, masuk akal saja, bila manajer kepala, Kevin Lombard, menuntut agar unit produksi yang dipimpin Marc Jones secara minimal akan mempertahankan tingkat produktivitas yang sama seperti di bawah pimpinan pendahulunya.

Bisa dimengerti pula bila kepala bagian pemasaran dalam kasus 2 (Pemasok komputer) ingin menjual sebanyak mungkin unit komputer. Hal itu akan membawa keuntungan maksimal bagi perusahaannya dan justru itulah alasannya ia dipekerjakan di situ. Mungkin secara pribadi ia berkepentingan juga, karena mendapat untung ekstra bila penjualan lancar, entah dalam bentuk bonus pada akhir tahun atau dalam bentuk lain.

Demikian juga perusahaan dalam kasus 3 (Perusahaan asbes) dan kasus 4 (Kerahasian bank) mencoba untuk meningkatkan keuntungan. Bagi mereka, tujuan itu lebih mudah tercapai dengan mengarahkan perhatiannya ke luar negeri. Ini merupakan hal lumrah dalam zaman globalisasi perdagangan sekarang. Dengan memindahkan pabriknya ke Afrika, "Kansas Asbestos Company" berhasil menekan biaya produksi menjadi lebih kecil daripada di negerinya sendiri dan karena itu tingkat keuntungan bisa dipertahankan atau malah bertambah besar. Pertimbangan ekonomis adalah satu-satunya alasan untuk memindahkan pabriknya. Begitu pula bank di negara kecil bisa memperluas asetnya dengan menawarkan jasa yang menarik bagi nasabah di luar negeri. Justru karena negaranya kecil, bank-bank Swiss atau Luxemburg tidak bisa

mengharapkan banyak dana dari pasar modal dalam negeri. Supaya bisa tumbuh besar, mereka menawarkan jasa dengan syarat atraktif untuk pemilik modal luar negeri. Di sini juga pertimbangannya semata-mata bersifat ekonomis: mengadakan bisnis yang baik.

2. Sudut pandang moral

Dengan tetap mengakui peranan sentral dari sudut pandang ekonomis dalam bisnis, perlu segera ditambahkan adanya sudut pandang lain lagi yang tidak boleh diabaikan, yaitu sudut pandang moral. Hal itu bisa menjadi jelas dengan melanjutkan refleksi atas kasus-kasus tadi. Dalam kasus 1 (Industri kimia) memang sangat hakiki agar perusahaan kimia berhasil mempertahankan produktivitasnya. Namun demikian, dapat ditanyakan lagi apakah produktivitas boleh dipertahankan dengan segala cara. Perusahaan kimia itu memproduksi bahan yang berbahaya. Dalam sejarah industri modern sudah terlalu banyak terjadi kecelakaan yang sebenarnya bisa dihindarkan. Para manajer pabrik memikul tanggung jawab besar, bila terjadi kecelakaan yang menewaskan para pekerja, merugikan kesehatan pekerja dan masyarakat di sekitar pabrik, atau merusak lingkungan. Mengejar keuntungan merupakan hal yang wajar, asalkan tidak tercapai dengan merugikan pihak lain. Jadi, ada batasnya juga dalam mewujudkan tujuan perusahaan. Di samping aspek ekonomi dari bisnis, di sini tampak aspek lain: aspek moral. Selalu ada kendala etis bagi perilaku kita, termasuk juga perilaku ekonomis. Tidak semuanya yang bisa kita lakukan untuk mengejar tujuan kita (di bidang bisnis: mencari keuntungan) boleh kita lakukan juga. Kita harus menghormati kepentingan dan hak orang lain. Pantas diperhatikan lagi bahwa dengan itu kita sendiri tidak dirugikan. Sebaliknya, menghormati kepentingan dan hak orang lain harus dilakukan juga demi kepentingan bisnis itu sendiri. Bila pada suatu hari terjadi kecelakaan besar dalam industri kimia, perusahaan bersangkutan itu sendiri bisa mengalami kerugian besar. Bukan saja kerugian pada gedung dan peralatan, tetapi juga kerugian karena uang yang harus dikeluarkan untuk membayar ganti rugi kepada korban dan pihak yang dirugikan. Dan yang di dalamnya bukan saja kerugian materil, tetapi nama baiknya jatuh juga karena ternyata lalai dalam memperhatikan keselamatan para pekerja dan kebersihan lingkungan. Akibat kecelakaan bisa begitu besar, sehingga perusahaan itu tidak bertahan hidup lagi. Perilaku etis di sini penting

juga demi kelangsungan hidup bisnis itu sendiri dan demi ketahanan posisi finansialnya. Bisnis yang etis tidak membawa kerugian bagi bisnis itu sendiri, terutama kalau dilihat dalam perspektif jangka panjang.

Dalam kasus 2 (Pemasok komputer) kepala bagian penjualan tentu tergiur oleh order yang sangat menguntungkan. Sampai ia membuat janji yang barang-kali tidak dapat ditepatinya. Di sini langsung muncul aspek etisnya: janji harus ditepati. Kalau - demi keuntungan besar - kepala bagian penjualan membuat janji yang mungkin tidak bisa ditepati, ia menipu mitra bisnisnya. Lebih baik ia berterus terang dalam menjelaskan kesulitan yang dihadapinya dalam memenuhi order besar itu. Jika nanti ia tidak bisa memenuhi janjinya, ia merugikan si pemesan, karena PT W.V.K. akan mengalami kesulitan besar, bila penggantian komputer tidak bisa diselesaikan menurut jadwal waktu yang direncanakan. Membaca data-data kasus, kita mendapat kesan bahwa tentang masalah ini tidak dibuat perjanjian resmi, hitam atas putih. Rupanya janji kepala bagian penjualan itu hanya lisan. Dalam dunia bisnis sering kali terjadi begitu. Karena itu kepercayaan (*trust*) merupakan suatu nilai sangat hakiki dalam kalangan bisnis. Kita bisa mengatur suatu transaksi dalam kontrak resmi sampai dengan detail-detail terkecil sekalipun, namun yang terpenting ialah kita selalu bersedia memenuhi keinginan dan maksud mitra yang sudah kita ketahui. Kontrak yang paling bagus pun pada saat tertentu harus diinterpretasikan. Karena itu tidak boleh tidak kepercayaan tetap diperlukan sebagai suatu unsur hakiki dalam hubungan pebisnis dengan mitranya. Dalam konteks ini perlu ditegaskan lagi, perusahaan pemasok komputer itu sendiri dalam hal ini sangat berkepentingan. Jika nanti kepala bagian penjualan tidak bisa memenuhi janjinya, ia tidak saja merugikan si pemesan, ia merugikan juga perusahaannya sendiri. Nama baik merupakan aset yang sangat berharga bagi suatu perusahaan. Citranya akan tercoreng sekali bila diketahui bahwa janjinya tidak bisa diandalkan. Dipandang dalam perspektif lebih luas, di sini berlaku juga bahwa bisnis yang etis adalah bisnis yang paling menguntungkan.

Dalam kasus 3 (Perusahaan asbes) juga tidak begitu sulit untuk menemukan suatu aspek etis. Perusahaan Amerika "Kansas Asbestos Company" memang mendapat untung dengan memindahkan pabriknya ke negara Afrika Barat. Mungkin pemerintah negara itu

malah mendukung, karena mereka sangat membutuhkan perluasan kesempatan kerja. Mungkin mereka tahu juga tentang bahaya bahan asbes bagi kesehatan para pekerja. Akan tetapi, pada kenyataannya keperluan yang mendesak selalu dirasakan dengan lebih tajam daripada bahaya yang masih jauh. Walaupun tidak bertentangan dengan kemauan negara penerima, apakah masih bisa dinilai etis bila "Kansas Asbestos Company" merusak kesehatan para pekerja Afrika dengan cara yang tidak diperbolehkan di negerinya sendiri? Yang bisa dilakukan untuk meningkatkan keuntungan, apakah dari sudut moral boleh dilakukan juga?

Hal yang sama dapat dikatakan pula tentang kasus 4 (Kerahasiaan bank). Dengan membuat peraturan ketat tentang kerahasiaan, bank-bank di negara-negara kecil bisa menarik banyak dana dari luar negeri. Mereka tidak menghiraukan asal-usul atau halal tidaknya dana itu. Akibatnya, banyak uang yang berasal dari sumber kriminal mencari tempat yang aman di bank-bank tersebut, seperti uang hasil korupsi pejabat atau perdagangan obat terlarang. Apakah cara perbankan ini masih bisa disebut etis? Tentu saja, mereka secara langsung tidak melakukan hal-hal yang kurang bermoral, seperti mencuri, merampok, menipu, dan sebagainya. Tetapi secara tidak langsung mereka melindungi kejahatan. Uang dari sumber kriminal yang tidak aman di negerinya sendiri, mendapat tempat yang aman di bank-bank ini. Dengan demikian mereka melibatkan diri dalam kegiatan kurang etis. Menurut penilaian moral yang umum, bukan saja mencuri adalah perbuatan kurang etis, menadah pun adalah perilaku yang tidak bermoral. Guna memperoleh keuntungan, bank-bank ini menutup mata terhadap asal-usul uang yang mereka terima sebagai deposito. Itu berarti, demi keuntungan mereka bersedia melibatkan diri dalam tindakan kejahatan. Cara perbankan ini tidak dapat disebut etis, lebih-lebih karena di negara-negara lain tidak dimungkinkan. Negara-negara asal dana itu dalam hal ini dirugikan.

Bisnis yang baik (*good business*) bukan saja bisnis yang menguntungkan. Bisnis yang baik adalah juga bisnis yang baik *secara moral*. Malah harus ditegaskan, arti moralnya merupakan salah satu arti terpenting bagi kata "baik". Perilaku yang baik - juga dalam konteks bisnis - merupakan perilaku yang sesuai dengan norma-norma moral, sedangkan perilaku yang buruk bertentangan dengan atau menyimpang dari norma-norma moral. Suatu perbuatan dapat

dinilai baik menurut arti terdalam justru kalau memenuhi standar etis itu.

3. Sudut pandang hukum

Tidak bisa diragukan, bisnis terikat juga oleh hukum. "Hukum dagang" atau "hukum bisnis" merupakan cabang penting dari ilmu hukum modern. Dan dalam praktek hukum banyak masalah timbul dalam hubungan dengan bisnis, pada taraf nasional maupun internasional. Seperti etika pula, hukum merupakan sudut pandang normatif, karena menetapkan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan. Dari segi norma, hukum bahkan lebih jelas dan pasti daripada etika, karena peraturan hukum dituliskan hitam atas putih dan ada sanksi tertentu, bila terjadi pelanggaran.

Terdapat kaitan erat antara hukum dan etika. Dalam kekaisaran Roma sudah dikenal pepatah: *Quid leges sine moribus?*, "apa artinya undang-undang, kalau tidak disertai moralitas?" Etika selalu harus menjiwai hukum. Baik dalam proses terbentuknya undang-undang maupun dalam pelaksanaan peraturan hukum, etika atau moralitas memegang peranan penting. Di sini bukan tempatnya untuk membahas hubungan antara hukum dan moralitas itu dengan lengkap. Sudah cukup bila digarisbawahi bahwa dalam bidang bisnis, seperti dalam banyak bidang lain pula, hukum dan etika kerap kali tidak bisa dilepaskan satu sama lain. Memang benar, ada hal-hal yang diatur oleh hukum yang tidak mempunyai hubungan langsung dengan etika. Sama saja, jika lalu lintas berjalan di sebelah kiri atau kanan dari badan jalan. Di sini peraturan hukum harus ditentukan supaya keadaan tidak menjadi kacau, tetapi cara diaturnya tidak berkaitan dengan etika. Dari segi moral, cara yang satu tidak lebih baik dari yang lain. Tetapi tentang banyak hal lain, hukum meneguhkan keyakinan moral dalam masyarakat. Pembunuhan, perampokan, penipuan, dan sebagainya adalah tidak etis dan serentak juga dilarang menurut hukum. Di sini peraturan hukum merupakan pengendapan atau kristalisasi dari keyakinan moral dan serentak juga mengukuhkan keyakinan moral itu.

Walaupun terdapat hubungan erat antara norma hukum dan norma etika, namun dua macam norma itu tidak sama. Di samping sudut pandang hukum, kita tetap membutuhkan sudut pandang moral. Untuk itu dapat dikemukakan beberapa alasan. Pertama,

banyak hal bersifat tidak etis, sedangkan menurut hukum tidak dilarang. Tidak semuanya yang bersifat imoral adalah ilegal juga. Menipu teman waktu main kartu atau menyontek waktu mengerjakan ujian sekolah merupakan perbuatan tidak etis, tetapi dengan itu orang tidak melanggar hukum. Kelompok pemain kartu sendiri harus mengatur apa yang boleh atau tidak boleh dan sekolah itu sendiri harus membuat peraturan yang memungkinkan mereka menangani masalah ketidakjujuran peserta ujian secara intern. Hukum tidak perlu dan bahkan tidak bisa mengatur segala sesuatu demikian rupa sehingga tidak akan terjadi perilaku yang kurang etis. Malah ada perilaku yang dari segi moral sangat penting, tetapi tidak diatur menurut hukum. Misalnya, di kebanyakan negara modern, perselingkuhan dalam perkawinan tidak dilarang berdasarkan hukum dan orang yang berzinah tidak bisa diadili. Tetapi tentang kualitas etis perilaku itu tidak ada keraguan. Dalam bidang bisnis pula, hukum tidak akan berusaha mengatur segala hal sampai detail-detail terkecil. Berbohong waktu melamar kerja atau pencurian kecil-kecilan di tempat kerja adalah perbuatan yang tidak etis, tetapi tidak ditangani oleh hukum. Biasanya hukum dan - instansi kehakiman baru campur tangan, bila kepentingan atau hak orang serta instansi harus dilindungi.

Dalam kasus 1 (Perusahaan kimia) harus kita membedakan aspek moral dari aspek hukum. Memang dikatakan, pendahulu Jones "tidak teliti dalam menerapkan aturan-aturan keamanan". Tidak begitu jelas apakah dengan itu dimaksudkan aturan hukum atau aturan intern perusahaan. Kalaupun dimaksudkan peraturan hukum yang resmi, perilakunya tidak menjadi jelek hanya karena melanggar peraturan hukum. Terlepas dari konteks hukum, manajer tidak boleh mengambil keputusan yang membahayakan karyawan atau lingkungan hidup. Melakukan hal seperti itu harus dianggap tidak etis. Tetapi sebaiknya hal ini diatur menurut hukum juga. Kepentingan umum minta agar dalam industri penuh risiko seperti industri kimia menjadi jelas standar yang berlaku dan pelaksanaannya dikontrol dengan ketat. Dalam kasus 3 (Pabrik asbes) perusahaan "Kansas Asbestos Company" tidak melanggar hukum dengan memindahkan semua pabriknya ke Afrika Barat, sebab hukum Amerika tidak berlaku di situ. Tetapi dari segi moral, kualitas etis keputusan mereka sangat diragukan, jika mereka membiarkan terjadinya risiko bagi kesehatan pekerja Afrika, yang menurut hukum dilarang di Amerika. Dalam kasus 4 (Kerahasiaan bank) rahasia bank yang ketat di negara-negara

kecil justru diatur menurut hukum, tetapi masalahnya ialah apakah peraturan hukum itu sendiri etis, karena bisa memberi perlindungan kepada dana yang berasal dari kegiatan kriminal. Dengan demikian negara-negara lain terhambat dalam usaha memerangi kriminalitas. Sejauh kerja sama internasional menjadi semakin erat, mau tidak mau efek-efek negatif dari undang-undang khusus itu harus dihilangkan. Misalnya, Luxemburg sebagai anggota Uni Eropa terpaksa harus menyesuaikan diri dengan anggota U.E. lainnya.

Alasan kedua untuk perlunya sudut pandang moral di samping sudut pandang hukum adalah bahwa proses terbentuknya undang-undang atau peraturan-peraturan hukum lainnya memakan waktu lama, sehingga masalah-masalah baru tidak segera bisa diatur secara hukum. Salah satu contoh jelas adalah hukum lingkungan hidup. Sebelum diberlakukan undang-undang lingkungan hidup, industri sudah sering mengakibatkan polusi udara, air, atau tanah, yang sangat merugikan masyarakat. Bila pabrik kertas - umpamanya - membuang limbah industri dengan seenaknya ke dalam sungai, sehingga mengakibatkan kerugian bagi pertanian setempat yang menggunakan air sungai untuk keperluan irigasi sawah dan bagi masyarakat di sekitarnya yang menggunakannya untuk keperluan rumah tangga, maka perilaku itu tidak bersifat etis, walaupun belum dilarang menurut hukum. Tetapi hal seperti itu telah berlangsung di hampir semua negara, karena ketentuan hukum mengenai lingkungan hidup baru mulai dikembangkan sekitar tahun 1970-an. Hal yang sama berlaku bagi banyak teknologi baru yang ada implikasi etis: diaturnya secara hukum membutuhkan waktu lama, sementara itu hukum belum sejalan dengan tuntutan etika. Secara khusus di negara-negara berkembang yang mulai mengembangkan industrinya, dalam banyak hal peraturan hukum masih terbelakang sekali, dibandingkan dengan negara industri maju. Kasus 3 (Pabrik asbes) dalam konteks ini pun dapat disebut sebagai contoh.

Ketertinggalan hukum, dibandingkan dengan etika, malah tidak terbatas pada masalah-masalah baru (misalnya, disebabkan perkembangan teknologi), masalah-masalah yang jelas-jelas tidak etis bisa juga belum diatur secara hukum. Masalah diskriminasi di Amerika Serikat baru diatur secara hukum dalam *Civil Rights Act* (1964). Sebelumnya diskriminasi di tempat kerja (atau di bidang lain) tentu tidak etis, tetapi dari segi hukum belum diatur. Dalam konteks negara-negara Asia Selatan suatu contoh terkenal adalah

masalah hak milik intelektual. Amerika Serikat dan negara-negara industri lain menuduh negara-negara seperti Cina karena mereka melanggar hak milik intelektual dengan membajak buku, kaset rekaman, CD (*Compact Disk*), perangkat lunak, merek dagang, dan sebagainya. Misalnya, barang dengan merek bergensi dan mahal (seperti Lanvin, Pierre Cardin, atau Saint Yves Laurent dari Paris) ditiru dan dijual dengan harga murah. Negara-negara industri menuntut agar negara-negara Asia ini membuat undang-undang yang melindungi hak milik intelektual dan melaksanakannya dengan ketat. Apalagi, sebagai konsekuensi dari Persetujuan Umum tentang Tarif dan Perdagangan (GATT) dan Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) negara-negara itu harus membuat undang-undang tentang hak milik intelektual atau memperbaiki undang-undang yang sudah ada (UU Hak Cipta, UU Paten, UU Merek, dan sebagainya). Pada tahun 1985 di Indonesia terjadi sebuah kasus yang menggemparkan dengan berita dalam media massa internasional tentang dibajaknya kaset rekaman yang memuat lagu-lagu artis kondang dan dibuat untuk tujuan amal (Kasus 5: "Live Aid"). Waktu itu perbuatan tersebut menurut hukum yang berlaku di Indonesia masih dimungkinkan, tetapi dari segi etika tentu tidak bisa dibenarkan. Karena dua alasan: pertama, dengan pembajakan kaset ini dilanggar hak milik orang lain; kedua, pembajakan menjadi lebih jelek lagi karena kaset itu berkaitan dengan maksud amal. Dapat dimengerti, bila reaksi di luar negeri terhadap pembajak Indonesia itu sangat tajam dan emosional.

Suatu kasus lain yang pantas dipelajari dalam konteks ini menyangkut pembajakan merek sepatu olah raga Nike (Kasus 6: Merek dagang Nike). Mahkamah Agung Republik Indonesia pada tanggal 16 Desember 1986 dengan sebuah Peninjauan Kembali mengalahkan perusahaan Indonesia dan memenangkan perusahaan Amerika Nike Internasional Ltd. Alasan hukum yang eksplisit, diambil dari hukum yang berlaku pada waktu itu. Tetapi rupanya secara implisit alasan lebih penting adalah berpegang pada keyakinan etika perdagangan internasional pada waktu itu, dengan mempertimbangkan efek negatif dalam perdagangan internasional bagi Indonesia sendiri, bila masalah ini tidak diselesaikan dengan memuaskan. Sekitar tahun 1980-an peraturan hukum tentang merek dagang masih lemah. Sebagian karena desakan internasional, Indonesia (sebagaimana negara-negara Asia Selatan lainnya) membuat UU Merek no. 19 tahun 1992 baru yang diberlakukan sejak 1 April

1993 dan mengatur masalah merek dagang ini dengan lebih memuaskan.

Alasan ketiga ialah bahwa hukum itu sendiri sering kali bisa disalahgunakan. Perumusan hukum tidak pernah sempurna, sehingga orang yang beritikad buruk bisa memanfaatkan celah-celah dalam hukum (*the loopholes of the law*). Peraturan hukum yang dirumuskan dengan cara teliti sekalipun, barangkali masih memungkinkan praktek-praktek kurang etis yang tidak bertentangan dengan huruf hukum. Suatu contoh cukup jelas adalah kasus 7 (Mengincar pesangon). Ir. A.M. Situmorang mendapat pesangon bila ia diberhentikan, sedangkan tidak dapat bila ia sendiri minta berhenti. Karena itu setelah mengambil keputusan untuk pindah kerja, dengan kelakuan yang sengaja indiscipliner ia berusaha memaksakan pemberhentiannya. Cara seperti itu dengan jelas tidak etis, karena merugikan perusahaannya yang pertama dan melanggar kewajiban loyalitas terhadap perusahaan itu. Tetapi secara hukum tipu muslihatnya dimungkinkan dan bisa berhasil.

Alasan keempat cukup dekat dengan itu. Bisa terjadi, hukum memang dirumuskan dengan baik, tetapi karena salah satu alasan sulit untuk dilaksanakan, misalnya, karena sulit dijalankan kontrol yang efektif. Tidak bisa diharapkan, peraturan hukum yang tidak ditegakkan akan ditaati juga. Hal itu bisa terjadi di bidang lingkungan hidup, umpamanya, sebagaimana akan dijelaskan lagi dalam Bab 10.

Alasan kelima untuk perlunya sudut pandang moral di samping sudut pandang hukum adalah bahwa hukum kerap kali mempergunakan pengertian yang dalam konteks hukum itu sendiri tidak didefinisikan dengan jelas dan sebenarnya diambil dari konteks moral. Salah satu contoh adalah pengertian "bonafide". Bukannya hukum, melainkan praktek dan refleksi morallah yang menentukan isi pengertian ini. Bisa terjadi juga, pengadilan memutuskan suatu perkara atas dasar pertimbangan moral, karena menurut segi hukum masalahnya tidak dapat diselesaikan, akibat tiadanya peraturan hukum atau peraturan yang berlaku tidak jelas. Di sini putusan MA dalam kasus 6 (Merek dagang Nike) barangkali bisa dikemukakan sebagai contoh, walaupun hal itu tidak tampak secara eksplisit. Bahkan ada kasus di mana pertimbangan hukum dikalahkan oleh pertimbangan moral. Sebuah contoh menarik adalah putusan pengadilan New York pada tahun 1889 tentang orang muda yang

membunuh kakeknya. Walaupun cucu itu disebut sebagai ahli waris dalam surat wasiat kakeknya, pengadilan membatalkan haknya dengan pertimbangan - yang bersifat moral - bahwa orang tidak pantas mendapat keuntungan dari kejahatannya.

Untuk bisnis, sudut pandang hukum tentu penting. Bisnis harus menaati hukum dan peraturan yang berlaku. "Bisnis yang baik" antara lain berarti juga bisnis yang patuh pada hukum. Tetapi sudut pandang hukum itu tidak cukup.

Perlu diakui lagi adanya sudut pandang lain, yaitu sudut pandang moral. Tidak semua hal yang pantas dilakukan atau tidak pantas dilakukan perlu diatur atau malah bisa diatur menurut hukum. Di samping hukum, kita membutuhkan etika juga. Kita membutuhkan norma moral yang menetapkan apa yang etis atau tidak etis untuk dilakukan. Bahkan harus digarisbawahi, pada taraf normatif etika mendahului hukum. Misalnya, kewajiban itu sendiri untuk mematuhi hukum berasal dari sudut pandang moral.

Kadang-kadang didengar pendapat bahwa bisnis sudah berlaku etis, bila mematuhi peraturan hukum. Bisnis berlaku etis - mereka tegaskan - jika dan selama tidak melanggar hukum. Jika perilaku bisnis itu legal, maka dari sudut moral juga semuanya beres (*"If it's legal, it's morally okay"*). Karena alasan-alasan yang dijelaskan sebelumnya, pendapat itu tidak betul atau - lebih tepat - tidak lengkap. Tentu saja, sangat diharapkan bisnis akan mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku. Kepatuhan pada hukum merupakan suatu mini-mum, tetapi minimum itu belum cukup. Sikap bisnis belum terjamin bersifat etis, bila orang membatasi diri pada hukum saja. Sebagaimana ditandaskan Boatright, daripada menggunakan motto *"If it's legal, it's morally okay"*, lebih baik kita berpegang pada prinsip *"If it's morally wrong, it's probably also illegal"*. Jika secara moral suatu perilaku ternyata salah, kemungkinan besar (walaupun tidak pasti) perilaku itu melanggar hukum juga.

3.2. Blok ukur untuk tiga sudut pandang ini

Bagaimana kita tahu bahwa bisnis itu baik menurut tiga sudut pandang tadi? Apa yang menjadi tolok ukurnya? Untuk sudut pandang ekonomis, pertanyaan ini tidak sulit untuk dijawab. Secara ekonomis, bisnis adalah baik, kalau menghasilkan laba. Hal itu akan tampak dalam laporan akhir tahun, yang harus disusun menurut metode kontrol finansial dan akuntansi yang sudah baku.

Untuk sudut pandang hukum pun, tolok ukurnya cukup jelas. Bisnis adalah baik, jika diperbolehkan oleh sistem hukum. Penyelundupan, misalnya, adalah cara berdagang yang tidak baik, karena dilarang oleh hukum. Contoh ini cukup menarik, karena tergantung pada cara diaturnya sistem ekonomi. Dalam sistem ekonomi pasar bebas yang konsekuen, malah tidak mungkin terjadi penyelundupan. Jika kadang kala kita ragu-ragu tentang boleh tidaknya suatu tindakan bisnis menurut segi hukum, kita bisa mengajukan masalah ini ke pengadilan dan minta keputusan hakim.

Lebih sulit untuk menentukan baik tidaknya bisnis dari sudut pandang moral. Apa yang menjadi tolok ukur untuk menentukan baik buruknya suatu perbuatan atau tingkah laku? Setidak-tidaknya dapat disebut tiga macam tolok ukur: hati nurani, Kaidah Emas, penilaian masyarakat umum. Mari kita memandang tiga prosedur untuk memastikan kualitas etis suatu perbuatan ini dengan lebih rinci.

a. Hati nurani

Suatu perbuatan adalah baik, jika dilakukan sesuai dengan hati nurani, dan suatu perbuatan lain adalah buruk, jika dilakukan bertentangan dengan suara hati nurani. Dalam bertindak bertentangan dengan hati nurani, kita menghancurkan integritas pribadi, karena kita menyimpang dari keyakinan kita yang terdalam. Hati nurani mengikat kita dalam arti, kita *harus* melakukan apa yang diperintahkan hati nurani dan *tidak boleh* melakukan apa yang berlawanan dengan suara hati nurani. Hati nurani kita miliki sebagai manusia. Karena itu setiap orang mempunyai hati nurani, termasuk juga orang yang tidak beragama. Tetapi bagi orang beragama hati nurani mempunyai arti khusus. Kalau dia mengambil keputusan moral atas dasar hati nurani, keputusannya diambil "di hadapan Tuhan". Ia insaf dengan itu memenuhi kehendak Tuhan atau justru melanggar perintah Tuhan.

Dalam kasus 1 (Industri kimia) rupanya Marc Jones ingin bertindak menurut hati nuraninya. Apakah atasannya, Kevin Lombard, juga mengikuti tuntutan hati nuraninya? Apakah menurut hati nurani ia bisa membiarkan risiko besar bagi anak buahnya dan lingkungan hidup, demi meningkatkan produktivitas? Dan dalam kasus 2 (Pemasok komputer), apakah kepala bagian pemasaran bertindak sesuai dengan hati nurani, bila ia mendiamkan saja bahwa barangkali ia tidak dapat melaksanakan pesanan dalam batas waktu seperti diharapkan dan diandaikan? Apakah hati nuraninya mengizinkan membuat janji yang barangkali tidak bisa ditepati?

Sebagaimana ditunjukkan oleh kasus-kasus serupa ini, dalam dunia bisnis suara hati nurani mudah dinabobokan oleh keinginan memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Tergalur oleh keinginan ini, orang malah bisa berbohong tentang suara hati nuraninya. Ia bisa saja mengatakan bahwa hati nurani mengizinkan sesuatu, padahal hati nuraninya justru melarang. Kita tidak pernah bisa melihat ke dalam hati nurani seseorang. Dan orang beragama tidak jarang bersedia saja mengambil risiko akan disiksa dalam neraka di akhirat (atau bertaruh akan menerima pengampunan Tuhan pada akhir hidupnya), jika ia berhadapan dengan kesempatan memperoleh keuntungan besar, kendatipun dengan cara yang tidak halal.

Hati nurani memang merupakan norma moral yang penting, tetapi sifatnya subyektif, sehingga tidak terbuka untuk orang lain. Pertanyaan apakah hati nurani mengizinkan atau tidak, hanya bisa dijawab oleh orang bersangkutan. Apalagi, hati nurani hanya bisa dipakai sebagai pegangan, kalau terbentuk dengan baik. Tidak semuanya yang dikatakan hati nurani bisa diandalkan dari segi moral. Hati nurani yang berbicara dengan jujur pun bisa tersesat, karena terbentuk atau terdidik dengan kurang tepat. Bahkan bisa terjadi orang fanatik melakukan kejahatan, seperti misalnya pembunuhan, yang - katanya - dilakukannya atas dorongan hati nurani. Hati nurani yang tidak dididik dengan semestinya bisa menjadi terlalu longgar atau malah tumpul sama sekali.

Karena alasan-alasan ini hati nurani sebagai norma moral sering kali sulit dipakai dalam forum umum dan harus dilengkapi dengan norma-norma lain. Salah satu contoh konkret adalah pengakuan hak milik intelektual. Masalah etis ini sulit diselesaikan atas dasar hati nurani saja. Banyak orang yang tanpa ragu-ragu akan menghormati milik fisik seseorang (seperti dompetnya) tidak akan

merasa keberatan dalam hati nurani bila "mencuri" hak cipta pengarang, komponis, atau pembuat perangkat lunak, hak merek dagang, hak paten, dan sebagainya. Walaupun mereka mengakui hak milik fisik sebagai hal yang lumrah, mereka tidak begitu menghiraukan hak milik intelektual. Namun demikian, hak terakhir ini pun merupakan hasil jerih payah seseorang. Bandingkan kasus 5 ("Live Aid") dan 6 (Merek dagang Nike).

b. Kaidah Emas

Cara lebih obyektif untuk menilai baik buruknya perilaku moral adalah mengukurnya dengan Kaidah Emas yang berbunyi: "Hendaklah memperlakukan orang lain sebagaimana Anda sendiri ingin diperlakukan". Perilaku saya bisa dianggap secara moral baik, bila saya memperlakukan orang tertentu sebagaimana saya sendiri ingin diperlakukan. Mengapa begitu? Karena saya (dan setiap orang) tentu menginginkan agar saya diperlakukan dengan baik. Nah, saya harus memperlakukan orang lain dengan cara demikian pula. Kalau begitu, saya berperilaku dengan baik (dari sudut pandang moral).

Kaidah Emas dapat dirumuskan dengan cara positif maupun negatif. Tadi diberikan perumusan positif. Bila dirumuskan secara negatif, Kaidah Emas berbunyi: "Janganlah melakukan terhadap orang lain, apa yang Anda sendiri tidak ingin akan dilakukan terhadap diri Anda". Saya kurang konsisten dalam tingkah laku saya, bila saya melakukan sesuatu terhadap orang lain, yang saya tidak mau akan dilakukan terhadap saya sendiri. Kalau begitu, saya berperilaku dengan cara tidak baik (dari sudut pandang moral).

Seandainya Kevin Lombard dalam kasus 1 (Industri kimia) menjadi pekerja biasa di pabrik kimia itu, apakah ia akan setuju bila atasannya membiarkan risiko besar bagi keselamatannya? Dan kepala bagian penjualan dalam kasus 2 (Pemasok komputer) bisa tanyakan: seandainya saya membeli komputer seperti pemesan PT W.V.K. ini, apakah saya akan merasa senang, bila tidak diberitahukan bahwa pesanan barangkali tidak dapat dijalankan sebagaimana saya harapkan? Tentu tidak. Saya akan sangat repot, karena seluruh sistem komputer harus diganti dalam jangka waktu satu tahun. Saya tentu tidak akan menginginkan perusahaan saya mengalami kerugian karena alasan itu.

Pimpinan perusahaan asbes Amerika (kasus 3) tidak akan menginginkan ia sendiri diperlakukan sebagaimana ia memperlakukan pekerja-pekerja di negara Afrika Barat itu. Ia malah melakukan sesuatu yang menurut peraturan hukum Amerika tidak boleh dilakukan di negerinya sendiri. Mungkin pemerintah negara Afrika Barat itu setengah terpaksa menutup mata bagi risiko kesehatan kerja yang akan dialami para pekerja. Tetapi perusahaan Amerika tahu bahwa sikap itu tidak betul, terutama bila melihat jangka waktu lebih panjang.

Dalam kasus 4 pun dapat kita terapkan Kaidah Emas. Negara-negara kecil seperti Swiss dan Luxemburg begitu menekankan kerahasiaan bank dengan harapan dapat menarik banyak dana. Dalam hal ini mereka tidak peduli terhadap kemungkinan asal-usul kriminal dari dana tersebut. Seandainya ada negara lain yang memperlakukan mereka dengan cara itu, mereka pasti tidak setuju. Mereka tidak akan senang bila kriminalitas di negara mereka sendiri dilindungi oleh negara lain.

Lebih menarik lagi memanfaatkan Kaidah Emas dalam kasus 5 ("Live Aid") dan 6 (Merek dagang Nike). Kalau tentang dua kasus hak milik intelektual ini hati nurani umumnya tidak memberi kepastian, lebih sulit untuk menyangkal tuntutan dari Kaidah Emas. Seandainya saya sendiri pencipta kaset "Live Aid", apakah saya akan menerima saja bahwa orang lain membajak lagu ciptaan saya, atau seandainya saya pemilik merek dagang yang sukses, apakah saya tidak keberatan bahwa orang lain menggunakan merek saya? Jawaban atas pertanyaan-pertanyaan ini tidak bisa diragukan. Kalau diukur dengan Kaidah Emas, akan tampak dengan jelas bahwa perilaku orang dalam dua kasus ini tidak etis.

c. Penilaian umum

Cara ketiga dan barangkali paling ampuh untuk menentukan baik buruknya suatu perbuatan atau perilaku adalah menyerahkannya kepada masyarakat umum untuk dinilai. Cara ini bisa disebut juga "audit sosial". Sebagaimana melalui "audit" dalam arti biasa sehat tidaknya keadaan finansial suatu perusahaan dipastikan, demikian juga kualitas etis suatu perbuatan ditentukan oleh penilaian masyarakat umum. Di sini perlu digarisbawahi secara khusus

pentingnya kata "umum". Tidak cukup, bila suatu masyarakat terbatas menilai kualitas etis suatu perbuatan atau perilaku. Sebab, mungkin mereka mempunyai *vested interests*, sehingga cenderung membenarkan saja perilaku yang menguntungkan mereka, sambil menipu dirinya sendiri tentang kualitas etisnya. Barangkali masyarakat Swiss (kasus 4) tidak berkeberatan pemerintah mereka mempertahankan terus undang-undang kerahasiaan bank yang ketat, karena hal itu merupakan salah satu faktor penting untuk menjamin kemakmuran negara mereka, sekalipun dengan itu diambil risiko melindungi dana yang berasal dari kalangan kriminal. Barangkali masyarakat Amerika (kasus 3) juga tidak begitu peduli, kalau pabrik asbes dan industri berbahaya lainnya dipindahkan ke negara-negara berkembang di Afrika. Dengan itu mereka mungkin malah memberi kesan membantu negara yang ekonominya masih lemah. Dengan demikian kesehatan para pekerja Amerika tidak dibahayakan dan ekonomi Amerika dalam sektor itu tetap terjamin, karena mereka masih menguasai industri tersebut.

Sejauh masyarakat yang menilai masih terbatas, hasil penilaiannya mudah bersifat subyektif, karena dilihat melalui kacamata kelompok atau negara tertentu. Guna mencapai suatu tahap obyektif, perlulah penilaian moral dijalankan dalam suatu forum yang seluas mungkin. Karena itu "audit sosial" menuntut adanya keterbukaan. Tingkah laku yang kurang etis pada umumnya dilakukan dengan tersembunyi. Perbuatan serupa itu tidak pantas dilihat atau diketahui oleh umum dan karenanya dengan sengaja disembunyikan. Sebaliknya, tingkah laku yang baik secara moral tidak menakuti transparansi. Orang yang berkelakuan etis bersedia membukakan perbuatannya bagi penilaian masyarakat umum. Manusia itu makhluk sosial dan perilakunya selalu mempunyai dimensi sosial. Perilaku sosial itu bersifat baik secara moral, bila tahan uji dalam audit sosial. Perilaku bersifat buruk secara moral, bila secara umum dinilai sebagai tidak baik.

Mungkin tidak semua orang akan menyetujui pandangan ini. Terutama mereka yang menganut relativisme moral, akan menegaskan bahwa dalam masyarakat yang berbeda nilai-nilai dan norma-norma moral bisa berbeda juga. Sebagai contoh sering disebut praktek-praktek korupsi. Di banyak negara maju, seperti Amerika Serikat atau Jerman, korupsi ditolak dengan tegas dan dinilai tidak etis. Sedangkan di banyak negara berkembang korupsi

merajalela dan dianggap sebagian dari bisnis normal. Kami di sini tidak bermaksud membahas secara tuntas masalah relativisme moral. Barangkali dapat diterima bahwa masyarakat yang berbeda dalam beberapa hal memang mempunyai nilai dan norma yang berbeda pula. Contoh yang sering dikemukakan: dalam dunia bisnis di Jepang nilai yang tertinggi adalah kesetiaan karyawan pada perusahaan, sedangkan di Amerika Serikat nilai tertinggi adalah kebebasan individual. Contoh seperti itu bisa disetujui. Tetapi lebih sulit diterima bahwa korupsi merupakan suatu masalah perbedaan nilai saja. Alasannya, praktek-praktek korupsi tidak pernah transparan. Biaya tambahan akibat korupsi adalah "biaya siluman". Praktek-praktek seperti pungli, uang pelicin, komisi tidak resmi, dan sebagainya, selalu disembunyikan terhadap "audit sosial". Orang yang terlibat di dalamnya menghindari keterbukaan. Mereka tidak mau memberikan kuitansi atau tanda terima lainnya. Uang hasil korupsi dengan sengaja tidak dicantumkan dalam pembukuan. Perbuatan mereka tidak boleh diabadikan dengan kamera foto atau video. Audit sosial sebagai tolok ukur moral justru menunjukkan bahwa tidak ada negara atau kebudayaan apa pun yang menerima korupsi sebagai sesuatu yang baik atau bahkan netral secara moral. Audit sosial memperlihatkan bahwa korupsi (sesuai dengan asal-usul kata ini dari bahasa Latin: *corruptio* = kebusukan) selalu merupakan suatu hal yang tidak baik.

Dapat disimpulkan, supaya patut disebut *good business*, tingkah laku bisnis harus memenuhi syarat-syarat dari semua sudut pandang tadi. Memang benar, bisnis yang secara ekonomis tidak baik (jadi, tidak membawa untung) tidak pantas disebut bisnis yang baik. Tidak ada orang yang dengan serius akan mempersoalkan hal itu. Terdapat lebih banyak keraguan tentang perlunya sudut pandang kedua dan ketiga. Bisnis tidak pantas disebut *good business*, kalau tidak baik dari sudut etika dan hukum juga. Dalam hal ini pentingnya aspek hukum lebih mudah diterima, sekurang-kurangnya pada taraf teoretis (walaupun dalam praktek barangkali sering dilanggar). Buku ini ingin mempelajari aspek etika dalam perilaku bisnis, tanpa meremehkan pentingnya aspek-aspek lain.

Sebagaimana akan menjadi jelas selanjutnya, sekarang ini di banyak tempat diakui relevansi dan bahkan urgensi untuk menyoroti bisnis dari segi etika.



Bab II

TIMBULNYA PENGATURAN HUKUM PERSAINGAN CURANG

1. Dasar Pikiran Pengaturan Hukum Persaingan Usaha

Sebetulnya sudah sejak lama masyarakat Indonesia, khususnya para pelaku bisnis, merindukan sebuah undang-undang yang secara komprehensif mengatur persaingan sehat. Keinginan itu didorong oleh munculnya praktik-praktik perdagangan yang tidak sehat, terutama karena penguasa sering memberikan perlindungan ataupun *privileges* kepada para pelaku bisnis tertentu, sebagai bagian dari praktik-praktik kolusi, korupsi, kroni, dan nepotisme. Dikatakan secara komprehensif, karena sebenarnya secara pragmentaris, batasan-batasan yuridis terhadap praktik-praktik bisnis yang tidak sehat atau curang dapat ditemukan secara tersebar di berbagai hukum positif. Tetapi karena sifatnya yang sektoral, perundang-undangan tersebut sangat tidak efektif untuk (secara konseptual) memenuhi berbagai indikator sasaran yang ingin dicapai oleh undang-undang persaingan sehat tersebut (Muladi, 1998:35).

Sebuah undang-undang yang secara khusus mengatur persaingan dan antimonopoli sudah sejak lama dipikirkan oleh para pakar, partai politik, lembaga swadaya masyarakat, serta instansi pemerintah. Pernah suatu ketika Partai Demokrasi Indonesia pada tahun 1995 menelurkan konsep Rancangan Undang-undang tentang Antimonopoli. Demikian pula Departemen Perdagangan yang bekerja sama dengan Fakultas Hukum Universitas Indonesia pernah membuat naskah akademik Rancangan Undang-Undang tentang Persaingan Sehat di Bidang Perdagangan. Namun patut disayangkan karena semua usulan dan inisiatif tersebut tidak mendapat tanggapan yang positif, karena pada masa-masa itu belum ada komitmen

maupun *political will* dari elite politik yang berkuasa untuk mengatur masalah persaingan usaha (Hikmahanto Juwana, 1999:4).

Ada beberapa alasan mengapa pada waktu itu sulit sekali suatu Undang-Undang Antimonopoli disetujui oleh Pemerintah, yaitu :

1. Pemerintah menganut konsep bahwa perusahaan-perusahaan besar perlu ditumbuhkan untuk menjadi lokomotif pembangunan. Perusahaan-perusahaan tersebut hanya mungkin menjadi besar untuk kemudian menjalankan fungsinya sebagai lokomotif pembangunan apabila diberi perlakuan khusus. Perlakuan khusus ini, dalam pemberian proteksi yang dapat menghalangi masuknya perusahaan lain dalam bidang usaha tersebut atau dengan kata lain memberikan posisi monopoli;
2. Pemberian fasilitas monopoli perlu ditempuh karena perusahaan itu telah bersedia menjadi pioner di sektor yang bersangkutan. Tanpa fasilitas monopoli dan proteksi, Pemerintah sulit memperoleh kesediaan investor untuk menanamkan modalnya di sektor tersebut;
3. Untuk menjaga berlangsungnya praktik KKN demi kepentingan kroni mantan Presiden Soeharto dan pejabat-pejabat yang berkuasa pada waktu itu (Sutan Remy S)ahdeini, 2000:5).

Kebijakan pembangunan ekonomi yang kita jalankan selama tiga dasawarsa, selain menghasilkan banyak kemajuan, yang ditunjukkan oleh pertumbuhan ekonomi yang tinggi, juga masih banyak melahirkan tantangan atau persoalan pembangunan ekonomi yang belum terpecahkan. Di samping itu, ada kecenderungan globalisasi perekonomian serta dinamika dan perkembangan usaha swasta sejak awal tahun 1990-an. Peluang-peluang usaha yang telah diciptakan oleh penguasa pada waktu itu dalam kenyataannya belum membuat seluruh masyarakat mampu dan dapat berpartisipasi dalam pembangunan di berbagai sektor ekonomi. Perkembangan usaha swasta, di satu sisi diwarnai oleh berbagai bentuk kebijakan penguasa yang kurang tepat, sehingga pasar menjadi terdistorsi.

Di sisi lain, sebagian besar perkembangan usaha swasta pada kenyataannya merupakan perwujudan dari kondisi persaingan usaha yang tidak sehat atau curang. Fenomena yang demikian telah berkembang dan didukung oleh adanya hubungan antara pengambil

keputusan dan para pelaku usaha, baik secara langsung maupun tidak langsung. Keadaan ini makin memperburuk keadaan. Penyelenggaraan ekonomi nasional kurang memperhatikan amanat Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945, serta cenderung menunjukkan corak yang sangat monopolistik. Para pengusaha yang dekat dengan elite kekuasaan mendapatkan kemudahan-kemudahan yang berlebihan, sehingga menimbulkan kesenjangan sosial. Munculnya konglomerasi dan sekelompok kecil pengusaha kuat yang tidak didukung oleh semangat kewirausahaan sejati merupakan salah satu faktor yang mengakibatkan ketahanan ekonomi menjadi sangat rapuh dan tidak mampu bersaing. Padahal dalam era pasar bebas nanti, kita dituntut untuk mampu bersaing dengan mengandalkan kekuatan sendiri.

Lebih ironis lagi, perilaku dari pelaku-pelaku bisnis kita, yaitu para konglomerat yang telah memperoleh perlakuan istimewa dan penguasa tersebut, ternyata sangat tidak bertanggung jawab, dan tidak mau berbuat positif untuk memperbaiki kondisi ekonomi nasional yang sangat parah. Kondisi semacam ini mengharuskan pemerintah mencari bantuan dari donor-donor lain, baik yang bersifat kolektif maupun negara per negara. Ketergantungan pada bantuan asing ini mengharuskan pemerintah mengikut berbagai persyaratan yang disepakati bersama; semuanya meletakkan Indonesia pada posisi yang lemah. Walau demikian, dalam hal-hal tertentu, banyak hal yang berkaitan dengan persyaratan utang luar negeri itu yang mengandung hikmah, yaitu mengakselerasi pembuatan undang-undang yang sebenarnya sudah lama didambakan, yang dalam kondisi normal tidak akan dibentuk dalam waktu singkat; pada umumnya ini telah terjadwal di dalam *Letter of Intents* antara Indonesia dengan IMF (Muladi, 1998:35-36).

Di samping merupakan tuntutan nasional, Undang-Undang Persaingan Usaha (*Fair Competition Law*) juga merupakan tuntutan atau kebutuhan rambu-rambu yuridis dalam hubungan bisnis antar bangsa. Dari sisi kehidupan nasional jelas bahwa basis kultural (asas kekeluargaan) dan konstitusional (demokrasi ekonomi) kita memang sama sekali menolak praktik-praktik monopolistik dalam kehidupan ekonomi yang merugikan rakyat. Dan sisi hubungan antar bangsa pun, apalagi dengan munculnya fenomena globalisasi ekonomi yang mengandung makna, semakin meningkatnya ketergantungan antar bangsa di berbagai bidang kehidupan

(ekonomi), mengharuskan berbagai bangsa menaati rambu-rambu (peraturan) baku dalam bisnis antarbangsa, sebagai konsekuensi WTO, APEC, AFTA, NAFTA, EC, dan lain sebagainya (Muladi, 1998:36).

Sebab, para ahli banyak yang mengatakan, adanya kondisi persaingan (*the state of competition*) dalam pasar domestik merupakan hal yang sangat penting dari suatu kebijakan publik (*public policy*), khususnya untuk mengukur kemampuan bangsa dalam bersaing di pasar internasional, serta untuk meyakinkan investor dan eksportir asing untuk bersaing dalam pasar domestik. Dengan demikian tujuan dari kebijakan persaingan nasional adalah untuk menciptakan dan memastikan bahwa konsep persaingan dapat dijalankan dalam kerangka ekonomi pluralistik. Konsep dasar kompetitif ini pun pada dasarnya mengandung unsur HAM yang kental, karena di dalamnya terkait "pemajuan" (*promotion*) dari kondisi persaingan (*condition of rivalry*) dan "kebebasan memilih" (*freedom of choose*) untuk mengurangi dan melarang konsentrasi kekuatan-kekuatan ekonomi (Muladi, 1998:36).

Untuk itulah, akhirnya harus ada campur tangan negara (*government regulation*) untuk mengembangkan dan memelihara kondisi persaingan. Bahkan globalisasi menciptakan atmosfer yang kondusif untuk persaingan yang menembus batas-batas negara, yang membutuhkan harmonisasi kebijakan yang sering dinamakan "*super national of regional standards*". Bahkan Masyarakat Ekonomi Eropa (EEC) juga masih terus mengembangkan apa yang dinamakan "Minimum Competition Policy Requirements Within the Framework of the GATT". Di lingkungan ASEAN pun, tanpa mengesampingkan divergensi struktur institusional ekonomi, politik, dan sosial, para ahli sudah mulai berpikir tentang perlunya pengembangan di samping hukum persaingan nasional dan harmonisasi peraturan-peraturan komersial, termasuk hukum persaingan di antara masyarakat ASEAN (Muladi, 1998:36).

Doktrin yang berlaku pada masa lalu, yang secara absolut menyatakan bahwa hukum ekonomi itu bersifat *value loaded*, yang dekat dengan kondisi sosial budaya bangsa, tidak sepenuhnya dapat dipertanggungjawabkan dalam kaitannya dengan proses globalisasi. Konsep harmonisasi hukum dan keberadaan fenomena internasionalisasi pasar menumbuhkan perhatian yang semakin

intensif terhadap apa yang dinamakan *international dimension of antitrust and the fit between competition policy and the world trading system*. Dalam kerangka ini, muncul *antitrust family (international) linkages of market economies* (Muladi, 1998:36-37).

Beberapa negara sudah mengatur rambu-rambu persaingan usaha yang sehat dalam hukum nasional masing-masing. Amerika Serikat untuk pertama kali pada tahun 1890 telah mengatur persaingan usaha yang sehat dalam *Act to Protect Trade and Commerce Against Unlawful Restraints and Monopolies* (Sherman Act), yang beberapa kali telah disempurnakan, terakhir dengan Robinson Patman Act tahun 1936. Demikian pula di Jepang, untuk pertama kali pengaturan persaingan usaha dituangkan dalam *Shiteki dokusen no kinshi oyobi kosei torihiki ni kansuru horitsu (Law concerning the prohibition of private monopoly and preservation of fair trade)*, yang beberapa kali mengalami perubahan. Bagi negara Jerman, pengaturan persaingan usaha dapat dijumpai dalam *Act to Unfair Competition 1909*. Negara Filipina juga telah mengatur persaingan usaha ini dalam Penal Code-nya. Sedangkan negara-negara yang tergabung dalam Masyarakat Ekonomi Eropa, sudah pasti tunduk dan mengikuti ketentuan pengaturan hukum persaingan usaha yang telah diatur bersama dalam *Treaty on the European Union*. Sedangkan Indonesia, pengaturan persaingan usaha baru terwujud pada tahun 1999 saat Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat disahkan.

Kelahiran Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tersebut ditunjang pula dengan tuntutan masyarakat akan reformasi total dalam tatanan kehidupan berbangsa dan bernegara, termasuk penghapusan kegiatan monopoli di segala sektor. Dibandingkan dengan proses pembentukan undang-undang pada umumnya, proses pembentukan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 termasuk tidak lazim. Perbedaan ini terletak pada pihak yang mengajukan rancangan undang-undang. Selama ini dalam praktik kenegaraan kita, rancangan undang-undang disiapkan dan diajukan oleh pemerintah untuk kemudian dibahas bersama-sama DPR. Tetapi tidak demikian dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Adapun yang mempersiapkan rancangannya adalah DPR yang kemudian menggunakan hak inisiatifnya mengajukan rancangan undang-undang. Rancangan Undang-Undang ini dipersiapkan

selama kurang lebih 4 bulan oleh Kelompok Kerja Program Legislasi Nasional DPR Bidang Ekonomi Keuangan dan Industri Pembangunan dengan judul Rancangan Undang-Undang tentang Larangan Praktik Monopoli, tanpa ada kata-kata "Persaingan Tidak Sehat". Sebenarnya pemerintah, dalam hal ini Departemen Perindustrian dan Perdagangan, telah mempersiapkan rancangan undang-undang yang mengatur masalah persaingan dengan judul Rancangan Undang-Undang tentang Persaingan Usaha. Kemudian Pemerintah dan DPR menyepakati Rancangan Undang-Undang yang dipersiapkan oleh DPR itulah yang digunakan (Hikmahanto Juwana, 1999:4).

Menurut Laporan Ketua Pansus untuk mempersiapkan Rancangan Undang-Undang tersebut diperlukan waktu lebih kurang 3,5 bulan dengan meminta pandangan dan masukan dari berbagai pihak (Abdul Hakim G. Nusantara dan Benny K. Harman 1999:119). Kemudian, dalam Rapat Paripurna DPR tanggal 18 Oktober 1998 Rancangan Undang-Undang ini secara resmi dijadikan Rancangan Undang-Undang Usul Inisiatif DPR. Pembahasan selanjutnya dilakukan oleh suatu Panitia Khusus (Abdurrahman, 2001:2).

Dan konsiderans menimbang Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, dapat diketahui falsafah yang melatardepani kelahirannya dan sekaligus memuat dasar pikiran perlunya disusun undang-undang tersebut. Setidaknya memuat tiga hal, yaitu

1. Bahwa pembangunan bidang ekonomi harus diarahkan kepada terwujudnya kesejahteraan rakyat berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
2. Bahwa demokrasi dalam bidang ekonomi menghendaki adanya kesempatan yang sama bagi setiap warga negara untuk berpartisipasi di dalam proses produksi dan pemuaran barang dan/atau jasa, dalam iklim usaha yang sehat, efektif, dan efisien, sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan bekerjanya ekonomi pasar yang wajar;
3. Bahwa setiap orang yang berusaha di Indonesia harus berada dalam situasi persaingan yang sehat dan wajar, sehingga tidak menimbulkan adanya pemusatan kekuatan ekonomi pada pelaku usaha tertentu, dengan tidak terlepas dari kesepakatan yang telah dilaksanakan oleh Negara Republik Indonesia terhadap perjanjian-perjanjian internasional.

Sementara itu Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 juga menyatakan antara lain :

"Memperhatikan situasi dan kondisi tersebut di atas, menuntut kita untuk mencermati dan menata kembali kegiatan usaha di Indonesia, agar dunia usaha dapat tumbuh serta berkembang secara sehat dan benar, sehingga tercipta iklim persaingan usaha yang sehat, serta terhindarnya pemusatan kekuatan ekonomi pada perorangan atau kelompok tertentu, antara lain dalam bentuk praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang merugikan masyarakat, yang bertentangan dengan cita-cita keadilan sosial. Oleh karena itu, perlu disusun undang-undang tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang dimaksudkan untuk menegakkan aturan hukum dan memberikan tujuan perlindungan yang sama bagi setiap pelaku usaha di dalam upaya untuk menciptakan persaingan usaha yang sehat. Undang-undang ini memberikan jaminan kepastian hukum untuk lebih mendorong percepatan pembangunan ekonomi dalam upaya meningkatkan kesejahteraan umum, serta sebagai implementasi dari semangat dan jiwa Undang-Undang Dasar 1945".

Dengan demikian kelahiran Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 ini dimaksudkan, 1. untuk memberikan jaminan kepastian hukum, 2. perlindungan yang sama kepada setiap pelaku usaha dalam berusaha, dengan cara mencegah timbulnya praktik-praktik monopoli dan/atau, 3. persaingan usaha yang tidak sehat lainnya dengan harapan dapat menciptakan iklim usaha yang kondusif, di mana setiap pelaku usaha, 4. dapat bersaing secara wajar dan sehat. Untuk itu diperlukan aturan hukum yang pasti dan jelas yang mengatur larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat lainnya.

Kehadiran Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 sebagai fungsi *tool of social control and a tool of social engineering*. Sebagai "alat kontrol sosial", Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 berusaha menjaga kepentingan umum dan mencegah praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Selanjutnya sebagai "alat rekayasa sosial", Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 berusaha untuk meningkatkan efisiensi ekonomi nasional, mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat,

dan berusaha menciptakan efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha (Ayudha D. Prayoga et al. (Ed.), 2000:52-53).

Apabila cita-cita ideal tersebut dapat dioperasionalkan dalam kehidupan nyata, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 akan membawa nilai positif bagi perkembangan km usaha di Indonesia, yang selama ini dapat dikatakan jauh dari kondisi ideal. Sekurangnya, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 secara tidak langsung akan memaksa pelaku usaha untuk lebih efisien dalam mengelola usahanya, karena Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 juga menjamin dan memberi peluang yang besar kepada pelaku usaha yang ingin berusaha (sebagai akibat dilarangnya praktik monopoli dalam bentuk penciptaan *barrier to entry*). Hal ini berarti bahwa hanya pelaku usaha yang efisien-lah yang dapat bertahan di pasar (Ayudha D. Prayoga et al. (Ed.), 2000:53).

Dampak positif lain dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah terciptanya pasar yang tidak terdistorsi, sehingga menciptakan peluang usaha yang semakin besar bagi para pelaku usaha. Keadaan ini akan memaksa para pelaku usaha untuk lebih inovatif dalam menciptakan dan memasarkan produk (barang dan jasa) mereka. Jika hal ini tidak dilakukan, para konsumen akan beralih kepada produk yang lebih baik dan kompetitif. Ini berarti bahwa, secara tidak langsung Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 akan memberikan keuntungan bagi konsumen dalam bentuk produk yang lebih berkualitas, harga yang bersaing, dan pelayanan yang lebih baik. Namun perlu diingat bahwa Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 bukan merupakan ancaman bagi perusahaan-perusahaan besar yang telah berdiri sebelum undang-undang ini diundangkan, selama perusahaan-perusahaan tersebut tidak melakukan praktik-praktik yang dilarang oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 (Ayudha D. Prayoga et al. (Ed.), 2000:53-54).

Di samping mengikat para pelaku usaha, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mengikat pemerintah untuk tidak mengeluarkan peraturan-peraturan yang bersifat memberikan kemudahan dan fasilitas istimewa kepada para pelaku usaha tertentu yang bersifat monopolistik. Akibatnya, dunia usaha Indonesia menjadi tidak terbiasa dengan iklim kompetisi yang sehat, yang pada akhirnya menimbulkan kerugian yang harus ditanggung oleh seluruh lapisan masyarakat. Oleh karena itu, kehadiran Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 diharapkan mampu mengikat pemerintah untuk lebih

objektif dan profesional dalam mengatur dunia usaha di Indonesia. Di samping itu, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 juga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat internasional terhadap Indonesia, sehingga mereka akan tertarik untuk menanamkan modalnya di Indonesia. Peningkatan kepercayaan ini dikarenakan adanya jaminan untuk berkompetisi secara sehat (Ayudha D. Prayoga et al. (Ed.), 2000:54-55).

2. Pengaturan Hukum Persaingan Curang.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 lebih tepat disebut sebagai Undang-Undang "Antimonopoli dan Antipersaingan Usaha Curang" atau disingkat "antimonopoli" saja, bukannya "Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat". Karena dengan menamakan atau menyebut "Antimonopoli (dan Antipersaingan Usaha Curang)" akan lebih jelas dan tegas, serta akan lebih mudah disosialisasikan kepada masyarakat daripada nama atau sebutan yang telah dipilih dalam undang-undang tersebut. Di samping itu, istilah "antimonopoli (dan anti persaingan usaha curang atau antipersaingan curang) telah lebih dikenal dan memasyarakat di kalangan usahawan, akademis, dan praktisi hukum, sehingga pemahaman terhadap lisan Budi Maulana, lebih cepat dan lebih mudah diterapkan (Insan Budi Maulana, 2000:15).

Istilah Undang-Undang Larangan atau tidak Persaingan Usaha Tidak Sehat dan tidak mudah dipahami. Di ringkas, juga akan sulit diingat dan tidak mudah dipahami. Disamping itu, pasal-pasal tersebut tidak disusun dengan kalimat yang mudah dimengerti atau tidak disusun dengan tata cara perundang-undangan yang sewajarnya. Akibatnya, sosialisasi undang-undang itu akan mengalami kesulitan. Meskipun istilah "persaingan usaha tidak sehat" mungkin dianggap benar dari segi bahasa, dari segi hukum tidaklah demikian. Kata "tidak sehat" atau "sakit" sebagai lawan kata "sehat" lebih dekat pada atau lebih tepat digunakan untuk istilah "medis" daripada terminologi "hukum". Istilah "persaingan (usaha) curang" sebagai lawan kata "persaingan (usaha) jujur" akan lebih jelas dan tegas menurut istilah hukum dan ekonomi. Karena hukum, bagaimanapun memerlukan kata, kalimat, dan istilah yang tegas dan jelas, agar tidak menimbulkan interpretasi majemuk yang kemungkinan dapat mengakibatkan kepasrahan, keadilan, dan wibawa hukum itu tidak dapat ditegakkan (Insan Audi Maulana 2000:15).

Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tidak ditemukan ketentuan yang mengatur penyebutan nama singkat (*clertitid*) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Sesuai dengan teknik perancangan undang-undang, penamaan sebuah undang-undang harus dirumuskan secara singkat, jelas, dan tegas, yang mencerminkan substansi pengaturan undang-undang yang bersangkutan.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dapat dianggap disusun secara singkat dan sederhana (Insan Budi Maulana 2000:16). Hal-hal yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 ini dapat dikelompokkan ke dalam 11 Bab dan dituangkan ke dalam 53 Pasal dan 26 Bagian, yang cakupan materi dan sistematikanya sebagai berikut.

NO.	BAB	PERIHAL/ISI/TENTANG/MATERI	PASAL	JUMLAH
1.	I	Ketentuan Umum	1	1 pasal
2.	II	Asas dan Tujuan	2 s.d. 3	2 pasal
3.	III	Perjanjian yang Dilarang	4 s.d. 16	13 pasal
4.	IV	Kegiatan yang Dilarang	17 s.d. 24	8 pasal
5.	V	Posisi Dominan	25 s.d. 29	5 pasal
6.	VI	Komisi Pengawas Persaingan Usaha	30 s.d. 37	8 pasal
7.	VII	Tata Cara Penanganan Perkara	38 s.d. 46	9 pasal
8.	VIII	Sanksi	47 s.d. 49	3 pasal
9.	IX	Ketentuan Lain	50 s.d. 51	2 pasal
10.	X	Ketentuan Peralihan	52	1 pasal
11.	XI	Ketentuan Penutup	53	1 pasal
JUMLAH			53	53 pasal

Di samping itu, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 diperlengkapi pula dengan :

1. Penjelasan Umum;
2. Penjelasan Pasal Demi Pasal

Dalam Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dinyatakan bahwa secara umum, materi Undang-Undang

Nomor 5 Tahun 1999 mengandung 6 (enam) bagian pengaturan yang terdiri atas :

1. Perjanjian yang Dilarang;
2. Kegiatan yang Dilarang;
3. Posisi Dominan;
4. Komisi Pengawas Persaingan Usaha;
5. Penegakan Hukum;
6. Ketentuan Lain-lain

Selanjutnya, jika kita lebih saksama mempelajari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tersebut, maka kandungan substansi yang diaturnya meliputi hal-hal sebagai berikut.

1. Perumusan istilah atau konsep-konsep dasar yang terdapat atau dipergunakan dalam undang-undang maupun aturan pelaksanaan lainnya, agar dapat diketahui pengertiannya. Pasal I memuat perumusan dari 19 istilah atau konsep dasar, yaitu pengertian monopoli, praktik monopoli, pemusatan kekuatan ekonomi, posisi dominan, pelaku usaha, persaingan usaha tidak sehat, perjanjian, persengkongkolan atau konspirasi, pasar, pasar bersangkutan, struktur pasar, perilaku pasar, pangsa pasar, harga pasar, konsumen, barang, jasa, Komisi Pengawas Persaingan Usaha, dan Pengadilan Negeri;
2. Perumusan kerangka politik antimonopoli dan persaingan usaha tidak sehat, berupa asas dan tujuan pembentukan undang-undang, sebagaimana dalam Pasal 2 dan Pasal 3;
3. Perumusan macam perjanjian yang dilarang dilakukan pengusaha. Pasal 4 sampai dengan Pasal 16 memuat macam perjanjian yang dilarang tersebut, yaitu perjanjian oligopoli, penetapan harga, pembagian wilayah pemasaran, pembolkotan, kartel, oligopsoni, integrasi vertikal, perjanjian tertutup, dan perjanjian dengan pihak luar negeri;
4. Perumusan macam kegiatan yang dilarang dilakukan pengusaha. Pasal 17 sampai dengan Pasal 22 memuat macam kegiatan yang dilarang tersebut, yaitu monopoli, monopsoni, penguasaan pasar, dan persengkongkolan;

5. Perumusan macam posisi dominan yang tidak boleh dilakukan pengusaha. Pasal 25 sampai dengan Pasal 29 memuat macam posisi dominan yang tidak boleh dilakukan tersebut, yaitu jabatan rangkap, pemilikan saham, serta penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan;
6. Masalah susunan, tugas, dan fungsi Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Pasal 30 sampai dengan Pasal 37 memuat perumusan status, keanggotaan, tugas, wewenang, dan pembiayaan Komisi Pengawas Persaingan Usaha; 7. Perumusan tata cara penanganan perkara persaingan usaha oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Pasal 38 sampai dengan Pasal 46 memuat perumusan penerimaan laporan, pemeriksaan pendahuluan dan pemeriksaan lanjutan, pemeriksaan terhadap pelaku usaha dan alat-alat bukti, jangka waktu pemeriksaan, serta putusan komisi, kekuatan putusan komisi, dan upaya hukum terhadap putusan komisi;
8. Ketentuan sanksi yang dapat dijatuhkan kepada pelaku usaha yang telah melanggar ketentuan dalam undang-undang. Pasal 47 sampai dengan Pasal 49 memuat macam sanksi yang dapat dijatuhkan kepada pelaku usaha, yaitu tindak administratif, pidana pokok, dan pidana tambahan;
9. Perumusan perbuatan atau perjanjian yang dikecualikan dari ketentuan undang-undang dan monopoli oleh Badan Usaha Milik Negara dan/atau badan atau lembaga yang dibentuk atau ditunjuk oleh pemerintah. Pasal 50 memuat ketentuan yang dikecualikan dari undang-undang dan Pasal 51 memuat ketentuan monopoli oleh Badan Usaha Milik Negara;
10. Hal-hal yang menyangkut pelaksanaan undang-undang, yaitu perumusan ketentuan peralihan dan ketentuan penutup. Pasal 52 mengatur bahwa pelaku usaha yang telah membuat dan/atau melakukan kegiatan dan/atau tindakan yang tidak sesuai dengan undang-undang diberi waktu untuk menyesuaikan selama 6 (enam) bulan sejak undang-undang diberlakukan. Sedangkan Pasal 53 mengatur mulai berlakunya undang-undang, yaitu dihitung sejak 1 (satu) tahun sesudah undang-undang diundangkan oleh pemerintah, yaitu tepatnya 5 Maret 2000.

Ketentuan pelaksanaan lebih lanjut hal-hal yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 terdapat dalam berbagai peraturan perundang-undangan yang sudah ada; sebagian lagi masih perlu ditindaklanjuti dalam bentuk peraturan pemerintah dan keputusan Presiden, yaitu

1. Peraturan Pemerintah tentang Penggabungan, Peleburan, dan Pengambilalihan Usaha [Pasal 28 ayat (3)];
2. Peraturan Pemerintah tentang Penetapan Nilai Aset dan/atau Nilai Penjualan Saham sebagai Akibat Penggabungan, Peleburan, dan Pengambilalihan Usaha [Pasal 29 ayat (2)];
3. Keputusan Presiden tentang Susunan, Tugas, dan Fungsi Komisi Pengawas Persaingan Usaha (Pasal 34 ayat (1)).

Dalam kaitan dengan tindak lanjut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, Pasal 52 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa sejak berlakunya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, semua peraturan perundang-undangan yang mengatur dan berkaitan dengan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan atau belum diganti dengan yang baru berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Berdasarkan ketentuan Pasal 52 ayat (1) tersebut, jelas bahwa selama peraturan perundang-undangan yang mengatur dan berkaitan dengan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha yang ada belum dicabut, diganti, atau diperbarui berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dan tidak bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, maka peraturan perundang-undangan tersebut dinyatakan masih - tetap berlaku, dengan mengadakan penyesuaian seperlunya.

Dalam dunia perdagangan tak lepas dari persaingan. Dengan bersaing, pasti ada keterlibatan unsur suap, monopoli, oligopoly dan monopsoni. Maka keberadaan undang-undang anti monopoli memang sangat diharapkan, yaitu undang-undang nomor 5 tahun 1999. Undang-undang ini mengambil landasan kepada suatu demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan UUD 1945, sehingga undang-undang ini sangat banyak bersinggungan dengan sector ekonomi. Akan tetapi dalam hukum bisnis, maka asal saja hukum itu ditulis dengan bahasa yang benar, maka para ahli hukum tidak perlu terlalu cemas jika tidak menguasai bidang ekonomi.

Kristalisasi adalah berupa menjaga keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dengan kepentingan umum, dengan tujuan:

- (1) menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi serta melindungi konsumen;
- (2) menumbuhkan iklim usaha yang kondusif melalui terciptanya persaingan usaha yang sehat dan menjamin kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi setiap orang;
- (3) mencegah praktik-praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan pelaku usaha;
- (4) menciptakan efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha dalam rangka meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat.

3. Keberadaan Undang – undang Anti Monopoli dan Anti Trust.

Undang – undang anti monopoli dan anti trust dimaksudkan untuk melindungi kepentingan umum, agar dalam berbisnis tidak melakukan kecurangan-kecurangan, maka pengusaha atau pelaku usaha harus memperhatikan beberapa hal di bawah ini, yaitu :

- (1) mempertahankan dan mendorong terjadinya suatu persaingan yang efektif;
- (2) mempromosikan minat konsumen, pembeli dan pengguna lain dari barang dan jasa dalam hubungannya dengan harga, mutu dan variasi produk yang tersedia;
- (3) mempromosikan melalui persaingan yang mengurangi biaya serta mengembangkan dan menggunakan teknik baru, dan memberikan kemudahan masuknya pesaing baru ke dalam pasar yang ada;
- (4) mempertahankan dan mendorong keseimbangan penyaluran industri dan ketenagakerjaan;
- (5) mempertahankan dan mendorong kegiatan persaingan dalam pasar di luar negeri.

Pelarangan monopoli dalam bentuk apapun sangat terkait dengan aplikasi prinsip-prinsip demokrasi ekonomi ke dalam pasar.

Pada zaman Orde Baru, sarat dengan monopoli, bahkan dapat dikatakan monopoli merajalela, sehingga membicarakan masalah monopoli dianggap hal yang tabu dan tidak wajar, terutama pada era Presiden Suharto, sehingga tidak mungkin untuk membentuk atau mengusulkan undang-undang anti monopoli dan anti trust.

Monopoli dan gerak konglomerasi yang cepat terjadi karena kesalahan dalam mendistribusi *Power of Economic Regulation* (PER), sehingga manfaatnya hanya bergulir pada lingkaran kelompok tertentu yang dekat dengan kekuasaan dan pusat pengambilan keputusan saja. Proses ini terjadi karena struktur masih belum demokratis dan proses pengambilan keputusan tidak perlu dilihat akuntabilitasnya. Lembaga-lembaga yang seharusnya melakukan kontrol seperti DPA, DPR, BPK mengalami kemunduran peran, bahkan hanya hadir sebagai omamen politik, yang tidak banyak fungsinya pada proses demokratisasi pada bidang politik maupun bidang ekonomi.

Monopoli pada waktu itu antara lain adalah monopoli cengkih, monopoli jeruk manis, monopoli tepung terigu, monopoli mie instant, monopoli minyak goreng, perkayuan, gedung bioskop, mobil nasional.

Menelusuri undang-undang anti monopoli Nomor 5 tahun 1999, maka tindakan yang berhubungan dengan pasar yang perlu diatur oleh hukum anti monopoli yang sekaligus merupakan ruang lingkup dari hukum anti monopoli tersebut adalah sebagai berikut :

- (1) perjanjian yang dilarang;
- (2) kegiatan yang dilarang;
- (3) penyalahgunaan posisi dominan;
- (4) komisi pengawas persaingan usaha;
- (5) tata cara penanganan perkara;
- (6) sanksi-sanksi;
- (7) perkecualian-perkecualian.

Hal-hal yang dilarang oleh undang-undang Nomor 5 tahun 1999 tentang anti monopoli ialah :

(1) perjanjian-perjanjian tertentu yang berdampak tidak baiknya untuk persaingan pasar, yang terdiri atas :

- a. oligopoly;
- b. penetapan harga;
- c. pembangunan wilayah.
- d. Pemblokiran, kartel;
- e. Trust;
- f. Oligopsoni;
- g. Integral vertical;
- h. Perjanjian tertutup;
- i. Perjanjian dengan pihak ketiga (pihak luar negeri).

(2) Kegiatan-kegiatan tertentu yang berdampak tidak baik untuk persaingan pasar, yang meliputi kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

- a. monopoli;
- b. monopsoni;
- c. penguasaan pasar;
- d. persekongkolan.

(3) Posisi dominan di pasar, yang meliputi :

- a. pencegahan konsumen untuk memperoleh barang dan / atau jasa yang bersaing;
- b. pembatasan pasar dan pengembangan teknologi;
- c. menghambat pesaing untuk bisa masuk pasar;
- d. jabatan rangkap;
- e. pemilikan saham;
- f. merger – akuisisi dan konsolidasi.

(4) Deskripsi ruang lingkup hukum anti monopoli menjadi sebagai berikut :

- a. pembatasan persaingan yang horizontal;
- b. pembatasan persaingan yang vertical;
- c. penguasaan pangsa pasar yang besar;
- d. penyalahgunaan posisi dominan;
- e. deskriminasi harga;
- f. merger dan akuisisi;
- g. badan penegakan hukum;
- h. sanksi-sanksi;
- i. sanksi-sanksi;
- j. badan penegakan hukum;
- k. merger dan akuisisi;
- l. badan penegakan hukum;
- m. sanksi-sanksi; prosedur penegakan hukum;
- n. perkecualian-perkecualian.

Di Belanda ada beberapa perjanjian yang telah dinyatakan tidak dapat dilaksanakan sehubungan dengan ketentuan anti monopoli dan persaingan curang, yaitu :

- (1) perjanjian yang berhubungan dengan penetapan harga jual kembali, termasuk perjanjian yang membatasi kebebasan dari pengecer untuk memberikan fasilitas kepada konsumen;
- (2) perjanjian yang berhubungan dengan penetapan harga jual secara individual dalam kaitannya dengan kelangsungan dan eksistensi dari barang-barang konsumsi;
- (3) perjanjian yang menentukan suatu arbitrase yang mengikat terhadap sengketa yang mungkin timbul dalam hubungannya dengan perjanjian yang restriktif sebagaimana dimaksud dalam undang-undang;

- (4) ketentuan yang merupakan bagian dari perjanjian yang restriktif dan mempunyai dampak terhadap diskriminasi yang didasari kepada ras.

Menurut teori ilmu hukum, larangan terhadap tindakan monopoli atau persaingan curang pada intinya dilakukan dengan menggunakan salah satu dari 2 (dua) teori yaitu :

- (1) teori *Per Se*, yang diartikan bahwa pelaksanaan setiap tindakan yang dilarang akan bertentangan dengan hukum yang berlaku;
- (2) teori *Rule of Reason*, diartikan bila dilakukan tindakan tersebut, masih dilihat seberapa jauh hal tersebut akan merupakan monopoli atau akan berakibat kepada pengekanan pasar. Dengan teori ini tidak otomatis dilarang, meskipun perbuatan yang dituduhkan dalam faktanya terbukti telah dilakukan.

Dalam undang-undang nomor 5 tahun 1999, ada perjanjian atau tindakan yang dilarang tersebut dikategorikan sebagai :

- (1) dilarang secara *Per Se*;
- (2) dilarang dengan *Rule of Reason*;
- (3) antara *Per Se* dan *Rule of Reason*.

Tabel tentang Sifat Larangan Tindakan Anti Monopoli dan Persaingan Curang.

No.	Tindakan yang dilarang	Pasal	Rule of Reason / Per Se
1.	oligopoly	4	RR dengan Presumsi
2.	penetapan harga	5 – 8	RR dan PS
3.	pembagian wilayah	9	RR tidak tegas
4.	pemboikotan	10	RR
5.	kartel	11	RR tidak tegas
6.	trust	12	RR tidak tegas
7.	oligopsoni	13	RR dengan Presumsi
8.	integrasi vertical	14	RR tidak tegas
9.	perjanjian tertutup	15	PS

10.	perjanjian luar negeri	16	RR tidak tegas.
11.	monopoli	17	RR dengan Presumsi
12.	monopsoni	18	RR dengan Presumsi
13.	penguasaan pasar	19 – 21	RR tidak tegas
14.	persekongkolan	22 – 24	RR dan PS
15.	posisi dominan umum	25	RR dengan Presumsi
16.	jabatan rangkap	26	RR tidak tegas
17.	pemilikan saham	27	RR
18.	merger, akuisisi dan konsolidasi	28 – 29	RR tidak tegas

Catatan :

Rule of Reason : mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan / atau persaingan tidak sehat;

Per Se : tidak adanya persyaratan yang mengakibatkan atau dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan / atau persaingan tidak sehat;

Rule of Reason tidak tegas : karena dipergunakan kata - kata "dapat" mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan / atau persaingan tidak sehat.

Hal-hal Yang Dikecualikan oleh Undang-undang :

Banyak hal dalam bisnis yang dilarang oleh undang-undang anti monopoli, yaitu dalam hal suatu perjanjian yang mengakibatkan atau dapat menimbulkan praktik monopoli dan / atau suatu persaingan curang dalam berbisnis.

Namun suatu kebiasaan dalam hukum bisnis, setiap ada ketentuan yang berlaku umum, terdapat juga pengecualiannya. Dalam undang-undang anti monopoli sudah terinci mengatur pengecualian-kecualian terhadap perjanjian atau hal-hal yang dilarang meskipun belum sempurna. Jadi nampaknya ada beberapa perbuatan atau perjanjian yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan / atau persaingan curang tetapi dengan berbagai pertimbangan dilakukan pengecualian oleh undang-undang.

Perkecualian-perkecualian tersebut adalah :

(1) **Bisnis Franchise (waralaba)**

Praktik keagenan tunggal, bisnis melalui waralaba, perlindungan hak milik intelektual, sudah diterima secara mutlak dan meluas baik di tingkat nasional maupun internasional. Sebenarnya ada prinsip-prinsip hukum anti monopoli yang dilanggar terhadap bisnis waralaba, rentan akan tuduhan anti monopoli karena ada *tying contract* yang mengikat atau *reciprocal dealing*.

Tying contract (tie ins contract) yang dalam hal ini merupakan kontrak yang mewajibkan pembeli membeli barang lain lagi dari pihak penjual di samping barang yang sudah dibelinya.

Reciprocal contract adalah dimana penjual pertama setuju jika pihak pembeli membeli produk dari pihak ketiga hanya jika pihak ketiga tersebut juga setuju untuk membeli produk tertentu dari pihak penjual pertama tersebut.

Dalam sejarah hukum anti monopoli, banyak perkara kontrak waralaba dianggap bertentangan dengan hukum anti monopoli, tapi umumnya gagal karena kontrak waralaba dianggap sebagai suatu perkecualian.

Contoh : Mc Donald Corp > < Prinsipe, ternyata dimenangkan Mc. Donald oleh pengadilan di USA karena waralaba dianggap tidak bertentangan dengan hukum anti monopoli.

(2) **Hak Paten;**

Pemberian hak milik intelektual (Paten), pasti dan jelas bahwa pemegang hak paten memiliki kekuasaan monopoli atas produk yang dipatenkan. Pemilik dapat dengan bebas mengatur dan memerintahkan pasar tanpa ada barang lain sebagai substitusinya.

Namun menurut definisi hak paten memiliki karakteristik monopoli. Dalam ilmu hukum, hak paten telah diakui selama berabad-abad dan perlindungan hak paten, sebagaimana jika hak milik intelektual lainnya, dianggap sangat penting dalam rangka merangsang adanya penemuan baru yang bermanfaat bagi kemakmuran masyarakatnya.

Dalam sejarah hukum, perlindungan hak paten sudah lama ada, bahkan di zaman Yunani kuno, Romawi kuno dan Persia kuno, beberapa hadiah dan penghargaan lain telah mulai diberikan kepada siapa saja yang dapat merangsang penemuan dan / atau pengembangan dalam bidang seni atau benda-benda kesenian. Di abad pertengahan dan Renaissance, telah dilakukan praktik-praktik pemberian hak eksklusif kepada para inovator sebagai gantinya pemberian hadiah-hadiah yang bersifat finansial. Sekitar tahun 1474 Venice untuk yang pertama kali di dunia telah mulai diperkenalkan system hak paten yang modern. Kira-kira seabad kemudian, Inggris juga mulai mempraktikkan system paten tersebut/ Sedangkan di USA telah ada beberapa undang-undang yang dibuat dalam tahun 1836 yang merupakan era awal lahirnya peraturan tentang paten, untuk melaksanakan amanah peraturan di USA.

Menurut definisi paten, sebenarnya hak milik intelektual lainnya mengandung karakteristik monopoli dan anti persaingan curang. Namun sampai batas-batas tertentu hak milik intelektual ini tetap harus dilindungi dan sudah merupakan hukum yang universal. Di pihak lain, prinsip anti monopoli dan yang mendorong persaingan pasar harus ditegakkan, karena merupakan hukum universal.

(3) **Ruang Lingkup :**

Seluruh perkecualian terhadap tindakan atau perjanjian anti monopoli tersebut adalah tertuang dalam Pasal 50 Undang-undang anti monopoli.

a. Perjanjian yang dikecualikan;

- 1) perjanjian yang berkaitan dengan hak atas kekayaan intelektual, termasuk tapi tidak terbatas pada lisensi, paten, merek dagang, hak cipta, design produk industri, rangkaian elektronik terpadu dan rahasia dagang. Meskipun tidak digunakan dalam undang-undang anti monopoli, perkecualian ini hanya berlaku secara terbatas. Sebab tidak semua aturan tentang monopoli dan persaingan sehat dapat dilanggar semata-mata pebisnis memiliki hak milik intelektual;

- 2) perjanjian yang berkaitan dengan waralaba, waralaba juga tidak ditegakan dalam undang-undang. Perkecualian ini berlaku terbatas, tidak semua aturan dalam undang-undang anti monopoli dan persaingan sehat dapat dilanggar hanya semata-mata pelaku bisnis telah melakukan waralaba;
- 3) perjanjian standar teknis produk barang dan atau jasa yang tidak membelenggu dan atau menghalang-halangi pesaingnya;
- 4) perjanjian dalam rangka keagenan yang isinya tidak memuat ketentuan untuk memasok kembali barang dan atau jasa dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan;
- 5) perjanjian kerjasama penelitian untuk peningkatan atau perbaikan standar hidup masyarakat luas;
- 6) perjanjian internasional yang telah diratifikasi oleh pemerintah.

b. Perbuatan yang dikecualikan;

- 1) perbuatan pelaku usaha yang tergolong dalam usaha kecil. Tentunya perkecualian tersebut harus ditafsirkan dengan sangat terbatas, agar pengusaha kecil tidak dengan seenaknya melanggar aturan tentang monopoli dan persaingan curang;
- 2) kegiatan usaha koperasi yang secara khusus bertujuan untuk melayani anggota, tapi tetap ada batas-batasnya agar koperasi tidak seenaknya melanggar ketentuan dalam undang-undang monopoli dan persaingan curang;

c. Perbuatan dan / atau perjanjian yang dikecualikan.

- 1) perbuatan dan atau perjanjian yang bertujuan untuk melaksanakan peraturan perundang-undangan yang berlaku;

- 2) perbuatan dan / atau perjanjian yang bertujuan untuk ekspor tidak mengganggu kebutuhan dan / atau pasokan pasar dalam negeri. Tentunya untuk ekspor tidak seenaknya mengabaikan aturan dalam undang-undang anti monopoli dan persaingan curang. Namun masih ada kemungkinan peraturan dilanggar oleh pelaku bisnis terutama peraturan yang bersifat regional, multinasional ataupun yang bersifat internasional.



Bab III

MONOPOLI DAN KEBIJAKSANAAN PEMERINTAH

Pasar bebas dianggap sebagai system yang lebih baik dan lebih akomodatif terhadap etika bisnis. Dalam system ekonomi pasar bebas, kegiatan bisnis lebih bisa diharapkan berjalan secara baik dan *fair*.

Untuk melihat kebijaksanaan pemerintah yang lebih akomodatif dan kondusif bagi kegiatan bisnis yang baik dan etis, maka perlu suatu pemahaman tentang monopoli, oligopoly dan suap serta masalah etis yang ditimbulkannya. Dengan pemahaman tersebut dapat diartikan pentingnya undang-undang anti monopoli dan peraturan perundang-undangan yang lainnya yang bertujuan untuk menciptakan iklim bisnis yang lebih baik dan etis dan sejalan dengan semangat pasar bebas.

1. Pengertian – pengertian.

Monopoli ialah suatu situasi dalam pasar di mana hanya ada satu atau segelintir perusahaan yang menjual produk atau komoditas tertentu yang tidak punya pengganti yang mirip dan ada hambatan bagi perusahaan atau pengusaha lain untuk masuk dalam bidang industri atau bisnis tersebut. Pasar dikuasai oleh satu perusahaan, sementara pihak lain sulit masuk di dalamnya, karena itu hampir tidak ada persaingan berarti disebabkan monopoli.

Oligopoli ialah salah satu bentuk monopoli tetapi agak berbeda sifatnya. Jika monopoli merupakan kolusi antara pengusaha

dan penguasa, maka oligopoly sesungguhnya adalah kolusi antara pengusaha dengan pengusaha:

Monopsoni ialah seorang atau satu kelompok usaha yang menguasai pangsa pasar yang besar untuk membeli suatu produk.

2. Monopoli dan Dimensi Etika Bisnis.

Oligopoli agak berbeda sifatnya dengan monopoli karena oligopoly terletak di antara pasar yang bebas dan terbuka di satu pihak dan monopoli di pihak yang lain. Dalam praktik, oligopoly pasar dikuasai oleh segelintir pengusaha, semakin sedikit semakin baik, bukan karena ada kolusi dengan pemerintah, melainkan karena kolusi di antara segelintir pengusaha tersebut untuk menguasai dan mendikte pasar. Milton Friedman mengatakan praktik seperti ini sebagai monopoli dengan sumber utamanya pada kolusi perusahaan swasta.

Inti dari oligopoly ialah bahwa beberapa perusahaan sepakat baik secara tersirat maupun tersurat untuk menetapkan harga produk dari industri sejenis pada tingkat yang jauh lebih tinggi dari harga berdasarkan mekanisme murni dalam pasar. Dalam hal ini setiap perusahaan sangat peka terhadap harga dan strategi pasar yang diambil oleh masing-masing perusahaan. Dengan demikian baik secara tersirat (diam-diam) maupun tersurat (melalui perjanjian) mereka akan menyesuaikan harga dan strategi pasar sesuai dengan langkah yang ditempuh perusahaan lain.

Bila dalam praktik monopoli artificial perusahaan tertentu melakukan kolusi dengan penguasa demi mengalahkan, atau lebih tepat menyingkirkan perusahaan lain, maka dalam praktik oligopoly yang terjadi adalah persekongkolan antara beberapa perusahaan yang sejenis dengan tujuan utama untuk mengalahkan dan mendikte konsumen. Maksudnya, daripada didekte oleh pasar, perusahaan-perusahaan tertentu bersekongkol untuk mendikte pasar, dengan demikian mendikte konsumen melalui kebijaksanaan harga yang lebih tinggi atau ketat. Memang efek sampingnya adalah perusahaan yang lain akan sulit masuk dalam industri sejenis tersebut, tetapi sesungguhnya yang ingin "diperangi" adalah konsumen.

Selain praktik oligopoly seperti merger, yaitu penggabungan beberapa perusahaan yang sebelumnya bersaing satu sama lain menjadi satu perusahaan raksasa, juga dikenal tiga bentuk praktik oligopoly lainnya, yaitu :

(1) kartel atau disebut juga persetujuan bersurat, dalam hal ini manajer dari beberapa perusahaan sejenis bertemu dan mengadakan persetujuan secara tersurat untuk membatasi persaingan di antara mereka dengan menetapkan harga jual produk mereka jauh di atas harga yang normal dalam pasar. Tujuan akhirnya ialah untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya bagi perusahaan-perusahaan yang terkait.

(2) Price-fixing dan manipulasi penawaran yaitu :

- *price - fixing* : perusahaan-perusahaan yang oligopolistis sepakat untuk menetapkan harga yang lebih tinggi dan memaksa konsumen untuk menerima harga tersebut.
- manipulasi penawaran : perusahaan-perusahaan oligopolistis sepakat untuk menanggukkan produksi untuk kurun waktu tertentu atau untuk menghentikan penawaran dalam kurun waktu tertentu, sehingga terjadi kelangkaan dalam pasar. Akibatnya, akan meningkat permintaan yang dengan sendirinya akan diikuti oleh naiknya harga produk dari perusahaan-perusahaan oligopolistis tadi. Dengan praktik manipulasi penawaran, timbul kesan seolah-olah pasarlah yang menyebabkan harga naik. Jadi kenaikan harga adalah mekanisme murni dari pasar. Padahal, kenaikan harga adalah akibat dari manipulasi perusahaan-perusahaan tersebut.
- *price - leadership* atau persetujuan diam-diam: sudah terjadi kesepakatan diam-diam antara perusahaan-perusahaan sejenis untuk menaikkan atau sebaliknya menurunkan harga produk mereka mengikuti langkah yang diambil oleh salah satu perusahaan sejenis. Pihak yang berinisiatif menaikkan dan menurunkan harga tersebut dikenal sebagai *price-leader*, biasanya adalah perusahaan yang

sangat menonjol. Asumsinya, daripada bersaing satu sama lain melalui tingkat harga produk sejenis yang beragam, lebih baik "bersekongkol" dengan menjual produknya pada tingkat harga yang sama. Bila mereka bersaing satu sama lain, yang rugi adalah produsen-produsen itu sendiri, sebaliknya yang untung adalah konsumen. Maka daripada bersaing dan merugikan produsen sendiri, lebih baik bersekongkol dengan satu tingkat harga, yang akan lebih menguntungkan produsen dan merugikan konsumen.

Dalam praktik nampak bahwa oligopoly tidak jauh berbeda dari persoalan yang muncul dalam praktik monopoli, yang paling dirugikan dengan praktik oligopoly adalah konsumen. Konsumen diperlakukan secara tidak adil karena dirugikan dan dalam banyak hal tidak bebas menentukan pilihannya baik dalam hal jenis barang maupun harga yang lebih kompetitif.

Yang menakutkan adalah praktik oligopoly tidak hanya merusak mekanisme pasar dan juga kepentingan masyarakat, melainkan juga menumpuk kekuatan ekonomi dan politik dalam kelompok tertentu. Akibatnya, perusahaan oligopolitis yang besar dan punya jaringan dan ikatan raksasa yang (konsumen dan masyarakat luas), melainkan dapat mendikte pemerintah untuk tunduk pada kepentingan mereka. Karena itu, jika satu perusahaan telah menaikkan – atau menurunkan harga produksinya, dengan serta merta perusahaan lain pun akan melakukan hal yang sama, maka persaingan di antara mereka tidak terjadi.

3. Monopoli – Oligopoly.

Monopoli perlu dibedakan yaitu :

- (a) monopoli alamiah; terjadi karena mekanisme murni dalam pasar, lahir secara wajar dan alamiah karena kondisi obyektif yang dimiliki oleh suatu perusahaan, yang menyebabkan perusahaan ini unggul dalam pasar tanpa bisa disaingi dan dikalahkan secara memadai oleh perusahaan lain.

Dalam monopoli ini, sesungguhnya pasar bersifat terbuka, sehingga perusahaan lain bebas masuk dalam jenis industri yang sama, hanya saja lazimnya perusahaan lain tidak mampu menandingi perusahaan monopolistis, sehingga perusahaan yang unggul relatif menguasai pasar dalam jenis industri tersebut.

Memang ada produk pengganti atau alternatif, tapi seringkali produk pengganti sulit menyamai dan menyaingi unggulan yang memonopoli pasar tadi karena kekhasan produk unggulan tersebut yang sudah diminati konsumen. Jadi monopoli perusahaan tersebut memang didasarkan pada keunggulannya dalam pasar, sementara itu, pasar sendiri tetap terbuka untuk dimasuki oleh pesaing-pesaing lain.

Jelas nampak kendati secara historis pasar bebas lahir untuk menghapus monopoli yang dikenal dalam system ekonomi merkantilistik, pasar sendiri dapat melahirkan jenis monopoli tertentu berupa monopoli alamiah. Hanya saja tidak ada persoalan moral yang serius dengan jenis monopoli ini, karena monopoli itu dinikmati karena kondisi obyektif. Jadi monopoli tersebut lahir secara fair, yaitu karena keunggulan teknologi, keunggulan manajemen, keunggulan komposisi ramuan produk tertentu yang digemari konsumen tanpa dapat ditiru perusahaan lain dan semacamnya. Monopoli ini lahir tanpa direayasa dan tanpa dukungan politik apapun, melainkan karena keunggulan, keuletan, kejelian membaca selera konsumen dan seterusnya. Maka tidak ada yang mempersoalkan dan menentang monopoli jenis ini.

Milton Friedman mengatakan bahwa jenis monopoli ini adalah berdasarkan pertimbangan teknis tertentu, jauh lebih efisien dan ekonomis jika industri tertentu hanya dikuasai oleh satu perusahaan saja, bukan banyak. Misalnya industri telepon, air dan listrik, umumnya dimonopoli oleh pemerintah demi efisiensi dan demi kepentingan bersama. Jadi jenis monopoli ini tidak banyak menimbulkan persoalan.

(b) **monopoli artificial.**

Monopoli ini muncul karena dukungan dan kolusi dengan pemerintah, pemerintah masih punya posisi kuat untuk menjinakkan kekuatan ekonomi monopolistis dalam kekuasaan pemerintah. Pada perusahaan oligopolistis, kekuatan ekonomi dan politik ini tumbuh di luar kendali pemerintah. Sampai tingkat tertentu mereka bisa dianggap sebagai asset bangsa, bisa kuat dalam persaingan global dan karena itu bisa mendatangkan devisa yang besar bagi negara. Ini berarti pemerintah bisa sulit mengambil langkah tertentu untuk mengendalikan mereka, kalau bukan didekte oleh perusahaan-perusahaan oligopolistis ini.

Bila dalam kurun waktu tertentu, pemerintah membutuhkan produksi dan distribusi massal dari produk tertentu, ternyata perusahaan oligopolistis ini menjadi dewa penyelamat karena kekuatan modal dan pasar yang dimilikinya. Pada saatnya akan menyulitkan posisi pemerintah dalam mengambil sikap terhadap sepak terjang perusahaan ini.

Tak dapat disangkal bila perusahaan besar dengan kekuatan ekonomi, bahkan sampai tingkat tertentu kekuasaan politik, yang besar tidak selamanya jelek. Perusahaan yang besar dan dalam arti tertentu oligopolistis dapat lebih menguntungkan tidak hanya bagi perusahaan itu melainkan juga bagi bangsa dan masyarakat pada umumnya. Perusahaan yang besar dengan kekuatan ekonomi dan politik yang besar dapat mengerahkan sumber daya yang besar, memproduksi barang dan jasa pada tingkat harga yang lebih murah dan efisien, mampu mengumpulkan investasi yang besar yang sangat dibutuhkan untuk mengembangkan perekonomian nasional. Namun di pihak lain, perusahaan-perusahaan yang oligopolistis itu membawa persoalan etis yang serius : terlanggarnya keadilan (ada pihak-pihak tertentu yang dirugikan : konsumen dan pengusaha lain), ada praktik yang tidak fair atau curang, munculnya ketimpangan ekonomi karena perusahaan oligopolistis menumpuk kekayaan ekonomi dengan mengeruk dan memeras rakyat banyak melalui harga yang lebih tinggi.

Jadi perusahaan besar yang oligopolistis bisa menggunakan pengaruhnya secara positif demi kepentingan bersama, dapat memanfaatkan kekuatan ekonomi dan politiknya demi kemajuan bangsa dan bukan merugikan masyarakat.

4. **Suap.**

Salah satu praktik yang sampai tingkat tertentu mengarah pada monopoli dan juga merusak pasar adalah suap. Suap mengarah pada monopoli karena dengan suap menyuap mencegah perusahaan lain untuk masuk dalam pasar untuk bersaing secara fair. Dengan suap, perusahaan penyuap mendapat hak istimewa untuk melakukan bisnis tertentu yang tidak bisa dimasuki oleh perusahaan lain. Melalui suap, pihak pemerintah mengeluarkan peraturan tertentu untuk melindungi kegiatan bisnis perusahaan penyuap atau mengeluarkan langkah kebijaksanaan tertentu yang bertujuan untuk melindungi perusahaan penyuap. Dengan demikian praktis ada hambatan baik secara legal – yuridis maupun praktis bagi perusahaan lain untuk masuk dalam industri sejenis. Jadi sesungguhnya suap pun berkaitan langsung dengan monopoli. Praktik suap akhirnya menyebabkan perusahaan lain kalah dan tersingkir secara menyakitkan melalui permainan yang tidak fair. Bersamaan dengan itu, dalam situasi tertentu, penyuap sesukanya menentukan harga dan dengan demikian merugikan konsumen. Akibat lebih lanjut ialah bahwa harga tidak mencerminkan fluktuasi dan mekanisme pasar dan juga tidak mencerminkan mutu barang yang dijual. Velasquez mengatakan : “Perusahaan penyuap bisa menetapkan harga yang lebih tinggi, melakukan terobosan sumber daya, dan mengabaikan kualitas dan kontrol biaya karena monopoli yang diperolehnya melalui suap akan menjamin keuntungan yang besar tanpa perlu membuat harga atau kualitas produknya kompetitif dengan harga yang lebih tinggi, melakukan pemborosan sumber daya, dan mengabaikan kualitas dan kontrol biaya karena monopoli yang diperolehnya melalui suap akan menjamin keuntungan yang besar tanpa perlu membuat harga atau kualitas produknya kompetitif dengan harga atau kualitas produk perusahaan lain.

Kita bedakan antara suap dan tip. Tip adalah hadiah atau pemberian Cuma-Cuma yang diberikan kepada seseorang atau pihak tertentu sebagai tanda terima kasih atas bantuan atau pelayanan yang telah diberikannya, meskipun bantuan atau pelayanan tersebut merupakan tugas dan tanggung jawabnya. Intinya ialah pemberian sebagai tip selalu diberikan setelah pelayanan atau bantuan diberikan dan karena itu tidak menjadi syarat bagi pelaksanaan pelayanan atau bantuan tersebut. Dalam praktik, tip yang berinisiatif memberi adalah pihak yang mendapat pelayanan atau bantuan. Maka tip adalah bentuk perilaku etis sebagai ungkapan penghargaan yang tulus atas jasa orang lain.

Tip tidak menjadi alat intimidasi secara halus atau lunak, maka jika tip tidak diberikan pelayanan berjalan seperti biasa, termasuk pelayanan-pelayanan lain dikemudian hari. Pelayanan dan bantuan tidak mengalami perubahan. Pihak yang memberi bantuan dan pelayanan pun tidak menggantungk^{an} pelayanan dan bantuannya itu pada tip.

Suap justru berbeda sekali dengan tip. Suap diberikan sebelum pelayanan atau bantuan diberikan dan merupakan syarat bagi pelaksanaan pelayanan dan bantuan tersebut yang sesungguhnya sudah menjadi tugas, tanggung jawab dan kewajiban pihak pelaksana itu. Suap sangat mempengaruhi dan menentukan seluruh pelaksanaan pelayanan, bantuan, dan transaksi selanjutnya. Bahkan dalam kasus suap yang berinisiatif, secara halus, baik samar-samar atau terang-terangan adalah pihak yang mendapat suap, yaitu pihak yang memberi jasa. Maka dapat ditebak bahwa dalam kasus tertentu suap menjadi semacam intimidasi.

Atas dasar perbedaan di atas, dikatakan bahwa tip tidak menimbulkan persoalan etis, sedangkan suap justru menimbulkan berbagai macam persoalan etis. Dalam budaya kita, tip pun bisa berubah hakikat menjadi suap, misalnya: pihak tertentu yang diberi tip merasa seakan terikat secara moral untuk memuluskan jalan bagi pemberi tip dalam relasi selanjutnya. Dengan adanya tip atau tidak, pihak yang berwenang – pemberi jasa – seharusnya hanya mendasarkan dirinya pada prinsip kualifikasi: kualitas dan keunggulan obyektif atau dalam kaitan dengan urusan prosedural, yang datang

pertama mendapat pelayanan pertama. Kalau hal ini benar-benar dupegang, tip akan tetap menjadi praktik budaya yang baik dan tidak berubah hakikat menjadi suap yang merusak.

Ada beberapa masalah etis yang terkait dengan praktik suap. Masalah-masalah tersebut sedikit banyak punya kemiripan dengan masalah yang ditimbulkan oleh monopoli dan oligopoly, yaitu:

- (1) praktik suap adalah praktik yang tidak fair, tidak adil. Dengan suap pihak lain disingkirkan bukan karena atas dasar obyektif, melainkan karena permainan kotor yaitu suap;
- (2) suap juga menimbulkan masalah ketidakadilan. Ketidakadilan distributive akibat praktik suap muncul dalam beberapa wujud, misalnya: kelompok tertentu yang mendapatkan proyek, atau diberi monopoli impor, ekspor atau penjualan produk tertentu, sehingga dalam waktu sekejap telah menjadi kaya raya melalui cara-cara yang tidak fair. Dana masyarakat yang seharusnya bisa dibagikan secara merata di antara berbagai pengusaha melalui mekanisme persaingan murni dalam pasar, lalu hanya terkonsentrasi pada kelompok tertentu. Akibatnya terjadi jurang dan ketimpangan social ekonomi.

Suap akan lebih terasa apabila dilakukan oleh perusahaan besar, karenanya mampu membayar nilai suap paling besar, dan dengan suap itu ia mendapat monopoli atau perlindungan untuk menggarap proyek tertentu yang memang sangat menguntungkan. Terjadilah penumpukan atau konsentrasi kekayaan pada kelompok tertentu.

Ketidakadilan distributive muncul dalam bentuk pembayaran upah buruh yang rendah. Maksudnya, dalam pasar yang masih memungkinkan untuk adanya persaingan, demi tetap menjaga daya saing perusahaan penyuap, biaya untuk suap diperoleh dengan cara menekan upah buruh serendah mungkin. Ini terutama terjadi dalam kaitan dengan perusahaan dalam negeri yang berorientasi ekspor. Di dalam negeri perusahaan tersebut melakukan suap untuk mendapat perlindungan dari pemerintah, tetapi pada taraf global ia tetap harus bersaing dengan perusahaan dari negara lain. Untuk bisa tetap

kompetitif, biaya produksinya ditekan serendah mungkin. Jalan yang ditempuh untuk itu adalah dengan menekan upah buruh. Padahal seandainya tanpa suap, upah buruh bisa lebih tinggi karena alokasi untuk suap bisa digunakan untuk meningkatkan upah buruh dan kelas pemilik modal tetap lebar kalau bukan semakin lebar.

- (3) ekonomi biaya tinggi, sekilas masalah ini hanya berkaitan dengan ekonomi, namun sesungguhnya inipun punya nuansa moral yang kuat. Ekonomi biaya tinggi disebabkan oleh praktik suap, karena membengkakkan biaya secara tidak perlu – pada akhirnya juga memberatkan masyarakat, termasuk masyarakat miskin. Jadi masyarakat miskin diperas dan dikuras daya belinya untuk kepentingan pengusaha penyup. Hal ini sangatlah tidak etis.
- (4) Dalam kasus suap melibatkan pihak birokrasi pemerintah, praktik suap melahirkan praktik kenegaraan yang tidak etis karena pelayanan publik yang menjadi tugas, tanggung jawab, dan kewajiban moral birokrasi pemerintah diperjual-belikan. Suap merupakan tindakan manipulasi jabatan dan kedudukan. Hal ini tidak hanya merendahkan martabat pejabat birokrasi tersebut – atau malah memperlihatkan rendahnya moralitas dan integritas moral pejabat, melainkan juga merendahkan martabat birokrasi pemerintah sebagai pelayan publik dan mengganggu kehidupan bersama. Pelayanan publik hanya akan dijalankan secara baik kalau ada suap, kepastian hukum dan kepastian ketatanegaraan pun tidak ada. Dengan kata lain, kepastian mekanisme dan system yang baik dan etis tidak ada. Yang ada hanyalah kepastian system yang korup, ada uang ada pelayanan. Yang lebih parah lagi adalah perasaan dipermainkan dan menjadi mainan birokrasi. Dalam hal ini pihak yang membutuhkan jasa pemerintah sehubungan dengan kegiatan bisnis dilempar dari satu meja ke meja yang lain, padahal itu bukan merupakan prosedur resmi. Akibatnya, kepercayaan masyarakat terhadap bangsa sendiri menjadi hilang. Timbullah kecurigaan wajar – yang seharusnya tidak perlu dari para pencari jasa pelayanan publik

terhadap birokrasi pemerintah. Akhirnya berkembang menjadi sebuah mental budaya yang merendahkan bangsa sendiri.

- (5) Hilangnya profesionalisme, khususnya komitmen sebagai orang yang profesional di bidangnya. Ini berlaku bagi pemberi suap maupun penerima suap. Pemberi suap mendapat proyek atau kemudahan bukan karena profesional, melainkan karena suap. Untuk selanjutnya seseorang tidak mengandalkan profesionalismenya melainkan hanya mengandalkan suap. Demikian juga penerima suap tidak lagi mendasarkan tugas pelayanannya pada kualitas profesional, melainkan pada suap tadi. Akhirnya hal ini akan melemahkan bangsa dan negara secara keseluruhan.



PERJANJIAN YANG DILARANG

1. Pengertian Perjanjian

Perumusan pengertian “perjanjian” dapat dijumpai pula dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Pasal 1 angka 7 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mengartikan “perjanjian” adalah *suatu perbuatan satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikatkan diri terhadap satu atau lebih pelaku usaha lain dengan nama apa pun, baik tertulis maupun tidak tertulis*. Berdasarkan perumusan pengertian tersebut, dapat disimpulkan unsur-unsur perjanjian menurut konsepsi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 meliputi:

- a. perjanjian terjadi karena suatu perbuatan;
- b. perbuatan tersebut dilakukan oleh pelaku usaha sebagai para pihak dalam perjanjian;
- c. perjanjiannya dapat dibuat secara tertulis atau tidak tertulis;
- d. tidak menyebutkan tujuan perjanjian.

Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, juga menggunakan kata “perbuatan”. Pasal 1313 merumuskan pengertian perjanjian sebagai *suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih*. Para ahli menganggap rumusan perjanjian menurut Pasal 1313 tersebut selain kurang lengkap juga terlalu luas. Perjanjian lahir karena ada persetujuan atau kesepakatan di antara para pihak, bukan persetujuan sepihak saja. Pengertian perbuatan di sini juga tidak

terbatas, mencakup perbuatan secara sukarela dan perbuatan yang bersifat melawan hukum. Dengan demikian, baik Kitab Undang-Undang Hukum Perdata maupun Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 sama-sama merumuskan pengertian perjanjian dalam pengertian yang luas.

Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, subjek hukum di dalam perjanjian tersebut adalah "pelaku usaha". Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menyatakan, yang dimaksudkan dengan "pelaku usaha" adalah *setiap orang perseorangan 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*. Dengan demikian, berdasarkan perumusan yang diberikan Pasal 1 angka 5 tersebut, subjek hukum di dalam perjanjian bisa berupa orang perseorangan atau badan usaha yang berbadan hukum atau bukan badan hukum, baik milik swasta maupun milik negara. Badan usaha dimaksud adalah badan usaha yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan usaha dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia. Dengan kata lain, badan usaha asing tidak dapat dijerat dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Pasalnya, hanya badan usaha yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan usaha dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia yang dapat dijerat dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Demikian pula, baik Batang Tubuh maupun Penjelasan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tidak menjelaskan lebih lanjut apakah orang perseorangan di sini juga harus berkedudukan atau melakukan kegiatan usaha (bisnis) di dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia atau tidak.

Hal ini berbeda dengan hukum *Antitrust* Amerika Serikat yang memungkinkan pelaku usaha asing terkena hukum *antitrust*, kalau membuat efek negatif terhadap perdagangan dalam negeri Amerika Serikat (Ayudha D. Prayoga, et al. (Ed.), 2000:75).

Perjanjian yang dirumuskan dalam Pasal 1 angka 7 tersebut adalah perjanjian sepihak. Namun, tidak berarti hanya perjanjian sepihak yang terkena Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Harus dipahami bahwa perjanjian sepihak saja sudah dapat terkena Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Jangkauan berlakunya sangat

menguntungkan (Ayudha D. Prayoga, et al., (Ed.), 2000:76).

Di Australia istilah perjanjian (*contract*) dalam hukum persaingan pada prinsipnya diartikan sebagaimana istilah *contract* biasa, yang mensyaratkan adanya *consideration* yang berarti masing-masing pihak saling memberikan sesuatu. Karenanya perjanjian sepihak tidak bisa dilaksanakan. Bahkan istilah "*arrangement*" dan "*understanding*" yang dipakai di dalam hukum persaingannya mengharuskan adanya *meeting of the minds* antara para pihak yang berarti bukan bersifat sepihak, walaupun artinya menunjukkan sesuatu yang lebih ringan dari perjanjian biasa. Di Amerika Serikat istilah "*agreement*" yang mencakup "*contract*", "*combination*", atau "*conspiracy*" menurut Section 1 dari the Sherman Act mengharuskan adanya tindakan bersama-sama dari dua orang atau lebih untuk membentuknya, sedangkan tindakan bersama (*concerted action*) hanya bisa dibenarkan apabila mereka mempunyai *unity of purpose*, atau *understanding*, atau telah terjadi *meeting of minds* di antara mereka (Ayudha D. Prayoga, et al., (Ed.), 2000:76-77).

Pengertian perjanjian sepihak menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 ternyata mirip dengan pengertian perjanjian menurut Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang juga dianggap mempunyai kelemahan. Mungkin kelemahan di dalam Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata ini dianggap tidak begitu penting, terbukti dengan tidak adanya usaha untuk memperbaikinya. Namun "kelemahan" pengertian perjanjian menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tidak bisa dianggap tidak penting, karena ia akan memungkinkan lebih mudahnya orang terkena pidana di dalam perjanjian-perjanjian yang *per se illegal*. Kalau perjanjian sepihak tidak dilarang, keadaan ini akan disalahgunakan, sehingga akan terjadi perjanjian sepihak yang ditaati oleh pihak-pihak yang sebenarnya tidak terikat yang akhirnya merusak persaingan. Hal ini bisa diatasi dengan menambah suatu ketentuan lain seperti persengkongkolan. Dengan ini, walaupun pasal perjanjian tidak bisa diberlakukan, mereka akan terkena ketentuan yang terakhir ini (bandingkan Ayudha D. Prayoga et al., (Ed.), 2000:77).

Di Amerika Serikat, ketentuan larangan "*conspiracy*" telah bisa mengatasi kesukaran pembuktian ada tidaknya perjanjian. Demikian pula di Australia, istilah "*arrangement*" atau "*understanding*" telah bisa mengatasi kesukaran yang serupa. Selain menggunakan

istilah "contract", Jepang juga menggunakan istilah "agreement" atau "any other concerted action" agar memperluas berlakunya hukum antimonopolinya (Ayudha D. Prayoga, et al., (Ed.), 2000:77).

2. Perjanjian-Perjanjian yang Dilarang

Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 terdapat 11 macam perjanjian yang dilarang untuk dibuat oleh pelaku usaha dengan pelaku usaha lain, sebagaimana diatur dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 16. Perjanjian-perjanjian yang dilarang dibuat tersebut dianggap sebagai praktik monopoli dan/atau persaingan usaha yang tidak sehat. Apabila perjanjian-perjanjian yang dilarang ini ternyata tetap dibuat oleh pelaku usaha, maka perjanjian yang demikian diancam batal demi hukum atau dianggap tidak pernah ada, karena yang dijadikan sebagai objek perjanjian adalah hal-hal yang tidak halal yang dilarang oleh undang-undang. Dari Pasal 1320 dan Pasal 1337 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, dapat diketahui salah satu syarat sah suatu perjanjian adalah adanya suatu sebab yang halal, yaitu apabila tidak dilarang oleh undang-undang atau tidak berlawanan dengan kesusilaan dan ketertiban umum. Selanjutnya, Pasal 1135 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menentukan, suatu perjanjian yang dibuat tapi terlarang tidak mempunyai kekuatan atau dianggap tidak pernah ada.

Perjanjian-perjanjian yang dilarang dan termasuk "praktik monopoli" di antara Pasal 4 sampai dengan Pasal 16 adalah perjanjian-perjanjian yang diatur dalam Pasal-pasal 4, 9, 13, dan 16; selebihnya adalah perjanjian-perjanjian yang dikategorikan melanggar "persaingan usaha tidak sehat". Meskipun keempat pasal di atas, yaitu Pasal-pasal 4, 9, 13, dan 16 termasuk perjanjian yang dianggap mengakibatkan praktik monopoli, tetapi keempat pasal itu pun - menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 - dapat menimbulkan "persaingan usaha tidak sehat". Tak peduli apakah akibat yang ditimbulkan itu bersifat kumulatif atau bersama-sama (terjadi praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat), maupun alternatif atau salah satu dari praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat saja (Insan Budi Maulana, 2000:18).

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 telah merumuskan pengertian "praktik monopoli" dan "persaingan usaha tidak sehat". Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 merumuskan

pengertian "praktik 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 dapat merugikan kepentingan umum*. Dari bunyi Pasal 1 angka 2 tersebut, jelas bahwa yang dikatakan sebagai praktik monopoli adalah apabila ada perilaku yang antipersaingan usaha dan hal itu dapat menimbulkan kerugian bagi kepentingan umum. Pengertian "pemusatan kekuatan ekonomi" dikemukakan dalam Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yaitu *penguasaan yang nyata atas suatu pasar bersangkutan oleh satu atau lebih pelaku usaha, sehingga dapat menentukan harga barang dan/atau jasa*. Dengan demikian dari bunyi Pasal 1 angka 3 sudah jelas bahwa salah satu indikator yang dapat digunakan untuk menentukan telah terjadi suatu peristiwa pemusatan kekuatan ekonomi adalah apabila telah terjadi "penguasaan atas suatu pasar secara nyata", sehingga harga barang diperdagangkan dan/atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen tidak lagi didasarkan pada mekanisme pasar, melainkan ditentukan sendiri oleh seseorang atau beberapa pelaku usaha yang telah menguasai pasar yang bersangkutan. Kemudian pengertian "persaingan usaha tidak sehat" dirumuskan dalam Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yaitu *persaingan antarpelaku 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*.

Berdasarkan bunyi Pasal 1 angka 6 jelas bahwa telah terjadi persaingan usaha atau bisnis tidak sehat atau curang bila antar pelaku usaha menjalankan kegiatan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa dilakukan secara tidak jujur, melawan hukum, atau menghambat persaingan usaha.

Dari Pasal 4 sampai dengan Pasal 16 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, terdapat beberapa perjanjian yang dilarang, sebagai berikut.

1. oligopoli (Pasal 4);
2. penetapan harga (Pasal 5);
3. diskriminasi harga dan diskon (Pasal 6 sampai dengan Pasal 8);
4. pembagian wilayah (Pasal 9);

5. pemboikotan (Pasal 10);
6. kartel (Pasal 11);
7. trust (Pasal 12);
8. oligopsoni (Pasal 13);
9. integrasi vertikal (Pasal 14);
10. perjanjian tertutup (Pasal 15);
11. perjanjian dengan luar negeri (Pasal 16).

2.1 Perjanjian Oligopoli

Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mencantumkan larang oligopoli. Dalam Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dinyatakan bahwa 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 praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Berdasarkan ketentuan Pasal 4 ayat (1) jelaslah bahwa undang-undang hanya melarang oligopoli yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Indikator yang terakhir ini harus dibuktikan. Ini berarti dengan sendirinya sepanjang penguasaan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa tersebut tidak mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat, maka usaha tersebut tidak dilarang oleh undang-undang. Lebih lanjut, Pasal 4 ayat (2) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menjelaskan pengertian penguasaan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat tersebut, yaitu apabila 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. Dengan demikian berdasarkan ketentuan Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha dilarang mengadakan perjanjian secara bersama-sama untuk melakukan penguasaan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa lebih dari 75% (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu, karena

perjanjian tersebut dapat menimbulkan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang dapat merugikan kepentingan umum. Dalam hal ini pembentuk Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 juga mengadakan pembedaan produk atas barang dan jasa. Pasal 1 angka 16 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menyatakan, barang adalah *setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha*. Kemudian pengertian jasa dikemukakan dalam Pasal 1 angka 17 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yaitu *setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang diperdagangkan dalam masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha*.

Berdasarkan Pasal 4 ini, perjanjian oligopoli dilarang apabila dapat merugikan persaingan, jadi 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 (Ayudha D. Prayoga, et al., (Ed.), 2000:78).

Sebagai perbandingan, di Amerika Serikat oligopoli di samping bisa terkena Section 1 dari the Sherman Act, juga bisa terjerat Section 2-nya yang menggunakan ungkapan "*combine or conspireto monopolize*". Penggunaan istilah "*combination*" atau "*conspiracy*" dalam hal ini lebih realistis mengingat oligopoli banyak dilakukan tanpa adanya *contract* yang formal. Oligopoli bisa terjadi dengan *implicit verbal negotiation*, di samping karena adanya *tacit collusion*. Penggunaan kata *combination* atau *conspiracy* dalam hal ini lebih bisa menjerat para oligopolis walaupun mereka juga harus mempunyai *unity of purpose* atau *understanding* atau telah terjadi *meeting of minds* di antara mereka (Ayudha D. Prayoga, et al., (Ed.), 2000:78).

2.2 Perjanjian Penetapan Harga

Perjanjian Harga Horizontal (Price Fixing)

Pasal 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha untuk mengadakan perjanjian dengan pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan/atau jasa yang harus dibayar konsumen atau pelanggannya. Dalam Pasal 5 ayat (1)

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dinyatakan bahwa 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. Berdasarkan ketentuan Pasal 5 ayat (1) ini, pelaku usaha dilarang mengadakan perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya guna menetapkan suatu harga tertentu atas suatu barang dan/atau jasa yang akan diperdagangkan pada pasar yang bersangkutan, sebab perjanjian seperti itu akan meniadakan persaingan usaha di antara pelaku usaha yang mengadakan perjanjian tersebut.

Price fixing oleh Australia (Section 45A dari the Trade Practices Act 1974) dan Amerika Serikat (Section 1 the Sherman Act 1890) dianggap sebagai “*naked restraint of trade with no purpose except the stifling of competition*”. Oleh karena itu hal ini dianggap *per se illegal*. Kita nampaknya mengikuti anggapan kedua negara ini. Dalam Pasal 5 ayat (1) tersebut dikatakan perjanjian penetapan harga horizontal dilarang tanpa melihat efek negatif dari perjanjian tersebut terhadap persaingan. Karena perjanjian *price fixing* ini *per se illegal*, tinggi-rendahnya harga yang ditetapkan menjadi tidak relevan. Dengan kata lain, walaupun efek negatif terhadap persaingan usaha kecil, perjanjian *price fixing* tetap dilarang. Hal ini berarti pula bahwa *market power* para pihak juga tidak relevan, walaupun kenaikan harga lebih mungkin terjadi apabila *market share* mereka besar (Ayudha D. Prayoga, et al., (Ed.), 2000:79-80).

Di dalam kepastiaan ekonomi dikenal istilah “konsumen akhir” dan “konsumen antara”. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Pengertian konsumen yang dirumuskan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah konsumen akhir. Dalam Pasal 1 angka 15 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dinyatakan, yang dimaksud dengan konsumen adalah *setiap pemakai dan/atau pengguna barang dan/atau jasa, baik untuk kepentingan diri sendiri maupun untuk kepentingan pihak lain*. Kemudian pengertian konsumen ini dikemukakan pula dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu *setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan*

diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Berdasarkan rumusan tersebut, maka pengertian konsumen terbatas pada pemakai atau pengguna barang dan/atau jasa untuk keperluannya, baik untuk keperluan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan (Rachmadi Usman, 2000:202-203).

Pengertian mengenai pasar bersangkutan menjadi sangat penting artinya dalam menentukan ada tidaknya monopoli, meskipun penentuan dari pasar bersangkutan sangat relatif (Ahmad Yani dan Gunawan Widjaja, 1999:14). Dalam hal ini, Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mengartikan “pasar bersangkutan” sebagai *pasar yang berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu oleh pelaku usaha atas barang dan atau jasa yang lama atau sejenis atau substitusi dari barang dan/atau jasa tersebut*.

Untuk menentukan relevansi atau kedudukan dari suatu pasar bersangkutan, pada umumnya orang mencoba untuk melakukan pendekatan sensitivitas produk tersebut dalam wilayah pemasaran produk yang sudah berjualan. Salah satu yang dapat dipakai adalah pendekatan *elasticity of demand*. Dari pendekatan tersebut dapat diketahui sampai seberapa jauh sensitivitas suatu produk terhadap perubahan harga, yang dinyatakan dengan persentase perubahan kebutuhan atau persentase perubahan harga (Ahmad Yani dan Gunawan Widjaja, 1999:15).

Meskipun tidak sederhana, untuk menilai relevansi dan keterkaitannya dengan produk kompetitor, diperkenalkan konsep *cross elasticity demand* (CED) antara kedua produk yang saling dikaitkan. Nilai CED diperoleh dari nilai persentase perubahan kebutuhan dari satu produk dibagi dengan nilai persentase perubahan harga dari produk lain yang sedang dibandingkan. Jika nilai CED-nya negatif berarti kedua produk dalam pasar tersebut saling melengkapi. Dan jika nilai CED-nya positif dengan angka yang relatif besar, kedua produk tersebut merupakan produk yang saling berkompetisi dalam pasar yang ada (Ahmad Yani dan Gunawan Widjaja, 1999:15).

Adakalanya penentuan pasar bersangkutan tidak dapat diterapkan secara *an rich*. Berbagai pertimbangan, khususnya yang berhubungan dengan “karakteristik” pasar yang berbeda satu dengan yang lain juga sangat mempengaruhi. Oleh karena itu dikenal pula

istilah penentuan pasar geografis yang relevan untuk menilai kompetisi produk yang ada dalam pasar tersebut (Ahmad Yani dan Gunawan Widjaja, 1999:15).

Untuk perjanjian tertentu seperti yang disebut dalam Pasal 5 ayat (2) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, tidak ada larangan *price fixing*, sepanjang hal tersebut tidak menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat dengan pesaing-pesaing bisnisnya. Pasal 5 ayat (2) tersebut menyatakan bahwa ketentuan larangan *price fixing* sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) tidak berlaku bagi :

- a. suatu perjanjian yang dibuat dalam suatu usaha patungan (*joint venture*), contohnya PT X dan PT Y mengadakan suatu usaha patungan dengan mendirikan PT A, di mana PT X dan PT Y diperkenankan untuk menentukan sendiri besarnya harga jual barang yang diproduksi PT A tersebut;
- b. suatu perjanjian yang didasarkan undang-undang yang berlaku, contohnya penentuan harga jual bahan bakar minyak (BBM) yang dilakukan oleh Pemerintah.

Dalam hal ini tidak dijelaskan *joint venture* seperti apa yang bisa dikecualikan. Memang *joint venture* antara pihak-pihak yang tidak saling bersaing tidak menyebabkan efek antikompetitif. Tetapi, bila usaha patungan seperti ini membuat *collateral restraint-yakni* perjanjian yang membatasi kompetisi di masa datang antara para pihak- usaha ini bisa menghadapi risiko tuntutan pelanggaran hukum persaingan. *Joint venture* antara para pesaing jelas dapat mengurangi persaingan, kecuali kalau bentuk kerja sama ini dibuat untuk memenuhi kebutuhan pasar yang tidak pernah atau tidak akan dipenuhi oleh masing-masing pihak secara individual. Kita tidak bisa mengatakan bahwa semua perjanjian dalam *joint venture* tidak akan merugikan persaingan; perlu dijelaskan lagi, dalam perjanjian *joint venture* yang bagaimana yang dikecualikan (Ayudha D. Prayoga, et al., (Ed.), 2000:87).

Sebagai perbandingan, di Australia, Section 45A (2) dan (4) mengecualikan perjanjian-perjanjian dalam *joint venture* dari ketentuan larangan *price fixing*. Pengecualiannya hanya pada larangan *per se illegal-nya*. Artinya, kalau akhirnya terbukti mempunyai tujuan atau efek yang antikompetitif, perjanjian *price fixing* dalam *joint venture* tersebut tetap dilarang. Di samping itu,

harus dipenuhi syarat-syarat tertentu untuk dapat memanfaatkan fasilitas ini (Ayudha D. Prayoga, et al., (Ed.), 2000:87).

Di Amerika Serikat, menurut the Export Trading Company Act 1982, untuk mendapatkan imunitas terbatas dari hukum *antitrust, joint venture* yang melakukan ekspor harus memenuhi syarat: tidak akan mengurangi persaingan dan perdagangan di dalam atau perdagangan ekspor Amerika Serikat, tidak menaikkan, menstabilisasikan, atau menekan harga di Amerika Serikat secara tidak wajar, tidak menimbulkan cara kompetisi yang tidak sehat dengan pesaing-pesaing, dan lain-lain. Di samping itu the Department of Justice dan the Federal Trade Commission telah memberikan semacam *guidelines* bagi *joint venture* tertentu lainnya yang akan menikmati imunitas terbatas dari hukum *antitrust* (Ayudha D. Prayoga, et al., (Ed.), 2000:87-88).

Di Uni Eropa, *joint venture* pada dasarnya dianggap selalu mengurangi dan/atau merugikan persaingan, sehingga melanggar Pasal 85 (1) the Treaty of Rome. Walaupun demikian, the Eropa Union Commission bisa memberikan pengecualian menurut Pasal 85 (3) dengan syarat bentuk usaha ini dapat memperbaiki dan/atau mengembangkan produksi dan distribusi barang atau jasa, atau mendorong kemajuan teknologi dan ekonomi dengan memungkinkan masyarakat konsumen memperoleh bagian yang add dari keuntungan yang dihasilkan dan yang tidak menyebabkan terjadinya pembatasan dan hambatan terhadap persaingan dari produk yang bersangkutan (Ayudha D. Prayoga, et al., (Ed.), 2000:88).

2.3 Diskriminasi Harga dan Diskon

Larangan penetapan diskriminasi (*price discrimination*) disebutkan dalam Pasal 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Pasal 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tersebut 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. Berdasarkan 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 di kalangan pelaku usaha atau dapat merusak persaingan 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 ini juga dapat merusak persaingan usaha. Salah satunya menerapkan diskriminasi harga. Dalam hal ini terdapat tiga jenis dan tingkatan strategis diskriminasi harga, di mana setiap tingkatan menuntut informasi yang berbeda mengenai konsumen, yaitu :

1. Diskriminasi harga sempurna, di mana produsen akan menetapkan harga yang berbeda untuk setiap konsumen. Setiap konsumen akan dikenakan harga tertinggi yang sanggup dibayarnya. Dengan menerapkan strategi ini, produsen akan menyerap seluruh surplus konsumen, sehingga dapat mencapai laba yang paling tinggi. Strategi ini hanya dapat diimplementasikan pada kasus tertentu saja, karena menuntut produsen untuk mengetahui dengan tepat berapa jumlah maksimum yang ingin dibayarkan oleh konsumen untuk jumlah barang yang ditawarkan;
2. Pada situasi di mana produsen tidak dapat mengidentifikasi maksimum harga yang dapat dikenakan untuk setiap konsumen, atau situasi di mana produsen tidak dapat melanjutkan struktur harga yang sama untuk tambahan unit penjualan, maka produsen dapat menerapkan strategi diskriminasi tingkat harga kedua, di mana produsen akan menerapkan sebagian dari surplus konsumen. Pada strategi ini produsen menerapkan harga yang berbeda untuk setiap pembelinya berdasarkan jumlah barang yang dibeli. Pembeli yang bersedia membeli barang lebih banyak diberikan harga per unit yang lebih murah. Makin sedikit barang yang dibeli, harga per unitnya semakin mahal. Strategi ini banyak dilakukan pada penjualan grosir atau pasar swalayan besar;
3. Bentuk terakhir diskriminasi harga umumnya diterapkan produsen yang mengetahui bahwa permintaan atas produk mereka beragam secara sistematis berdasarkan karakteristik konsumen dan kelompok demografis. Pada kondisi ini,

produsen dapat memperoleh keuntungan dengan mengenakan tarif yang berbeda untuk setiap kelompok konsumen yang berbeda (Ayudha D. Prayoga. et al., (Ed.), 2000:94-95).

Demikian pula pelaku usaha dilarang menerapkan harga di bawah biaya marginal (*predatory price*). Pasal 7 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah pasar, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Berdasarkan ketentuan Pasal 7 tersebut, perjanjian penetapan harga di bawah biaya marginal yang dilarang adalah perjanjian yang dibuat pelaku usaha dengan pelaku usaha pesaingnya dengan tujuan menetapkan harga di bawah pasar atau di bawah biaya rata-rata, yang membawa akibat timbulnya persaingan usaha yang tidak sehat.

Pada satu sisi, penetapan harga di bawah biaya marginal akan menguntungkan konsumen dalam jangka pendek, tetapi di pihak lain akan sangat merugikan pesaing (produsen lain). *Predatory pricing* ini sebenarnya merupakan hasil dari perang harga tidak sehat antara pelaku usaha dalam rangka merebut pasar. Strategi yang tidak sehat ini pada umumnya beralasan bahwa harga yang ditawarkan merupakan hasil kinerja peningkatan efisiensi perusahaan. Oleh karena itu, hal ini tidak akan segera terdeteksi sampai pesaing dapat mengukur dengan tepat berapa harga terendah yang sesungguhnya dapat ditawarkan pada konsumen (di mana harga = biaya marginal). Strategi ini akan menyebabkan produsen menyerap pangsa pasar yang lebih besar, yang dikarenakan berpindahnya konsumen pada penawaran harga yang lebih rendah. Sementara produsen pesaing akan kehilangan pangsa pasarnya. Pada jangka yang lebih panjang, produsen pelaku *predatory pricing* akan dapat bertindak sebagai monopolis (Ayudha D. Prayoga, et al. (ed.) 2000:100).

Pasal 8 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha untuk 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 telah diterimanya, dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Berdasarkan ketentuan Pasal 8 ini, pelaku usaha (*supplier*) dilarang membuat perjanjian dengan pelaku

usaha lain (distributor) untuk menetapkan harga vertikal (*resale price maintenance*), di mana penerima barang dan/ atau jasa selaku distributornya tidak boleh menjual atau memasok kembali barang dan/atau jasa yang telah diterimanya dari *supplier* tersebut dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan sebelumnya antara *supplier* dan distributor, sebab hal itu akan dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat.

Salah satu alasan diadakan perjanjian *resale price maintenance* ini adalah untuk menghindari *intra-brand competition* di antara para distributor, yang bisa mengancam stabilitas jaringan ecerannya. Di samping itu, mungkin *supplier* ingin juga mempertahankan persepsi para konsumen terhadap kualitas produknya. *Resale price maintenance* bisa juga terjadi ketika melaksanakan *price fixing* dari kartel di antara para *retailer*. Hal ini dilakukan karena sulit untuk melaksanakannya dengan perjanjian *resale price maintenance*. Mungkin juga *supplier* menetapkan *resale price maintenance* untuk melaksanakan perjanjian *price fixing* di antara *supplier* ini dengan *supplier* lain (Ayudha D. Prayoga, et al., (Ed.), 2000:80).

Dari bunyi Pasal 8 terlihat bahwa perjanjian penetapan harga vertikal hanya dilarang apabila dapat mengakibatkan terjadinya persaingan tidak sehat. Artinya, berbeda dari *price fixing*, ia bukan *per se illegal*. Tidak diketahui mengapa ada perbedaan semacam ini, padahal keduanya sama-sama mengenai harga yang merupakan faktor terpenting di dalam persaingan, dan persaingan harga merupakan tujuan paling utama dari hukum persaingan (Ayudha D. Prayoga, et al., (Ed.), 2000:80).

Sebagai perbandingan, Amerika Serikat dan Australia mengategorikan baik *price fixing* maupun *resale price maintenance* sebagai *per se illegal*. Baik *price fixing* maupun *resale price maintenance* sama-sama merugikan persaingan dan konsumen. Salah satu perbedaan antara keduanya adalah di dalam *resale price maintenance* ada korban yang lebih langsung, yakni *retailer* yang tergeser karena tidak menyukai *resale price maintenance* tersebut. Pengalaman di Australia menunjukkan bahwa *resale price maintenance* lebih mudah dibuktikan daripada *price fixing*, karena biasanya *retailer* (yang biasanya sukar memberikan diskon) tersebut akan melaporkan dan memberikan bukti-bukti langsung (Ayudha D. Prayoga, et al., (Ed.), 2000:80-81).

2.4 Perjanjian Pembagian Wilayah

Perjanjian *price fixing* bukan satu-satunya cara mengontrol harga. Cara lain yang walaupun tidak secara langsung dapat mengontrolnya, yakni perjanjian di antara pelaku usaha untuk tidak saling berkompetisi satu sama lain. Caranya, mereka membagi wilayah pemasaran barang atau jasa mereka. Ada banyak perjanjian pembagian wilayah ini, pertama, pelaku usaha dapat membagi pasar secara geografis; kedua, membagi jenis atau kelas pelanggan atau konsumen (misalnya *wholesalers* atau *retailers*); dan ketiga, mereka bisa membagi pasar berdasarkan jenis produk yang dikeluarkan (misalnya peralatan video profesional dan alat video amatir) (Ayudha D. Prayoga, et al., (Ed.), 2000:81).

Pasal 9 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha untuk mengadakan perjanjian pembagian wilayah (*market allocation*), baik yang bersifat vertikal atau horizontal. Dalam Pasal 9 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dinyatakan bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya dengan tujuan membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar terhadap barang dan/atau jasa, sehingga mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Berdasarkan Pasal 9 ini, perjanjian pembagian wilayah yang terkena larangan adalah jika isi perjanjian pembagian wilayah yang dimaksud bertujuan membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar terhadap suatu produk barang dan/atau jasa, di mana perjanjian itu dapat menimbulkan praktik monopoli dan/ atau persaingan usaha tidak sehat. Perjanjian ini dilarang karena pelaku usaha meniadakan atau mengurangi persaingan dengan cara membagi wilayah pasar atau alokasi pasar. Wilayah pemasaran di sini dapat berarti wilayah negara Republik Indonesia atau bagian wilayah negara Republik Indonesia, misalnya provinsi, kabupaten/kota, atau wilayah regional yang lain. Membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar itu berarti membagi wilayah untuk memperoleh atau memasok barang, jasa atau barang, dan jasa tertentu. Perjanjian seperti ini dapat menimbulkan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha yang tidak sehat.

Dari ketentuan Pasal 9 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dapat disimpulkan bahwa perjanjian pembagian wilayah tidak termasuk *per se illegal*; oleh karena itu perjanjian yang demikian hanya dilarang apabila dapat mengakibatkan terjadinya praktik

monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat (bandingkan Ayudha D. Prayoga, et al., (Ed.), 2000:81).

Hal ini berbeda dengan ketentuan di Amerika Serikat yang menganggapnya sebagai *per se illegal*. Pada umumnya memberlakukan *market allocation* sama dengan *price fixing*. Perjanjian *price fixing* memungkinkan setiap pesaing menjual produknya pada harga monopoli tanpa rasa takut bahwa yang lain akan menurunkan harga. *Market allocation* memungkinkan hal yang sama, karena setiap pesaing tidak menghadapi persaingan berhubungan dengan konsumen yang dilayani, sehingga ia bebas menetapkan harga monopoli. Sebaliknya, ada kemungkinan pembagian wilayah pemasaran ini membuat produksi atau pemasaran menjadi lebih efisien. Para pesaing dapat bersepakat untuk tidak memproduksi produk-produk tertentu atau meninggalkan wilayah-wilayah tertentu dan memfokuskan pada produk-produk atau wilayah-wilayah tertentu yang lain untuk mencapai *economies of scale* dan spesialisasi. Dengan kata lain, efisiensi yang lebih besar akan tercapai. Namun, efisiensi semacam ini baru bisa tercapai dengan adanya perjanjian antar pesaing (Ayudha D. Prayoga, et al., (Ed.), 2000:81-82).

2.5 Pemboikotan

Pelaku usaha juga dilarang untuk membuat perjanjian untuk melakukan pemboikotan (*boycott*). Pemboikotan ini merupakan perjanjian horizontal antara pelaku usaha pesaing untuk menolak mengadakan hubungan dagang dengan pelaku usaha lain. Larangan membuat perjanjian pemboikotan ini diatur dalam Pasal 10 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yang menetapkan:

- (1) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya yang dapat menghalangi pelaku usaha lain untuk melakukan usaha yang sama, baik untuk tujuan pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri.
- (2) 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 merugikan pelaku usaha lain; atau

- b. membatasi pelaku usaha lain dalam menjual atau membeli setiap barang dan/atau jasa dari pasar bersangkutan.

Pemboikotan seperti yang diatur dalam Pasal 10 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 ini dapat menutup akses kepada input yang diperlukan oleh pesaing-pesaing lain (bandingkan Ayudha D. Prayoga, et al., (Ed.), 2000:84).

Sebagai perbandingan, di Australia, *boycott* ini - yang oleh Section 4D Trade Practices Act 1974 disebut juga sebagai *exclusionary provisions* - dilarang secara mutlak, terlepas dari dampaknya terhadap persaingan (Ayudha D. Prayoga, et al., (Ed.), 2000:84).

Dari bunyi Pasal 10 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, dapat diketahui kalau Indonesia ternyata tidak mutlak meng-anutnya seperti yang dilakukan Australia. Pasal 10 ayat (1) memang tidak mensyaratkan adanya dampak negatif dari perjanjian pemboikotan tersebut. Akan tetapi ayat (2) pasal yang sama mensyaratkan adanya kerugian yang diderita pelaku usaha lain sebagai akibat pemboikotan atau halangan perdagangan barang dan/atau jasa di pasar bersangkutan. Namun demikian, tidak berarti harus ada syarat dampak negatif terhadap persaingan, karena terpenuhinya syarat di dalam ayat (2) tersebut tidak berarti persaingan pasti akan berkurang (bandingkan Ayudha D. Prayoga, et al., (Ed.), 2000:84).

2.6 Kartel

Seringkali suatu industri hanya mempunyai beberapa pemain yang mendominasi pasar. Keadaan demikian dapat mendorong mereka untuk mengambil tindakan bersama dengan tujuan memperkuat kekuatan ekonomi mereka dan mempertinggi keuntungan. Ini akan mendorong mereka untuk membatasi tingkat produksi maupun tingkat harga melalui kesepakatan bersama di antara mereka. Kesemuanya dimaksudkan untuk menghindari terjadinya persaingan yang merugikan mereka sendiri. Kalau berpegang pada teori monopoli, suatu kelompok industri yang mempunyai kedudukan oligopolis akan mendapat keuntungan yang maksimal bila mereka secara bersama berlaku sebagai monopolis.

Dalam praktiknya, kedudukan oligopolis ini diwujudkan melalui apa yang disebut asosiasi-asosiasi. Melalui asosiasi ini mereka dapat mengadakan kesepakatan bersama mengenai tingkat produksi, tingkat harga, wilayah pemasaran, dan sebagainya (Agus Sardjono, 1998:26-27), yang kemudian melahirkan kartel, yang dapat pula mengakibatkan terciptanya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha yang tidak sehat.

Kamus Hukum Ekonomi ELIPS (1997:21) mengartikan kartel (*cartel*) sebagai "persekongkolan atau persekutuan di antara beberapa produsen produk sejenis dengan maksud untuk mengontrol produksi, harga, dan penjualannya, serta untuk memperoleh posisi monopoli". Dengan demikian, kartel merupakan salah satu bentuk monopoli, di mana beberapa pelaku usaha (produsen) bersatu untuk mengontrol produksi, menentukan harga, dan/ atau wilayah pemasaran atas suatu barang dan/atau jasa, sehingga di antara mereka tidak ada lagi persaingan. Larangan membuat perjanjian kartel ini dicantumkan dalam Pasal 11 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang menetapkan bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha saingannya yang bermaksud mempengaruhi harga dengan mengatur produksi dan/ atau pemasaran suatu barang dan/atau jasa, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

Dari Pasal 11 tersebut dapat dilihat bahwa hukum negara-negara Barat tidak banyak mempengaruhi ketentuan pasal ini. Di Amerika Serikat, Australia, dan Uni Eropa, kartel dianggap sebagai *per se illegal*. Di Amerika Serikat, sebagaimana *price fixing*, kartel disebut sebagai *naked restraint* yang mempunyai tujuan tunggal untuk mempengaruhi tingkat harga dan *output*. Oleh karena itu, wajar apabila Section 1 the Sherman Act memperlakukannya sebagai *per se illegal*. Artinya, perjanjian kartel sendiri yang dilarang tanpa melihat kewajaran tingkat harga yang disepakati, tanpa melihat *market power* para pihak, bahkan tanpa melihat apakah perjanjian kartel tersebut sudah dilaksanakan atau belum. Negara Australia dengan Section 45 jo. 4D (1) dan 45A (1) dari the Trade Practices Act 1974 juga mengategorikan kartel sebagai *per se illegal*. Begitu juga Uni Eropa, dengan Article 85 dari the Treaty of Rome (Ayudha D. Prayoga, et al. (Ed.), 2000:82).

Alasan mengapa kartel dianggap sebagai *per se illegal* di negara-negara Barat terletak pada kenyataan bahwa *price fixing* dan perbuatan-perbuatan kartel yang lain benar-benar mempunyai dampak negatif terhadap harga dan *output* jika dibandingkan dengan dampak pasar yang kompetitif. Sedangkan kartel jarang sekali menghasilkan efisiensi, atau efisiensi yang dihasilkan sangat kecil dibandingkan dampak negatif dari tindakan-tindakannya. Suatu kartel yang berhasil akan mengeluarkan keputusan-keputusan tentang harga dan *output* seperti layaknya keputusan-keputusan yang dikeluarkan sebuah perusahaan tunggal yang memonopoli. Akibatnya, pertama, kartel mendapatkan keuntungan-keuntungan monopoli dari para konsumen yang terus-menerus membeli barang atau jasa dengan harga kartel; dan kedua, terjadi penempatan sumber secara salah yang diakibatkan oleh pengurangan *output* karena biaya dengan harga yang kompetitif untuk mempertahankan (Ayudha D. Prayoga, et al., (Ed.) 2000:82-83).

Pada sisi lain, kartel juga bisa memberi keuntungan. Oleh karena itu, keberadaan dan tumbuh-kembangnya diperbolehkan sepanjang hal ini memberikan keuntungan bagi masyarakat banyak. Selain itu, kartel juga dapat membentuk stabilitas dan kepastian tingkat produksi, tingkat harga, dan wilayah pemasaran (yang sama) di antara para pelaku usaha yang tergantung dalam asosiasi tertentu. Dengan sendirinya pasar menjadi tidak kompetitif lagi dan karenanya akan merugikan konsumen. Kalau kita perhatikan bunyi ketentuan Pasal 11 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, perjanjian kartel yang dilarang adalah perjanjian tingkat produksi, tingkat harga, dan/ atau wilayah pemasaran atas suatu barang, jasa, atau barang dan jasa, yang dapat berdampak pada terciptanya monopoli dan/ atau persaingan usaha tidak sehat dengan pelaku usaha saingannya.

Larangan yang terdapat dalam Pasal 11 tersebut tidak mengategorikan kartel sebagai *per se illegal*, sebab kartel masih dimungkinkan sepanjang tidak menimbulkan praktik monopoli dan/ atau persaingan usaha yang tidak sehat, yang merugikan masyarakat dan konsumen (bandingkan Ayudha D. Prayoga, et al., (Ed.), 2000:83).

Indonesia kelihatannya mengikuti Jepang yang mensyaratkan adanya "*substantial restraint of competition*" yang "*contrary to the public interest*" di dalam larangan terhadap kartel. Perjanjian kartel baru ilegal kalau sudah dipraktikkan dan ternyata mengurangi

persaingan secara substansial. Namun, the Fair Trade Commission di Jepang telah mengambil jalan tengah dengan mengambil tindakan ketika peserta kartel telah melakukan langkah-langkah awal untuk melaksanakan perjanjian kartel. Dengan begitu telah dibuat suatu anggapan, begitu peserta mulai melaksanakan kartel, kartel itu pasti mengurangi persaingan secara substansial seandainya tidak diberhentikan atau dilarang (Ayudha D. Prayoga, et/al., (Ed.), 2000:84).

2.7 Oligopsoni

Demikian pula pelaku usaha dilarang membuat perjanjian oligopsoni, di mana keadaan pasar yang permintaannya dikuasai oleh pelaku usaha tertentu. Larangan ini dicantumkan dalam Pasal 12 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang menyatakan:

- (1) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang bertujuan untuk secara bersama-sama menguasai pembelian atau penerimaan pasokan agar dapat mengendalikan harga atas barang dan/atau jasa dalam pasar yang bersangkutan, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.
- (2) Pelaku usaha patut diduga atau dianggap secara bersama-sama menguasai pembelian dan/atau penerimaan pasokan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) apabila 2 (dua) atau 3 (tiga) pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai lebih 75% (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

Dengan demikian, berdasarkan ketentuan Pasal 11 tersebut, dapat disimpulkan yang terkena larangan membuat perjanjian oligopsoni adalah perjanjian yang dibuat pelaku usaha yang satu dengan pelaku usaha lain, yang bertujuan:

1. secara bersama-sama;
2. menguasai pembelian dan/atau penerimaan pasokan atas suatu barang, jasa, atau barang dan jasa tertentu;
3. dapat mengendalikan harga atas barang, jasa, atau barang dan jasa dalam pasar yang bersangkutan;

4. menguasai lebih dari 75% (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu. Pangsa pasar adalah persentase nilai jual atau beli barang atau jasa tertentu yang dikuasai oleh pelaku usaha pada pasar bersangkutan dalam kalender tertentu;
5. perjanjian yang dibuat tersebut ternyata dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Berarti perjanjian oligopsoni tidak akan dilarang sepanjang tidak menimbulkan monopolisasi dan/atau tetap menciptakan pasar kompetitif dan/atau tidak merugikan masyarakat.

2.8 Integrasi Vertikal

Praktik integrasi vertikal yang dilakukan beberapa pelaku usaha termasuk perjanjian yang dilarang oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Dalam Pasal 14 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dinyatakan 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. Dari ketentuan Pasal 14 ini jelas bahwa yang dimaksud dengan integrasi vertikal adalah penguasaan produksi atas sejumlah produk, yang termasuk dalam rangkaian proses produksi atas barang tertentu, mulai dari hulu sampai hilir, atau proses yang berlanjut atas suatu layanan jasa tertentu oleh pelaku usaha tertentu. Meskipun praktik integrasi vertikal ini dapat menghasilkan barang dan/atau jasa dengan harga murah, hal itu dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat yang dapat merusak sendi-sendi perekonomian masyarakat. Oleh karena itu, praktik integrasi vertikal dilarang oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 sepanjang menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan/atau merugikan masyarakat.

Dengan adanya Pasal 14 ini, berbagai bidang usaha yang mungkin sangat menguntungkan dan efisien dilakukan di Indonesia justru tidak dapat dikerjakan. Integrasi vertikal suatu usaha tidak selalu buruk, malah sebenarnya usaha integrasi dilakukan untuk

meningkatkan efisiensi. Integrasi yang dilakukan di masa lalu mungkin buruk dan beberapa di antaranya merugikan masyarakat-karena dalam banyak hal integrasi tersebut hanya dapat dilakukan oleh perusahaan-perusahaan tertentu-sehingga merugikan kelompok masyarakat tertentu pula (Pande Raja Silalahi, 1999:12-13).

2.9 Perjanjian Tertutup

Perjanjian tertutup termasuk perjanjian yang dilarang dibuat pelaku usaha. Pasal 15 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha untuk membuat perjanjian tertutup dengan pelaku usaha lainnya. Dalam Pasal 15 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dinyatakan:

- (1) 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.
- (2) 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.
- (3) 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 pelaku 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.

2.10 Perjanjian dengan Pihak Luar Negeri

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha untuk membuat perjanjian dengan pihak luar negeri jika perjanjian tersebut dapat menimbulkan praktik monopoli dan/atau persaingan

usaha tidak sehat. Hal ini dinyatakan dalam Pasal 16 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pihak lain di luar negeri yang memuat ketentuan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Dari Pasal 16 ini dapat disimpulkan bahwa perjanjian dengan pihak luar negeri yang dilarang adalah yang dibuat pelaku usaha dengan perjanjian yang memuat ketentuan-ketentuan tidak wajar atau dapat menimbulkan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

3. Perjanjian-Perjanjian yang Dikecualikan

Di beberapa negara, Undang-Undang Antimonopoli kerap kali mengesampingkan beberapa tindakan hukum sehingga tindakan tersebut tidak dapat dikenakan sanksi. Dengan kata lain, tindakan itu tidak dianggap sebagai suatu pelanggaran (Insan Budi Mau-lana, 2000:61).

Demikian pula dengan negara Indonesia. Selain mengadakan pengecualian berlakunya pasal tertentu terhadap ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, ternyata undang-undang ini juga mengadakan pengecualian berlakunya semua ketentuan di dalamnya terhadap perjanjian-perjanjian tertentu. Pengecualian dari ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 ini diatur dalam Pasal 50 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yang menyatakan bahwa pengecualian dari ketentuan Undang-undang ini adalah :

- a. Perbuatan dan/atau perjanjian yang bertujuan melaksanakan peraturan perundang-undangan yang berlaku; atau
- b. Perjanjian yang berkaitan dengan hak atas kekayaan intelektual seperti lisensi, paten, merek dagang, hak cipta, desain produk industri, rangkaian elektronik terpadu, dan rahasia dagang, serta perjanjian yang berkaitan dengan waralaba; atau
- c. Perjanjian penetapan standar teknis produk barang dan/atau jasa yang tidak mengekang dan/atau menghalangi persaingan; atau
- d. Perjanjian dalam rangka keagenan yang isinya tidak memuat ketentuan untuk memasok kembali barang dan/atau jasa dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan; atau

- e. Perjanjian kerja sama penelitian untuk peningkatan atau perbaikan standar hidup masyarakat luas; atau
- f. Perjanjian internasional yang telah diratifikasi oleh Pemerintah Republik Indonesia; atau
- g. Perjanjian dan/atau perbuatan yang bertujuan untuk ekspor yang tidak mengganggu kebutuhan dan/atau pasokan dalam negeri; atau
- h. Pelaku usaha yang tergolong usaha kecil; atau
- i. Kegiatan usaha koperasi yang secara khusus bertujuan untuk melayani anggotanya.

Disayangkan bahwa Penjelasan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tidak menjelaskan perjanjian-perjanjian tersebut lebih lanjut. Padahal pasal pengecualian ini penting, terutama bagi pelaku usaha yang ingin memanfaatkannya. Di samping ketidakjelasan, dikhawatirkan hal ini juga dapat menimbulkan penyalahgunaan (bandingkan Ayudha D. Prayoga, et al., (Ed.), 2000:85). Bahkan ada yang mengkritiknya sebagai suatu inkonsistensi (Hikmahanto Juwana, 1999:28).

Pemerintah dapat saja menyalahgunakan kekuasaan yang dimilikinya, begitu juga dengan pelaku usaha yang berkolusi dengan pemerintah untuk membuat ketentuan yang antipersaingan usaha, yang kemudian oleh pemerintah dituangkan dalam berbagai peraturan perundang-undangan. Selama Orde Baru berkuasa, praktik monopoli dan/atau persaingan usaha yang tidak sehat selalu dilegalisir melalui peraturan perundang-undangan. Amerika Serikat mengenal istilah "state action doctrine", artinya peraturan *antitrust* hanya berlaku dalam dunia bisnis selama tidak digunakan untuk melaksanakan peraturan negara bagian. Namun, peraturan negara bagian yang antikompetitif bisa tidak sah karena bertentangan dengan Konstitusi, yakni mengganggu perdagangan secara tidak wajar; Amandemen Pertama Konstitusi; atau undang-undang Pemerintah Federal, seperti Federal Trade Commission Act atau Hukum Paten (Ayudha D. Prayoga, et al. (Ed.), 2000:85).

Jika memperhatikan fakta pengecualian dari Pasal 50, para perancang undang-undang telah keliru memahami perundang-undangan di bidang hak atas kekayaan intelektual (HaKI). Selain itu,

isi pasal tersebut tidak sesuai dengan realitas yang terjadi di masyarakat Eropa, Jepang, dan Jerman, yang juga mengatur larangan-larangan perjanjian lisensi, *know how*, merek, dan waralaba, apabila perjanjian itu bertentangan dengan prinsip-prinsip persaingan jujur (Insan Budi Maulana, 2000:64-65). Bahkan secara internasional posisi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 kurang menguntungkan. Ketika masyarakat internasional mulai curiga adanya kemungkinan dampak negatif dari praktik-praktik perlisensian di bidang HaKI terhadap persaingan, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 bersikap sebaliknya, yaitu mengecualikan berlakunya ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 terhadap perjanjian yang berkaitan dengan HaKI (Ayudha D. Prayoga, et al. (Ed.), 2000:86).

Terbukti dalam Pasal 40 ayat (1) dan ayat (2) Agreement on Related Aspects of Intellectual Property Rights (Persetujuan TRIPs) sebagai bagian Final Act Uruguay Round dinyatakan:

- (1) Members agree that some licensing practices or conditions pertaining to intellectual property rights which restrain competition may have adverse effects on trade and may impede the transfer and dissemination of technology.
- (2) Nothing in this Agreement shall prevent Members from specifying in their national legislation licensing practices or conditions that may in particular cases constitute an abuse of intellectual property rights having an adverse effect on competition in the relevant market. As provided above, a Member may adopt, consistently with the other provisions of this Agreement, appropriate measures to prevent or control such practices, which may include for example exclusive grantback conditions, conditions preventing challenges to validity and coercive package licensing, in the light of the relevant laws and regulations of the Member.

Dari Pasal 40 ayat (1) dan ayat (2) Persetujuan TRIPs tersebut, dapat diketahui negara-negara anggota WTO sepakat bahwa beberapa praktik perlisensian atau persyaratan-persyaratan yang berkaitan dengan HaKI dapat menghambat persaingan usaha yang dapat berakibat buruk terhadap perdagangan dan dapat menghambat pengalihan dan penyebaran teknologi. Karenanya tidak tertutup kemungkinan bagi negara-negara anggota WTO untuk

menetapkan dalam peraturan perundang-undangannya praktik-praktik perlisensian atau persyaratan-persyaratan perlisensian yang dalam hal-hal tertentu merupakan penyalahgunaan HaKI yang berakibat buruk terhadap persaingan dalam pasar bersangkutan. Bahkan negara-negara anggota WTO dapat menetapkan langkah-langkah untuk mencegah atau mengendalikan praktik-praktik perlisensian atau persyaratan-persyaratan yang dalam hal-hal tertentu merupakan penyalahgunaan dari HaKI, seperti persyaratan untuk memberikan hak eksklusif secara timbal balik, persyaratan untuk mencegah diajukannya sanggahan mengenai keabsahan dan pemaksaan paket lisensi, sesuai dengan hukum dan peraturan perundang-undangan terkait yang berlaku di negara-negara anggota WTO tersebut. Dengan demikian jelaslah bahwa pembuatan perjanjian yang berkaitan dengan bidang HaKI tidak boleh berlawanan dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 atau mengikuti ketentuan-ketentuan khusus perlisensian yang telah diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan HaKI.

Khusus untuk kekecualian ketentuan bahwa usaha kecil dan koperasi memang diatur oleh undang-undang tersendiri telah mengundang perdebatan tersendiri. Ada negara yang memang memberikan pengecualian terhadap koperasi, misalnya di Jepang. Tetapi usaha kecil dan menengah serta koperasi yang dikecualikan akan menciptakan proteksi sepihak dengan tidak mengikutsertakannya dalam undang-undang ini. Hal itu akan menghambat pertumbuhan usaha kecil dan menengah itu sendiri. Di samping itu, melihat kondisi koperasi yang ada pada saat ini di Indonesia, hal ini juga dapat menimbulkan kerancuan dan peluang bagi pelaku usaha untuk menggunakan pasal pengecualian dalam berusaha; tujuannya adalah melegalsir tindakannya dengan bersembunyi di belakang wujud koperasi (Ayudha D. Prayoga, et al., (Ed.), 2000:124).



KEGIATAN YANG DILARANG

Pengertian Kegiatan

Berbeda dengan istilah "perjanjian" yang dipergunakan, dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tidak dapat kita temukan suatu definisi mengenai "kegiatan". Namun demikian, jika ditafsirkan secara *a contrario* terhadap definisi perjanjian yang diberikan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, dapat dikatakan bahwa pada dasarnya yang dimaksud dengan "kegiatan" adalah tindakan atau perbuatan hukum "sepihak" yang dilakukan oleh satu pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha tanpa ada keterkaitan hubungan (hukum) secara langsung dengan pelaku usaha lainnya (Ahmad Yam dan Gunawan Widjaja, 1999:31).

Dari sini jelaslah bahwa "kegiatan" merupakan suatu usaha, aktivitas, tindakan, atau perbuatan hukum secara sepihak yang dilakukan oleh pelaku usaha tanpa melibatkan pelaku usaha lainnya.

Bentuk-Bentuk Kegiatan yang Dilarang

Dari Pasal 17 sampai dengan Pasal 24 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 terdapat beberapa bentuk kegiatan yang dilarang dilakukan pelaku usaha, yaitu

1. monopoli (Pasal 17);
2. monopsoni (Pasal 18);
3. penguasaan pasar (Pasal 19);

4. dumping (Pasal 20),-
5. manipulasi biaya produksi (Pasal 21); dan
6. persengkongkolan (Pasal 22).

2.1 Monopoli

Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, pengertian "monopoli" dibedakan dari pengertian "praktik monopoli". 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 atas barang dan/atau jasa tertentu, sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum*. Sementara itu 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*. Dengan demikian, monopoli adalah situasi pasar di mana hanya ada satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha yang "menguasai" suatu produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau penggunaan jasa tertentu, yang akan ditawarkan kepada banyak konsumen, yang mengakibatkan pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha tadi dapat mengontrol dan mengendalikan tingkat produksi, harga, dan sekaligus wilayah pemasarannya.

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 disebutkan dalam Pasal 17 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 saja yang dilarang dilakukan oleh satu pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha. Pasal 17 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menyatakan :

- (1) Pelaku usaha dilarang melakukan penguasaan atas produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.
- (2) Pelaku usaha patut diduga atau dianggap melakukan penguasaan atas produksi dan/atau pemasaran barang dan/

atau jasa sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) pasal ini apabila:

- a. barang dan/atau jasa yang bersangkutan belum ada substitusinya; atau
- 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.

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.

Sedangkan kriteria yang digunakan untuk membuktikan ada atau tidaknya monopoli yang dilarang tersebut didasarkan pada :

- a. produk barang, jasa, atau barang dan jasa tersebut belum ada penggantinya (substitusinya);
- b. pelaku usaha lain sulit atau tidak dapat masuk ke dalam persaingan terhadap produk barang, jasa, atau barang dan jasa yang sama (*barrier to entry*);
- c. pelaku usaha lain tersebut adalah pelaku usaha yang mempunyai kemampuan bersaing yang signifikan dalam pasar yang bersangkutan;

- d. satu pelaku usaha atau satu kelompok usaha telah menguasai lebih dari 50% pangsa pasar dari suatu jenis produk barang atau jasa tertentu.

Dengan demikian, tidak semua kegiatan penguasaan atas produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa tergolong pada kegiatan yang dilarang, terkecuali sepanjang memenuhi unsur-unsur dan kriteria monopoli yang disebutkan dalam Pasal 17 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Selain itu, jika pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha dapat membuktikan sebaliknya - yaitu kegiatan yang dilakukannya tidak memenuhi unsur-unsur dan kriteria Pasal 17 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 - maka pelaku usaha atau kelompok usaha tadi dengan sendirinya dapat terbebas dari kegiatan yang patut diduga atau dianggap sebagai monopoli.

Dalam literatur, monopoli dilarang karena mengandung beberapa dampak negatif yang merugikan, antara lain :

- a. Terjadi peningkatan harga suatu produk sebagai akibat tidak ada kompetisi dan persaingan bebas. Harga yang tinggi ini pada gilirannya akan menyebabkan inflasi yang merugikan masyarakat luas;
- b. Pelaku usaha mendapat keuntungan (profit) di atas kewajaran yang normal. Ia akan seandainya menetapkan harga untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya karena konsumen tidak ada pilihan lain dan terpaksa membeli produk tersebut;
- c. Terjadi eksploitasi terhadap konsumen karena tidak ada hak pilih konsumen atas produk. Konsumen akan seandainya menetapkan kualitas suatu produk tanpa dikaitkan dengan biaya yang dikeluarkan. Eksploitasi ini juga akan menimpa karyawan dan buruh yang bekerja pada produsen tersebut dengan menetapkan gaji dan upah yang sewenang-wenang tanpa memperhatikan ketentuan yang berlaku;
- d. Terjadi ketidakekonomisan dan ketidakefisienan yang akan dibebankan kepada konsumen dalam rangka menghasilkan suatu produk, karena perusahaan monopoli cenderung tidak beroperasi pada *average cost* yang minimum;

- e. Ada *entry barrier* di mana perusahaan lain tidak dapat masuk ke dalam bidang usaha perusahaan monopoli tersebut, karena penguasaan pangsa pasar yang besar. Perusahaan-perusahaan kecil tidak diberi kesempatan untuk tumbuh berkembang dan akan menemui ajalnya satu per satu;
- f. Pendapatan jadi tidak merata, karena sumber dana dan modal akan tersedot ke dalam perusahaan monopoli. Masyarakat banyak harus berbagi dengan banyak orang dalam bagian yang sangat kecil, sementara perusahaan monopoli dengan sedikit orang akan menikmati bagian yang lebih besar (Ahmad Yani dan Gunawan Widjaja, 1999:30).

Selama ini kenyataan menunjukkan bahwa monopoli tidak hanya dilakukan oleh pihak swasta saja, tetapi juga oleh badan usaha negara (Dimiyati Hartono, 1998:38). Hal ini dimungkinkan oleh sistem ekonomi nasional kita yang didasarkan pada demokrasi ekonomi. Pasal 33 ayat (2) dan ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945 memberikan dasar filosofis dan hukum kemungkinan monopoli dan/atau penguasaan atas cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan menguasai hajat hidup orang banyak serta penguasaan bumi, air, dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya oleh negara. Dengan kata lain *monopoly by law* dimungkinkan dalam hukum persaingan usaha kita, asalkan kegiatannya termasuk atau menyangkut cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan menguasai hajat hidup orang banyak. Negara dapat saja memberikan hak-hak yang bersifat istimewa kepada badan-badan usaha negara yang bergerak di sektor yang penting dan menguasai hajat hidup orang banyak tersebut. Namun demikian, jangan sampai ketentuan Pasal 33 ayat (2) dan ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945 disalahgunakan negara dengan menjadikan Pasal 33 ayat (2) dan ayat (3) itu sebagai justifikasi untuk menindas rakyat banyak dan menyerahkan tampuk produksi yang penting ke tangan orang seorang yang berkuasa. Dengan demikian, dapat kita katakan bahwa Undang-Undang Dasar 1945 tidak antimonopoli. Ketentuan Pasal 33 ayat (2) dan ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945 ini lebih lanjut dijabarkan dalam Pasal 51 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Pasal 51 tersebut menyatakan bahwa monopoli dan/atau pemusatan kegiatan yang berkaitan dengan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang menguasai hajat hidup orang banyak

serta cabang-cabang produksi yang penting bagi negara diatur dengan undang-undang dan diselenggarakan oleh Badan Usaha Milik Negara dan/atau badan atau lembaga yang dibentuk atau ditunjuk oleh Pemerintah. Berdasarkan ketentuan Pasal 51 ini, negara masih dimungkinkan memberikan hak monopoli dan/atau pemusatan kegiatan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa, yang sebelumnya ditetapkan atau diatur dengan undang-undang dan penyelenggaraannya akan diserahkan kepada Badan Usaha Milik Negara yang dibentuk berdasarkan undang-undang, atau badan/ lembaga lain yang dibentuk atau ditunjuk Pemerintah berdasarkan undang-undang.

2.2 Monopsoni

Kegiatan monopsoni termasuk kegiatan yang dilarang dilakukan pelaku usaha oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Monopsoni adalah situasi pasar di mana hanya ada satu pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha yang menguasai pangsa pasar yang besar yang bertindak sebagai pembeli tunggal; sementara itu, pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha yang bertindak sebagai penjual jumlahnya banyak. Akibatnya, pembeli tunggal tersebut dapat mengontrol dan menentukan, bahkan mengendalikan, tingkat harga yang diinginkannya. Kegiatan yang demikian dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat dan apabila pembeli tunggal yang dimaksud juga menguasai lebih dari 50% pangsa pasar dari satu jenis produk barang atau jasa tertentu. Dasar larangan kegiatan monopsoni ini dinyatakan dalam Pasal 18 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang berbunyi :

- (1) Pelaku usaha dilarang menguasai penerimaan pasokan atau menjadi pembeli tunggal atas barang dan/atau jasa dalam pasar bersangkutan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha yang tidak sehat.
- (2) Pelaku usaha patut diduga atau dianggap menguasai penerimaan pasokan atau menjadi pembeli tunggal sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) apabila satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50% (lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

Dari bunyi ketentuan Pasal 18 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tersebut, dapat disimpulkan bahwa suatu kegiatan pelaku usaha akan dikatakan sebagai kegiatan monopsoni bila memenuhi persyaratan di bawah ini:

- a. dilakukan oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha atau yang bertindak sebagai pembeli tunggal;
- b. telah menguasai lebih dari 50% pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu;
- c. paling penting, kegiatan tersebut mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

Walaupun secara teoretis monopsoni dapat tumbuh secara alamiah karena kondisi geografis suatu wilayah produksi yang terpencil dan terasing-atau bisa juga terpecah, tetapi di Indonesia monopsoni terjadi karena pengaruh kebijakan pemerintah yang dinyatakan dalam peraturan. Contoh gamblang yang pernah terjadi di Indonesia adalah BPPC yang pernah bertindak sebagai pembeli tunggal atas seluruh produk cengkeh yang dihasilkan seluruh petani di tanah air. Selain itu is juga bertindak sebagai penjual tunggal produk itu kepada para pengusaha rokok yang bertindak sebagai pembeli. Tindakan BPPC seperti ini jelas menimbulkan praktik monopsoni (Insan Budi Maulana, 2000:30).

2.3 Penguasaan Pasar

Pasal 19 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 juga melarang kegiatan penguasaan pasar oleh pelaku usaha, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain. Pasal 1 angka 19 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 merumuskan pengertian pasar adalah *lembaga ekonomi di mana para pembeli dan penjual, baik secara langsung maupun tidak langsung, dapat melakukan transaksi perdagangan barang dan/atau jasa.*

Dalam Pasal 19 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dinyatakan:

Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan

usaha tidak sehat yaitu :

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

Dari bunyi ketentuan Pasal 19 tersebut dapat disimpulkan bahwa kegiatan yang dilarang dilakukan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya penguasaan pasar yang merupakan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat, yaitu

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

2.4 Dumping

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 juga melarang kegiatan dumping. Larangan praktik dumping ini diatur dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan/atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

Berdasarkan ketentuan Pasal 20 tersebut, pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang, jasa, atau barang dan jasa dengan cara menjual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah (*dumping*) dari harga produksi barang, jasa, atau barang dan jasa yang sejenis dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pelaku usaha pesaingnya di pasar yang sama; kegiatan tersebut dengan sendirinya dapat mengakibatkan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

Dalam kamus Hukum Ekonomi ELIPS (1997:54) *dumping* diartikan sebagai praktik dagang yang dilakukan eksportir dengan menjual barang, jasa, atau barang dan jasa di pasar internasional dengan harga kurang dari nilai yang wajar atau lebih rendah daripada harga barang tersebut di negerinya sendiri atau daripada harga jual kepada negara lain. Dengan kata lain, *dumping* adalah kegiatan dagang yang dilakukan produsen pengeksportir yang dengan sengaja banting harga dengan cara menjual rugi atau menjual dengan harga lebih murah dibandingkan harga jual dalam negeri atau di negara lain, dengan harapan dapat mematikan usaha pesaing di pasar yang bersangkutan. Praktik dagang yang demikian dianggap sebagai praktik dagang yang tidak sehat dan sekaligus bisa mendatangkan kerugian pelaku usaha sejenis di negara pengimpor. Oleh karena itu, beberapa negara, misalnya Amerika Serikat, Kanada, Australia, dan Masyarakat Eropa telah melarang praktik dagang *dumping* (*antidumping*) ini dalam peraturan perundang-undangan nasionalnya.

Negara-negara tersebut telah sejak lama memiliki rezim pengaturan *antidumping*. Amerika Serikat barangkali menjadi negara pertama dalam sejarah yang memberlakukan peraturan mengenai larangan dumping. Dari waktu ke waktu, kecenderungan negara-negara untuk mengeluarkan peraturan *antidumping* terus meningkat. Pada umumnya tujuan negara-negara tadi mengeluarkan peraturan *antidumping* adalah untuk memberikan proteksi terhadap industri dalam negeri dari praktik dumping eksportir atau produsen luar negeri. Peraturan *antidumping* ini memungkinkan pemerintah untuk menghukum bagi eksportir atau produsen yang melakukan praktik *dumping* dengan cara menerapkan sanksi hukuman berupa pengenaan bea masuk yang tinggi atas barang *dumping*. Penerapan bea masuk ini bertujuan untuk mengeliminir kerugian dari barang *dumping*. Dengan cara seperti ini, industri dalam negeri dapat dilindungi dan tetap dapat bersaing dengan barang impor meskipun

barang impor tersebut dijual dengan harga *dumping* (Aji Setiadi, 2000:1).

Dari sudut pandangan negara pengimpor, praktik *dumping* akan menimbulkan kerugian bagi dunia usaha atau industri barang sejenis dalam negeri. Dengan membanjirnya barang-barang dari negara pengeksport yang harganya jauh lebih murah dari barang dalam negeri, barang sejenis dalam negeri akan kalah bersaing. Pada gilirannya, hal ini akan mematikan pasar barang sejenis di dalam negeri. Akibat yang ditimbulkan dari praktik *dumping* ini dapat menjadi sangat serius. Bahkan sangat mungkin mengakibatkan pemutusan hubungan kerja massal, pengangguran, dan industri barang sejenis dalam negeri pun bangkrut (Aji Setiadi, 2000:1). Akan tetapi, bisa saja terjadi, praktik *dumping* itu tidak berhasil apabila (para) pesaing mampu bertahan karena melakukan penurunan harga juga atau karena kualitas produk pesaing itu telah begitu melekat di hati konsumen, sehingga tidak terpengaruh harga jual yang lebih rendah yang dilakukan oleh pelaku *dumping* (Insan Budi Maulana, 2000:32). Di lain pihak - dari sudut pengeksport - praktik *dumping* terkadang sengaja dilakukan sebagai strategi bisnis untuk merebut pangsa pasar di negara lain. Produsen di negara pengeksport yang telah mendapatkan pangsa pasar di pasar domestiknya biasanya ingin mengembangkan ke pasar negara lain. Dalam merebut pasar negara lain inilah terkadang produsen menerapkan praktik *dumping*. Harga penjualan ke negara tujuan eksport dibuat lebih rendah dari penjualan di dalam negeri atau penjualan ke negara lain-atau bahkan di bawah harga produksi. Dengan harga murah inilah produsen berharap dapat merebut pasar di suatu negara. Kerugian sementara mereka sebagai akibat praktik *dumping* di negara tujuan eksport dieliminir dengan keuntungan yang mereka raih di negara asal atau negara lain di mana mereka tidak menerapkan praktik *dumping* (Aji Setiadi, 2000:1).

Pengaturan *antidumping* ini juga mendapatkan perhatian dalam *General Agreement on Tariffs and Trade (GATT)*. Terbukti pengaturannya dicantumkan dalam Pasal VI *GATT*, yang menyatakan bahwa tindakan *antidumping* diperkenankan diambil atau hanya akan diberlakukan oleh suatu negara pengimpor dalam rangka kompensasi penggantian kerugian (*injury*) yang dialami pelaku usaha atau industri sejenis di dalam negeri sebagai akibat praktik *dumping* tersebut.

GATT menganggap bahwa ekspor barang-barang yang disertai perbuatan *dumping* dan terbukti mengakibatkan kerugian bagi usaha atau industri barang sejenis di negara importir merupakan praktik perdagangan yang tidak jujur (*unfair trade practice*). Oleh karena itu, dalam hal ini *GATT* mengizinkan suatu negara yang dirugikan untuk mengambil tindakan *antidumping* berupa pengenaan *antidumping duties* sebesar kerugian yang dideritanya (H.S. Kartadjoemena, 1997:169).

Karena mekanisme *antidumping* yang diatur dalam Pasal VI *GATT* amat sumir dan sederhana, ditambah terjadi penyalahgunaan pelaksanaan tindakan *antidumping*, maka diadakan persetujuan baru yang mengatur pelaksanaan Pasal VI *GATT* tersebut; terakhir dituangkan dalam Final Act Uruguay Round di bawah judul Agreement on Implementation of Article VI of *GATT* 1994. Dalam Pasal I dinyatakan bahwa tindakan *antidumping* akan diberlakukan hanya dalam keadaan sebagaimana diatur dalam Pasal VI *GATT* 1994 dan menurut prosedur penyelidikan, dan dilaksanakan sesuai dengan ketentuan-ketentuan Agreement on Implementation of Article VI of *GATT* 1994.

Penggunaan upaya *antidumping* yang dimungkinkan dalam sistem *GATT* sebagai tindakan melawan praktik *dumping* pada kenyataannya lebih banyak digunakan semata-mata sebagai usaha untuk melindungi industri dalam negeri. Keadaan ini dianggap menghambat kelancaran arus perdagangan internasional. Oleh karena itu, pengaturan masalah *antidumping* dalam sistem perdagangan multilateral akan semakin penting, terutama bagi negara berkembang, yang sangat berkepentingan meningkatkan ekspor nonmigas, khususnya barang-barang manufaktur. Peserta perundingan perdagangan multilateral Uruguay Round, baik dari kalangan negara maju maupun negara berkembang, menganggap masalah *antidumping* perlu dimasukkan menjadi salah satu substansi perundingan di bidang *rules making*. Dalam perundingan tersebut, yang diperjuangkan terutama adalah penerapan ketentuan yang lebih jelas dan seimbang untuk mencegah penggunaan aturan *antidumping* dan tindakan *antidumping duties* sebagai alat proteksi yang terselubung (H.S. Kartadjoemena, 1997:170).

2.5 Manipulasi Biaya

Pasal 21 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha untuk melakukan kecurangan dalam menetapkan biaya produksi dan biaya lainnya yang menjadi bagian dari komponen harga barang dan/atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Dari ketentuan Pasal 21 ini, pelaku usaha dilarang melakukan kegiatan memanipulasi biaya produksi dan biaya lain yang nantinya akan diperhitungkan sebagai salah satu komponen harga barang, jasa, atau barang dan jasa yang akan dipasarkan kepada konsumen, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat atau merugikan masyarakat. Penjelasan Pasal 21 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa indikasi biaya yang dimanipulasi terlihat dari harga yang lebih rendah dari harga seharusnya. Kecurangan dalam menetapkan biaya produksi dan biaya lainnya ini bukan saja melanggar Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, tetapi juga melanggar peraturan perundang-undangan yang berlaku lainnya.

Pelanggaran Pasal 21 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 ini, misalnya, bisa melanggar Undang-undang Perpajakan, karena konsekuensi penetapan biaya produksi dan biaya lainnya dalam menentukan harga barang dan/atau jasa yang dilakukan secara curang akan menimbulkan pengaruh terhadap jumlah besar atau kecilnya pajak yang harus dibayar (Insan Budi Maulana, 2000:32-33).

2.6 Persekongkolan

Pelaku usaha juga dilarang melakukan kegiatan persekongkolan yang membatasi atau menghalangi persaingan usaha (*conspiracy in restraint of business*), karena kegiatan tersebut dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat. Pengertian persekongkolan atau konspirasi dikemukakan dalam Pasal 1 angka 8 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yaitu *bentuk kerja sama yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan pelaku usaha lain dengan maksud untuk menguasai pasar bersangkutan bagi kepentingan pelaku usaha yang bersengkongkol*. Bentuk kegiatan persekongkolan ini tidak harus dibuktikan dengan adanya perjanjian, tetapi bisa dalam bentuk kegiatan lain yang tidak mungkin diwujudkan dalam suatu perjanjian.

Terdapat 3 (tiga) bentuk kegiatan persekongkolan yang dilarang oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 sebagaimana diatur dalam Pasal 22 sampai dengan Pasal 24. Dalam Pasal 22 dinyatakan bahwa pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk mengatur dan/atau menentukan pemenang tender, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Pihak lain di sini tidak terbatas hanya pemerintah saja, bisa swasta atau pelaku usaha yang ikut serta dalam tender yang bersangkutan. Penjelasan Pasal 22 menyatakan bahwa tender adalah tawaran untuk mengajukan harga untuk memborong suatu pekerjaan, untuk mengadakan barang-barang atau untuk menyediakan jasa.

Kegiatan bersekongkol menentukan pemenang tender jelas merupakan perbuatan curang, karena pada dasarnya (*inherently*) tender dan pemenangnya tidak diatur dan bersifat rahasia (walaupun ada tender yang dilakukan secara terbuka) (Ayudha D. Prayoga, et al., (Ed), 2000:122).

Pasal 23 melarang pelaku usaha untuk bersekongkol dengan pihak lain untuk mendapatkan informasi kegiatan usaha pesaingnya yang diklasifikasikan sebagai rahasia perusahaan atau yang dikenal dengan sebutan rahasia dagang. Sebutan rahasia dagang merupakan terjemahan dari istilah "*undisclosed information*"; "*trade secret*"; atau "*know how*". Rahasia dagang tidak boleh diketahui umum, karena selain mempunyai nilai teknologi, ia juga mempunyai nilai ekonomis yang berguna dalam kegiatan usaha. Kerahasiaannya biasanya dijaga oleh pemiliknya.

Ketentuan mengenai perlindungan informasi yang dirahasiakan juga mendapat pengaturan dalam Persetujuan TRIPs sebagai bagian dari Final Act Uruguay Round. Pasal 39 Persetujuan TRIPs menyatakan bahwa dalam rangka menjamin perlindungan yang efektif untuk mengatasi persaingan curang, negara-negara anggota GATT/WTO wajib memberikan perlindungan terhadap :

1. Informasi yang dirahasiakan yang dimiliki perorangan atau badan hukum, sepanjang informasi yang bersangkutan:
 - a. secara keseluruhan, atau dalam konfigurasi dan gabungan yang utuh dari beberapa komponennya, bersifat rahasia dalam pengertian hal tersebut tidak secara umum diketahui atau terbuka untuk diketahui oleh pihak-pihak

yang dalam kegiatan sehari-harinya biasa menggunakan informasi serupa itu;

- b. memiliki nilai komersial karena kerahasiaannya; dan
 - c. dengan upaya yang semestinya, selalu dijaga kerahasiaannya oleh pihak yang secara hukum menguasai informasi tersebut.
2. Data yang diserahkan kepada pemerintah atau badan pemerintah yang berasal dari hasil percobaan yang dirahasiakan, yang diperoleh dari upaya yang tidak mudah, atau akan disalahgunakan secara komersial.

Adanya Pasal 39 Persetujuan TRIPs ini telah meningkatkan status *trade secret* menjadi hak milik intelektual. Hal tersebut akan menimbulkan erosi dari sistem paten yang mengharuskan pengungkapan sebagai suatu persyaratan dasar untuk perlindungan (H.S. Kartadjoemena, 1997:271-272).

Bagi Indonesia, pengaturan mengenai rahasia dagangnya diatur secara tersendiri, tidak dimasukkan dalam Undang-Undang No-mor 5 Tahun 1999. Dewasa ini pengaturannya dapat dijumpai dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang. Pengertian rahasia dagang dikemukakan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 yang menyatakan bahwa rahasia dagang adalah *informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan/atau bisnis, mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik rahasia dagang*. Berarti rahasia dagang di sini tidak terbatas hanya pada rahasia bisnis atau dagang belaka, melainkan termasuk informasi industrial *know how*, seperti yang dianut oleh hukum Amerika Serikat. Hal ini juga dapat dilihat dari lingkup perlindungan rahasia dagang yang diatur sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000. Pasal 2 tersebut menyatakan bahwa lingkup perlindungan rahasia dagang meliputi metode produksi, metode pengolahan, metode penjualan, atau informasi lain di bidang teknologi dan/atau bisnis yang memiliki nilai ekonomi dan tidak diketahui masyarakat umum. Persyaratan rahasia dagang dikemukakan dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000, bahwa rahasia dagang yang akan mendapat perlindungan terbatas pada informasi yang bersifat rahasia,

mempunyai nilai ekonomis, dan dijaga kerahasiaannya melalui upaya-upaya sebagaimana mestinya, yaitu semua langkah yang memuat ukuran kewajaran, kelayakan, dan kepatutan yang harus dilakukan. Misalnya, di dalam suatu perusahaan harus ada prosedur baku berdasarkan praktik umum yang berlaku di tempat-tempat lain dan/atau yang dituangkan ke dalam ketentuan internal perusahaan itu sendiri. Demikian pula dalam ketentuan internal perusahaan dapat ditetapkan bagaimana rahasia dagang itu dijaga dan siapa yang bertanggung jawab atas kerahasiaan itu. Dengan demikian, berdasarkan Pasal 3 tersebut suatu informasi akan dianggap termasuk rahasia dagang, bila memenuhi 3 (tiga) persyaratan berikut ini.

1. Informasi bersifat rahasia, bahwa informasi tersebut hanya diketahui oleh pihak tertentu atau tidak diketahui secara umum oleh masyarakat;
2. Informasi memiliki nilai ekonomi, bahwa sifat kerahasiaan informasi tersebut dapat digunakan untuk menjalankan kegiatan atau usaha yang bersifat komersial atau dapat meningkatkan keuntungan secara ekonomi;
3. Informasi dijaga kerahasiaannya apabila pemilik atau para pihak yang menguasainya telah melakukan langkah-langkah yang layak dan patut.

Dalam hukum Amerika Serikat, ruang lingkup rahasia dagang pada intinya juga mencakup Informasi teknik (*technical information*) dan informasi nonteknik (*non-technical information*), yang keseluruhannya mencakup informasi teknikal penelitian dan pengembangan, informasi proses produksi, informasi pemasok, informasi penjualan dan pemasaran, informasi keuangan, dan informasi administrasi internal (Ahmad M. Ramli, 2000:45-46).

Di samping kedua bentuk persekongkolan di atas, Pasal 24 juga melarang persekongkolan yang dapat menghambat produksi, pemasaran, atau produksi dan pemasaran atas produk. Dalam Pasal 24 tersebut dinyatakan bahwa pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk menghambat produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa pelaku usaha pesaingnya dengan tujuan barang dan/atau jasa yang ditawarkan atau dipasok di pasar bersangkutan menjadi berkurang, baik dari kualitas maupun ketepatan waktu yang

dipersyaratkan. Berdasarkan ketentuan Pasal 24 ini jelas bahwa pelaku usaha dilarang untuk bersekongkol dengan pihak lain untuk menghambat pelaku usaha pesaing dalam memproduksi, memasarkan, atau memproduksi dan memasarkan barang, jasa, atau barang dan jasa dengan maksud agar barang, jasa, atau barang dan jasa yang ditawarkan atau dipasok di pasar bersangkutan menjadi berkurang atau menurun kualitasnya; atau memperlambat waktu proses produksi, pemasaran, atau produksi dan pemasaran barang, jasa, atau barang dan jasa yang sebelumnya sudah dipersyaratkan. Kegiatan persekongkolan seperti ini dapat menimbulkan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha yang tidak sehat.



Bab VI

PENYALAHGUNAAN POSISI YANG DOMINAN

1. Pengertian Posisi Dominan

Pengertian posisi dominan dikemukakan Pasal I angka 4 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang menyatakan bahwa *posisi dominan 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.* Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa setiap pelaku usaha mempunyai kemungkinan untuk menguasai pangsa pasar secara dominan, sehingga dirinya dianggap menduduki posisi dominan atas pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha lainnya yang menjadi pesaingnya dalam menguasai pangsa pasar; atau suatu posisi yang menempatkan pelaku usaha lebih tinggi atau paling tinggi di antara pelaku usaha atau sekelompok pelaku usaha lain yang menjadi pesaingnya dalam kaitan dengan kemampuan keuangan, kemampuan akses pada pasokan atau penjualan, serta kemampuan untuk menyesuaikan pasokan atau permintaan barang atau jasa tertentu, sehingga dirinya dianggap menduduki posisi dominan atas pelaku usaha atau sekelompok pelaku usaha lainnya yang menjadi pesaingnya.

Lebih lanjut, dalam Pasal 25 ayat (2) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dinyatakan bahwa suatu pelaku usaha atau sekelompok pelaku usaha dianggap memiliki "posisi dominan" apabila :

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

Dari bunyi ketentuan Pasal 25 ayat (2) ini, dapat disimpulkan bahwa jika posisi dominan itu terkait dengan "penguasaan pasar" atas satu jenis barang atau jasa tertentu di pasar bersangkutan oleh satu pelaku usaha atau sekelompok pelaku usaha sebesar 50% atau lebih, atau dua atau tiga pelaku usaha atau sekelompok pelaku usaha sebesar 75% atau lebih, hal ini akan mengakibatkan hanya ada satu pelaku usaha atau sekelompok pelaku usaha yang menguasai pangsa pasar yang bersangkutan. Penguasaan pasar yang demikian dinamakan "posisi dominan".

2. Bentuk-Bentuk Kegiatan Posisi Dominan yang Dilarang

Dari Pasal 25 sampai dengan Pasal 29 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, terdapat 4 (macam) bentuk kegiatan posisi dominan yang dilarang, yaitu :

- a. kegiatan posisi dominan yang bersifat umum (Pasal 25);
- b. jabatan rangkap atau kepengurusan terafiliasi (Pasal 26);
- c. pemilikan saham atau terafiliasi (Pasal 27);
- d. penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan perusahaan (Pasal 28 dan Pasal 29).

3. Kegiatan Posisi Dominan yang Bersifat Umum

Selain melarang pelaku usaha untuk membuat perjanjian atau kegiatan tertentu yang dapat mengakibatkan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 juga melarang pelaku usaha yang dianggap memiliki posisi dominan untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu.

Pasal 25 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha menggunakan posisi dominan yang dipunyainya, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk

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

Ketentuan Pasal 25 ayat (1) ini sebenarnya sama dengan Section 2 Sherman Act, yang menekankan pada proses monopolisasi tersebut dan tidak memberatkan hanya pada adanya monopoli. Undang-undang secara tegas mengakui adanya posisi dominan tertentu dengan penguasaan pasar yang cenderung bersifat monopoli, yang telah terjadi sebagai akibat seleksi alamiah maupun berdasarkan alasan-alasan lainnya. Walau demikian, posisi dominan yang telah dimiliki tersebut tidak boleh dipergunakan untuk menghambat pengembangan teknologi maupun untuk mendistorsi pasar dengan cara berupaya mencegah persaingan dengan mengeliminir munculnya pelaku usaha baru. Spirit yang diemban dalam Section 2 Sherman Act, yang bertujuan meningkatkan persaingan secara sehat dan jujur dalam dunia usaha, telah dilanggar oleh pelaku usaha yang memiliki posisi dominan tersebut (Ahmad Yani dan Gunawan Widjaja, 1999:40).

4. Jabatan Rangkap

Dalam rangka mencegah terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha yang tidak sehat, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 juga melarang adanya hubungan kepengurusan terafiliasi, yakni dengan melarang seseorang menduduki jabatan rangkap pada waktu yang bersamaan pada perusahaan lain. Pasal 26 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 melarang seseorang yang menduduki jabatan Direksi atau Komisaris dari suatu perusahaan, pada waktu yang

bersamaan 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, jenis, atau bidang dan jenis usaha. Perusahaan-perusahaan dianggap memiliki keterkaitan yang erat apabila perusahaan-perusahaan tersebut saling mendukung atau berhubungan langsung dalam proses produksi, pemasaran, atau produksi dan pemasaran; atau
- c. secara bersama dapat menguasai pangsa pasar barang dan jasa tertentu, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

5. Kepemilikan Saham Mayoritas

Untuk mencegah terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat, di mana penguasaan pasar berada di tangan pelaku usaha atau sekelompok usaha yang memiliki posisi dominan, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 juga melarang pelaku usaha atau sekelompok pelaku usaha untuk memiliki saham mayoritas pada beberapa perusahaan sejenis. Pasal 27 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha 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 beberapa perusahaan tersebut mengakibatkan:

- 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.

6. Penggabungan, Peleburan, dan Pengambilalihan

Secara umum terdapat tiga bentuk penyatuan perusahaan, yaitu merger, konsolidasi, dan akuisisi, yang diterjemahkan dengan

istilah penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan. Istilah "merger" berasal dari bahasa Inggris "merger", "fusion", atau "absorption", yang berarti "menggabungkan" atau "lebur tunggal". Merger dapat diartikan sebagai penyatuan atau penggabungan dua perusahaan atau lebih dengan cara mendirikan perusahaan baru dan membubarkan perusahaan lainnya. Dalam hal ini salah satu perusahaan atau lebih dapat menggabungkan diri menjadi satu dengan perusahaan yang telah ada dan salah satu dari perusahaan yang akan digabungkan itu tetap dipertahankan keberadaannya, sehingga segala hak dan kewajiban yang ada dialihkan kepada perusahaan penerima penggabungan perusahaan tadi. Sementara pengertian penggabungan dikemukakan pula Pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah Nomor 27 Tahun 1998 tentang Penggabungan, Peleburan, dan Pengambilalihan Perseroan Terbatas yang menyatakan bahwa penggabungan adalah *perbuatan hukum yang dilakukan oleh satu perseroan atau lebih untuk menggabungkan diri dengan perseroan lain yang telah ada dan selanjutnya perseroan yang menggabungkan diri menjadi bubar*". Sedangkan istilah "konsolidasi" berasal dari bahasa Inggris "consolidation", yang berarti "peleburan". Secara sederhana konsolidasi diartikan penggabungan dua perusahaan atau lebih dengan cara membentuk perusahaan baru dan membubarkan perusahaan yang tergabung tadi. Singkatnya, beberapa perusahaan yang ada bergabung atau menyatukan diri menjadi perusahaan baru, di mana hak dan kewajiban perusahaan yang ada (yang menggabungkan diri) diambil alih oleh perusahaan baru yang telah dibentuk. Pengertian yang sama dikemukakan dalam Pasal 1 angka 2 Peraturan Pemerintah Nomor 27 Tahun 1998 yang menyatakan bahwa peleburan adalah *perbuatan hukum yang dilakukan oleh dua perseroan atau lebih untuk meleburkan diri dengan cara membentuk satu perseroan baru dan masing-masing perseroan yang meleburkan diri menjadi bubar*.

Kemudian istilah "akuisisi" juga berasal dari bahasa Inggris "acquisition", yang berarti "mengambil alih". Tidak sama dengan merger dan konsolidasi, dalam akuisisi kedua perusahaan atau lebih yang akan "menyatukan diri" tetap ada, hanya saja terjadi perubahan kepemilikan aset atau saham, sehingga mengakibatkan beralihnya pengendalian terhadap perusahaan tersebut. Kiranya sama dengan Pasal 1 angka 3 Peraturan Pemerintah Nomor 27 Tahun 1998 yang menyatakan bahwa pengambilalihan adalah *perbuatan hukum yang dilakukan oleh badan hukum atau orang perseorangan untuk*

mengambil alih baik seluruh ataupun sebagian besar saham perseroan, yang dapat mengakibatkan beralihnya pengendalian terhadap perseroan tersebut. Pengambilalihan suatu perusahaan dapat dilakukan melalui "akuisisi kekayaan (*assets*)" atau "akuisisi modal (saham)" dari perusahaan yang akan diambil alih tersebut.

Ketentuan-ketentuan mengenai merger dalam hukum persaingan biasanya dimaksudkan untuk mencegah penguasaan kekuatan pasar secara berlebihan. Pada umumnya lebih sederhana dan efektif mencegah penguasaan kekuatan pasar daripada mengawasi penyalahgunaannya setelah kekuatan pasar tersebut diambil. Pada suatu titik tertentu, perusahaan dapat mencapai kekuatan pasar sampai pada titik di mana kekuatan tersebut dapat dicapai dengan kegiatan sepihak (*unilateral*); jika hal itu dilakukan oleh pesaing yang lebih kecil, ini harus dilakukan dengan kegiatan dua pihak (*bilateral*) melalui cara antipersaingan seperti *collusive dealing*. Peraturan-peraturan merger membuat batas di mana akuisisi saham atau kekayaan tidak diperbolehkan lagi tanpa adanya kemanfaatan masyarakat yang harus ditunjukkan melalui prosedur otorisasi. Batas-batas inilah yang selalu menjadi persoalan sensitif pada setiap pembentukan maupun pelaksanaan hukum persaingan (Ayudha D. Prayoga et al., (Ed.) 2000:115-116). Dalam Pasal 102 sampai dengan Pasal 109 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas telah diatur prinsip-prinsip yang berkaitan dengan perbuatan hukum penggabungan (*merger*), peleburan (*konsolidasi*) dan pengambilalihan (*akuisisi*) perseroan terbatas. Namun, persyaratan dan tata cara proses penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan perseroan terbatas yang lebih rinci, diperintahkan untuk diatur lebih lanjut dengan peraturan pemerintah. Oleh karena itu, pemerintah menetapkan Peraturan Pemerintah Nomor 27 Tahun 1998 tentang Penggabungan, Peleburan, dan Pengambilalihan Perseroan Terbatas. Dari kedua ketentuan tersebut, dapat diketahui bahwa tindakan penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan perseroan terbatas diperkenankan dalam rangka penciptaan iklim dunia usaha yang sehat dan efisien, guna menghadapi arus globalisasi dan liberalisasi perekonomian dunia yang semakin kompleks, dengan syarat tidak boleh mengarah kepada penguasaan sumber ekonomi dan pemusatan kekuatan ekonomi pada suatu kelompok atau golongan tertentu. Untuk itu, tindakan penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan perseroan terbatas yang dapat mendorong ke arah terjadinya monopoli, monopsoni,

atau persaingan curang atau tidak sehat dapat dihindari sejak dini. Dengan kata lain, tindakan penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan perseroan terbatas hendaknya memperhatikan kepentingan perseroan, pemegang saham, karyawan perseroan terbatas, atau masyarakat, termasuk pihak ketiga yang berkepentingan. Bahkan tindakan penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan perseroan terbatas tersebut tidak dapat dilakukan jika akan merugikan kepentingan pihak-pihak tertentu.

Pasal 104 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 menyatakan bahwa perbuatan hukum penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan perseroan terbatas harus memperhatikan :

- a. Kepentingan perseroan terbatas, pemegang saham minoritas, dan karyawan perseroan terbatas;
- b. Kepentingan masyarakat dan persaingan sehat dalam melakukan usaha, sehingga kemungkinan terjadinya monopoli atau monopsoni dalam berbagai bentuk yang merugikan masyarakat dapat dicegah; dan
- c. Tidak mengurangi hak pemegang saham minoritas untuk menjual sahamnya dengan harga yang wajar. Pemegang saham minoritas mempunyai hak untuk menjual sahamnya sesuai dengan harga wajar. Jika hak tersebut tidak dapat terlaksana, pemegang saham minoritas dapat tidak menyetujui rencana penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan perseroan terbatas yang diajukan oleh Direksi dan melaksanakan haknya agar saham yang dimilikinya dibeli dengan harga wajar, sesuai dengan ketentuan Pasal 55 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995.

Hal yang sama juga dikatakan Pasal 4 dan Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 27 Tahun 1998. Pasal 4 dan Pasal 5 tersebut menyatakan bahwa :

1. penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan perseroan terbatas hanya dapat dilakukan dengan memperhatikan kepentingan perseroan terbatas, pemegang saham minoritas, dan karyawan, serta kepentingan masyarakat dan persaingan sehat dalam melakukan usaha;

2. Penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan perseroan terbatas tidak mengurangi hak pemegang saham minoritas untuk menjual sahamnya dengan harga wajar;
3. Pemegang saham yang tidak setuju terhadap keputusan rapat umum pemegang saham mengenai penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan perseroan terbatas hanya dapat menggunakan haknya agar saham yang dimilikinya dibeli dengan harga wajar sesuai dengan ketentuan Pasal 65 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995. Pelaksanaan hak tersebut tidak menghentikan proses pelaksanaan penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan perseroan terbatas;
4. Penggabungan, peleburan dan pengambilalihan perseroan terbatas juga harus memperhatikan kepentingan kreditor perseroan terbatas yang akan melakukan penggabungan atau meleburkan diri, atau yang akan mengambil alih dan diambil alih sesuai dengan prinsip hukum perjanjian.

Dengan demikian jelaslah bahwa sebelum lahirnya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, ketentuan mengenai penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan perseroan terbatas secara dini sudah membatasi penggunaannya, jangan sampai penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan perseroan terbatas tersebut menimbulkan penguasaan pasar yang bersifat monopoli, monopsoni, atau persaingan usaha yang tidak sehat, sehingga pasar tidak kompetitif lagi. Keadaan ini pada gilirannya akan merugikan masyarakat banyak; padahal penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan perusahaan merupakan kegiatan yang biasa terjadi dalam dunia usaha, terutama dalam rangka menciptakan iklim usaha yang sehat dan efisien. Hal ini juga dapat meningkatkan produktivitas perusahaan.

Suatu hal yang wajar apabila penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan ini mendapat pengaturan dalam hukum persaingan. Alasannya, tindakan penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan dapat berdampak secara langsung pada hidup matinya persaingan. Bahkan ada suatu keadaan di mana ketika penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan dilakukan, tindakan tersebut bisa menguntungkan konsumen. Namun, pada saat yang bersamaan

hal ini juga bisa mematikan persaingan sehat. Keadaan yang demikian perlu mendapat pengaturan. Dalam hukum persaingan, keuntungan konsumen tidak dapat dijadikan alasan untuk membenarkan tindakan penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan yang dilakukan. Alasannya, yang dipertimbangkan dalam hukum persaingan adalah bagaimana agar persaingan sehat bisa terus berlangsung. Hukum persaingan tidak dimaksudkan semata-mata untuk memberi keuntungan pada konsumen. Keuntungan yang didapat konsumen secara tidak langsung lahir dari persaingan sehat antarpelaku usaha (Hikmahanto Juwana, 1999:7).

Dalam praktiknya, ada 3 (tiga) jenis penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan, yaitu

1. Penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan horizontal, adalah penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan yang dilakukan oleh perusahaan yang secara teoretis berada dalam pasar yang sama, memiliki kegiatan yang sama, bahkan produk yang dihasilkan pun sama dengan perusahaan yang akan digabung, dilebur, dan diambil alih. Paling tidak ada dua karakteristik yang penting dalam penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan horizontal, yaitu produknya sama dan pemasaran terhadap produk dilakukan dalam wilayah yang sama. Dengan adanya tindakan penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan horizontal, pada suatu pasar tertentu akan terjadi pengurangan satu perusahaan (perusahaan yang digabung, dilebur, dan diambil alih) dan ada satu perusahaan yang memiliki pangsa pasar lebih besar dari sebelumnya (perusahaan yang melakukan penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan). Bagi perusahaan yang melakukan penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan, ia akan mempunyai kekuatan pasar yang lebih besar. Dengan demikian, dalam tindakan penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan horizontal, tindakan tersebut tidak hanya menyangkut aset atau saham saja, tetapi juga penyatuan atau pengambilalihan kekuatan pasar. Dalam penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan horizontal ini ada kemungkinan besar pangsa pasar dari perusahaan yang digabung, dilebur, dan diambil alih oleh perusahaan yang melakukan penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan, sehingga

persaingan usaha antar pelaku akan mati atau berkurang. Selain itu bisa terjadi persaingan tidak sehat antar pelaku usaha dan konsumen pun dieksploitasi;

2. Penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan vertikal, adalah penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan yang dilakukan terhadap perusahaan yang jenis usahanya berbeda dan tidak berada dalam pasar yang sama, namun mempunyai keterkaitan. Penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan vertikal ini dapat dilakukan ke bawah dan ke atas. Tindakan penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan vertikal membawa konsekuensi munculnya perlakuan istimewa dari perusahaan yang melakukannya terhadap satu perusahaan (perusahaan yang digabung, dilebur, dan diambil alih) dari sejumlah perusahaan di pasar tertentu. Selain itu ada kemungkinan kedudukan satu perusahaan (yang digabung, dilebur, dan diambil alih) akan lebih tinggi dibanding perusahaan sejenis dalam pasar tertentu. Dalam penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan vertikal, pengambilan pangsa pasar secara teoretis tidak mungkin terjadi, mengingat perusahaan yang digabung, dilebur, dan diambil alih berada dalam dua pasar yang berbeda. Namun, yang terjadi dalam penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan vertikal adalah kemampuan untuk mengendalikan harga dalam memproduksi suatu barang atau jasa;

Penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan konglomerat (*conglomerate merger*), adalah penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan yang dilakukan oleh perusahaan terhadap perusahaan yang tidak bersinggungan dengan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang melakukan penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan. Tindakan penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan konglomerat tidak mengandung konsekuensi apa pun terhadap pasar, sebab perusahaan yang melakukan penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan serta perusahaan yang digabung, dilebur, dan diambil alih tidak mempunyai titik singgung yang sama. Namun, harus disadari bahwa secara tidak langsung penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan konglomerat akan berdampak pada ekonomi secara makro. Terutama jika mengingat bahwa dengan adanya

penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan konglomerat, usaha kecil tidak akan mampu bersaing; pada gilirannya usaha kecil akan dimatikan. Penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan konglomerat akan memunculkan apa yang disebut "*super monopolist*" (Hikmahanto Juwana 1999:6).

Pada akhirnya, berdasarkan pertimbangan di atas, hukum persaingan kita juga mengatur larangan penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan badan usaha. Hal ini berlaku untuk perusahaan yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum, yang menjalankan suatu jenis usaha yang bersifat tetap dan terus-menerus, dengan tujuan memperoleh laba. Selain itu, pengambilalihan saham perusahaan lain yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat juga diatur dalam pasal 28 dan pasal 29 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Ketentuan lebih lanjut mengenai penggabungan atau peleburan badan usaha dan pengambilalihan saham yang dilarang tersebut akan diatur dalam peraturan pemerintah.

Larangan yang dicantumkan dalam Pasal 28 dan Pasal 29 tersebut bersifat *rule of reason*, sama dengan hukum persaingan negara lainnya. Penggabungan badan usaha diperkenankan asalkan tidak mengurangi persaingan secara substansial (Bandingkan Ayudha D. Prayoga et al., (Ed.) 2000:119).

Pasal 28 ayat (1) melarang pelaku usaha melakukan penggabungan atau peleburan badan usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Kemudian ayat (2) dari pasal yang sama melarang pula pelaku usaha melakukan pengambilalihan saham perusahaan lain apabila tindakan tersebut dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Ketentuan Pasal 28 ayat (1) dan ayat (2) ini mengandung arti tidak semua penggabungan atau peleburan badan usaha atau pengambilalihan saham dilarang dilakukan pelaku usaha, kecuali tindakan penggabungan atau peleburan badan usaha atau pengambilalihan saham tersebut menimbulkan praktik monopoli, persaingan usaha tidak sehat, posisi dominan, atau ketiganya. Dengan demikian, sepanjang tindakan penggabungan atau peleburan badan usaha atau pengambilalihan saham tersebut tidak mengakibatkan praktik monopoli, persaingan usaha tidak sehat dan/atau posisi dominan, penggabungan atau peleburan badan usaha atau pengambilalihan saham boleh saja dilakukan pelaku usaha.

Tidak hanya penguasaan pasar melalui penggabungan atau peleburan badan usaha atau pengambilalihan saham yang dilarang. Penguasaan nilai aset yang melebihi jumlah tertentu sebagai hasil tindakan penggabungan atau peleburan badan usaha atau pengambilalihan saham juga dilarang. Dalam Pasal 29 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dikatakan bahwa penggabungan atau peleburan badan usaha atau pengambilalihan saham yang berakibat nilai aset dan/atau nilai penjualannya melebihi jumlah tertentu, wajib diberitahukan kepada Komisi Pengawas Persaingan Usaha, selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari sejak tanggal penggabungan, peleburan, atau pengambilalihan tersebut. Ketentuan tentang penetapan nilai aset dan/atau nilai penjualan serta tata cara pemberitahuannya diatur dalam peraturan pemerintah. Sebelum melakukan tindakan penggabungan atau peleburan badan usaha atau pengambilalihan saham, hal ini terlebih dahulu harus disampaikan kepada Komisi Pengawas Persaingan Usaha guna mendapatkan notifikasi agar tidak melanggar ketentuan Pasal 28 dan Pasal 29 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

Pelaku usaha menjadi kaya ataupun dapat menaikkan nilai penjualan berapa pun yang diupayakan dengan tidak melawan hukum dan tidak mengurangi esensi persaingan (dalam arti pangsa pasar tidak berlebihan dan tidak memanfaatkan kelebihannya itu); atau bahkan kemungkinan membawa kemanfaatan masyarakat rupanya tetap akan menjadi sasaran hukum persaingan di Indonesia. Bergabung untuk menjadi lebih besar, kuat, dan efisien, pada dasarnya merupakan hak semua pengusaha. Dalam keadaan-keadaan tertentu hal ini dapat mendorong persaingan, atau setidaknya bermanfaat bagi masyarakat. Akan tetapi, tidak dapat disangkal bahwa perusahaan yang "terlalu" besar dan kuat sangat mudah memanfaatkan kelebihannya dengan cara-cara yang merugikan persaingan. Untuk menentukan sebesar atau sekuat apa dan dengan cara bagaimana perusahaan pascamerger dapat dianggap mengganggu persaingan usaha sehat, ditetapkanlah beberapa kriteria. Agar pengawasan terhadap merger menjadi lebih mudah dan tepat sasaran, disediakanlah fasilitas notifikasi dan otorisasi. Kata kuncinya: merger sebaiknya tidak mengganggu, tetapi mendorong persaingan (Ayudha D. Prayoga et al., (Ed.), 2000:120).



PENGAWASAN DALAM RANGKA PENEGAKAN PERSAINGAN USAHA

1. Dasar Pembentukan Komisi Pengawas Persaingan Usaha

Lembaga yang akan menjadi penjaga untuk tegaknya peraturan persaingan merupakan syarat mutlak agar peraturan persaingan dapat lebih operasional. Pemberian kewenangan khusus kepada suatu komisi untuk melaksanakan suatu peraturan di bidang persaingan merupakan hal yang lazim dilakukan oleh kebanyakan negara. Di Amerika Serikat, Departemen Kehakiman mempunyai divisi khusus, yaitu Antitrust Division untuk menegakkan Sherman Act. Departemen Kehakiman bersama-sama Federal Trade Commission juga bertugas menegakkan Clayton Act. Sedangkan tugas untuk menegakkan Robinson Patman Act, khususnya yang menyangkut tindakan penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan, diserahkan kepada Federal Trade Commission. Masyarakat Ekonomi Eropa dengan European Community Commission; Jepang, Korea, dan Taiwan dengan Fair Trade Commission. (Agus Sardjono 1998:33 dan Ayudha D. Prayoga et al., (Ed.), 2000:126 dan 128).

Demikian pula yang terjadi di Indonesia. Penegakan hukum persaingan diserahkan kepada Komisi Pengawas Persaingan Usaha, di samping kepolisian, kejaksaan, dan peradilan. Penegakan pelanggaran hukum persaingan harus dilakukan terlebih dahulu dalam dan melalui Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Setelah itu, tugas dapat diserahkan kepada penyidik kepolisian, kemudian diteruskan ke pengadilan, jika pelaku usaha tidak bersedia menjalankan putusan yang telah dijatuhkan Komisi Pengawas Persaingan Usaha.

Sebenarnya, penegakan hukum persaingan usaha dapat saja dilakukan oleh kepolisian, kejaksaan, dan pengadilan. Pengadilan merupakan tempat penyelesaian perkara yang resmi dibentuk negara. Namun, untuk hukum persaingan usaha, pada tingkat pertama penyelesaian sengketa antarpelaku usaha tidak dilakukan oleh pengadilan. Alasan yang dapat dikemukakan adalah karena hukum persaingan usaha membutuhkan orang-orang spesialis yang memiliki latar belakang dan/atau mengerti betul seluk-beluk bisnis dalam rangka menjaga mekanisme pasar. Institusi yang melakukan penegakan hukum persaingan usaha harus beranggotakan orang-orang yang tidak saja berlatar belakang hukum, tetapi juga ekonomis dan bisnis. Hal ini sangat diperlukan, mengingat masalah persaingan usaha sangat terkait erat dengan ekonomi dan bisnis (Ayudha D. Prayoga et al., (Ed.), 2000:126).

Alasan lain mengapa diperlukan institusi yang secara khusus menyelesaikan kasus praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat adalah agar berbagai perkara tidak bertumpuk di pengadilan. Institusi yang secara khusus menyelesaikan praktik monopoli dan persaingan tidak sehat dapat dianggap sebagai suatu alternatif penyelesaian sengketa, sepanjang pengertian alternatif di sini adalah di luar pengadilan. Di Indonesia, lembaga yang demikian yang seringkali dianggap sebagai kuasi yudikatif sudah lama dikenal (Ayudha D. Prayoga et al., (Ed.), 2000:126).

Dalam Pasal 30 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dinyatakan bahwa "untuk mengawasi pelaksanaan undang-undang ini dibentuk Komisi Pengawas Persaingan Usaha, yang selanjutnya disebut Komisi". Kemudian dalam Pasal 34 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dinyatakan "pembentukan Komisi serta susunan organisasi, tugas, dan fungsinya ditetapkan dengan Keputusan Presiden". Sebagai tindak lanjut, lahirlah Keputusan Presiden Nomor 75 Tahun 1999 tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Dari bunyi Pasal 30 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tersebut, jelaslah bahwa tujuan pembentukan Komisi Pengawas Persaingan Usaha adalah untuk mengawasi pelaksanaan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Dalam hal ini Komisi Pengawas Persaingan Usaha bertindak sebagai lembaga kuasi yudikatif. Pembentukan Komisi Pengawas Persaingan Usaha diharapkan dapat menyelesaikan kasus pelanggaran hukum persaingan usaha dengan lebih cepat, efisien, dan efektif, sesuai dengan asas dan tujuannya.

Dapat dikemukakan alasan filosofis dan sosiologis dari pembentukan lembaga Komisi Pengawas Persaingan Usaha ini. Alasan filosofis yang dijadikan dasar pembentukannya, yaitu dalam mengawasi pelaksanaan suatu aturan hukum diperlukan suatu lembaga yang mendapat kewenangan dari negara (pemerintah dan rakyat). Dengan kewenangan yang berasal dari negara, diharapkan lembaga pengawas ini dapat menjalankan tugas dan fungsinya dengan sebaik-baiknya, serta sedapat mungkin mampu bertindak independen. Adapun alasan sosiologis yang dijadikan dasar pembentukan Komisi Pengawas Persaingan Usaha adalah menurunnya citra pengadilan dalam memeriksa dan mengadili suatu perkara, serta beban perkara pengadilan yang sudah menumpuk. Alasan lain, dunia usaha membutuhkan penyelesaian yang cepat dan proses pemeriksaan yang bersifat rahasia. Oleh karena itu, diperlukan suatu lembaga khusus yang terdiri atas orang-orang yang ahli dalam bidang ekonomi dan hukum; dengan demikian penyelesaian yang cepat dapat terwujud (Ayudha D. Prayoga et al., (Ed.), 2000:128).

2. Status dan Keanggotaan Komisi Pengawas Persaingan Usaha

Sudah sewajarnya Komisi Pengawas Persaingan Usaha bersifat independen, terlepas dari pengaruh dan kekuasaan pemerintah serta pihak lain dalam mengawasi pelaku usaha; dalam hal ini memastikan pelaku usaha menjalankan kegiatannya dengan tidak melakukan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Status Komisi Pengawas Persaingan Usaha ini telah diatur Pasal 30 ayat (2) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yang kemudian diulang pada Pasal 1 ayat (2) Keputusan Presiden Nomor 75 Tahun 1999. Dalam Pasal 30 ayat (2) dinyatakan "Komisi adalah suatu lembaga independen yang terlepas dari pengaruh dan kekuasaan serta pihak lain". Dalam melaksanakan tugasnya, Komisi Pengawas Persaingan Usaha bertanggung jawab kepada Presiden sebagai Kepala Negara, berhubung Komisi Pengawas Persaingan Usaha juga melaksanakan sebagian tugas-tugas pemerintah negara dalam melaksanakan undang-undang. Dalam sistem Undang-Undang Dasar 1945, Presiden merupakan penyelenggara pemerintah negara tertinggi di bawah Majelis Permusyawaratan Rakyat. Presiden memegang kekuasaan pemerintahan menurut Undang-Undang Dasar 1945. Atas

dasar itulah dalam melaksanakan tugasnya Komisi Pengawas Persaingan Usaha bertanggung jawab kepada Presiden. Dinyatakan dalam Pasal 30 ayat (3) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 bahwa "Komisi bertanggung jawab kepada Presiden".

Praktik di negara-negara lain yang lebih dulu mempunyai undang-undang persaingan usaha juga memperlihatkan bahwa Komisinya bertanggung jawab kepada kepala pemerintahan (Presiden atau Perdana Menteri). Di Amerika Serikat, misalnya, dalam Federal Trade Commission Act Section 1 dinyatakan bahwa "...Any Commissioners may be removed by the President for inefficiency, neglect of duty, or malfeasance in office". Hal ini juga dapat dilihat pada Section 27 (2) dari Anti-Monopoly Act Jepang, yang menyatakan bahwa "The Fair Trade Commission shall be administratively attached to the Prime Minister". Begitu juga di India, di mana Monopolies and Restrictive Trade Commission-nya dibentuk oleh Pemerintah (Ayudha D. Prayoga et al., (Ed.), 2000:129).

Keberhasilan pelaksanaan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 sesungguhnya tidak terlalu ditentukan oleh independensi Komisi Pengawas Persaingan Usaha dalam melaksanakan tugas, tetapi banyak ditentukan oleh keanggotaannya. Oleh karena itu, Komisi Pengawas Persaingan Usaha harus mempunyai atau terdiri dari anggota-anggota yang terpilih dan terpercaya (*credible*), serta memiliki integritas dan komitmen moral yang tinggi, dengan dibantu oleh tenaga-tenaga yang profesional dalam bidangnya (Bandingkan Muchtar, 1999:23).

Anggota Komisi Pengawas Persaingan Usaha minimum berjumlah 9 (sembilan) orang, termasuk Ketua dan Wakil Ketua yang merangkap sebagai anggota. Dalam Pasal 31 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dinyatakan bahwa "Komisi terdiri atas seorang Ketua merangkap anggota, seorang Wakil Ketua merangkap anggota, dan sekurang-kurangnya 7 (tujuh) orang anggota". Dari kata-kata "sekurang-kurangnya", diartikan jumlah anggotanya boleh lebih dari 7 (tujuh) orang. Atau sebaliknya, paling sedikit beranggotakan 7 (tujuh) orang; dengan ditambahi Ketua dan Wakil Ketua, keanggotaan Komisi Pengawas Persaingan Usaha minimal atau paling sedikit berjumlah 9 (sembilan) orang. Ada yang mengatakan bahwa jumlah ini cukup banyak.

Jika dibandingkan dengan jumlah Komisi pada Federal Trade Commission di Amerika Serikat dan Fair Trade Commission di Jepang

yang hanya berjumlah 5 (lima) orang, jumlah tersebut cukup banyak. Namun, hal ini tidak berarti bahwa jumlah ini tidak wajar atau kebanyakan. Mungkin pembuat undang-undang mempunyai pertimbangan tersendiri dengan melihat kondisi yang ada di Indonesia (Ayudha D. Prayoga et al., (Ed.), 2000:130).

Walaupun bertanggung jawab kepada Presiden, pengisian keanggotaan Komisi Pengawas Persaingan Usaha tidak semata-mata di tangan Presiden, melainkan juga melibatkan Dewan Perwakilan Rakyat. Pasal 31 ayat (2), ayat (3), dan ayat (4) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa pengangkatan dan pemberhentian anggota Komisi Pengawas Persaingan Usaha dilakukan oleh Presiden atas persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat, dengan masa jabatan 5 (lima) tahun dan dapat diangkat kembali untuk 1 (satu) kali masa jabatan berikutnya. Apabila karena berakhirnya masa jabatan tersebut akan terjadi kekosongan keanggotaan Komisi Pengawas Persaingan Usaha, masa jabatan anggota dapat diperpanjang sampai pengangkatan anggota baru. Perpanjangan masa keanggotaan Komisi Pengawas Persaingan Usaha untuk menghindari kekosongan keanggotaan tersebut tidak boleh lebih dari 1 (satu) tahun.

Dengan adanya persetujuan dari Dewan Perwakilan Rakyat itu, diharapkan anggota Komisi Pengawas Persaingan Usaha adalah orang-orang yang mempunyai integritas kepribadian dan keilmuan yang tinggi dan benar-benar dapat menjalankan tugasnya demi kepentingan rakyat secara keseluruhan, dengan menjaga independensinya. Persetujuan dari rakyat sangatlah penting sebab dapat menaikkan kredibilitas Komisi Pengawas Persaingan Usaha itu sendiri. Hal ini juga dilakukan oleh negara-negara besar, seperti Amerika Serikat dan Jepang (Ayudha D. Prayoga et al., (Ed.), 2000:130).

Dalam mengusulkan dan memberikan persetujuan terhadap anggota Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Pemerintah maupun Dewan Perwakilan Rakyat sudah seyogianya memperhatikan persyaratan keanggotaan, sebagaimana diatur dalam Pasal 32 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Untuk menjadi anggota Komisi Pengawas Persaingan Usaha, seseorang harus memenuhi persyaratan sebagai berikut.

- a. warga negara Republik Indonesia, berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun dan setinggi-tingginya 60 (enam puluh) tahun pada saat pengangkatan;

- b. setia kepada Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
- c. beriman dan takwa kepada Tuhan yang Maha Esa;
- d. jujur, adil, dan berkelakuan baik;
- e. bertempat tinggal di wilayah negara Republik Indonesia;
- f. berpengalaman dalam bidang usaha atau mempunyai pengetahuan dan keahlian di bidang hukum dan/atau ekonomi;
- g. tidak pernah dipidana, baik karena melakukan kejahatan berat atau karena melakukan pelanggaran kesusilaan;
- h. tidak pernah dinyatakan pailit oleh pengadilan;
- i. tidak terafiliasi dengan suatu badan usaha sejak yang bersangkutan menjadi anggota Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Yang bersangkutan tidak menjadi
 1. anggota dewan komisaris atau pengawas, atau direksi suatu perusahaan;
 2. anggota pengurus atau badan pemeriksa suatu koperasi;
 3. anggota yang memberikan layanan jasa kepada suatu perusahaan, seperti konsultan, akuntan publik, dan penilai;
 4. pemilik saham mayoritas suatu perusahaan.

Menurut Pasal 33 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, keanggotaan Komisi Pengawas Persaingan Usaha berhenti, karena

- a. meninggal dunia; atau
- b. mengundurkan diri atas permintaan sendiri; atau
- c. bertempat tinggal di luar wilayah negara Republik Indonesia; atau
- d. sakit jasmani atau rohani terus-menerus, yang dinyatakan dengan surat keterangan dokter yang berwenang; atau
- e. berakhirnya masa jabatan keanggotaan komisi; atau
- f. diberhentikan, antara lain dikarenakan tidak lagi memenuhi persyaratan keanggotaan komisi sebagaimana dimaksud Pasal 32.

Pada umumnya Ketua dan Wakil Ketua Komisi Pengawas Persaingan Usaha sudah pasti akan dipilih dari dan oleh anggota Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Penjelasan Pasal 31 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa "Ketua dan Wakil Ketua Komisi dipilih dari dan oleh Anggota Komisi". Selanjutnya, ketentuan ini dipertegas dalam Pasal 14 ayat (3) Keputusan Presiden Nomor 75 Tahun 1999 yang menyatakan bahwa "Ketua dan Wakil Ketua Komisi dipilih dari dan oleh anggota Komisi".

3. Susunan Organisasi dan Pembiayaan Komisi Pengawas Persaingan Usaha

Pengaturan susunan organisasi Komisi Pengawas Persaingan Usaha dikemukakan dalam Pasal 34 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yang menyatakan bahwa "Pembentukan Komisi serta susunan organisasi, tugas, dan fungsinya ditetapkan dengan Keputusan Presiden". Keputusan Presiden yang dimaksud telah ditetapkan dalam Keputusan Presiden Nomor 75 Tahun 1999 yang mengatur pembentukan, susunan organisasi, tugas, dan fungsi Komisi Pengawas Persaingan Usaha.

Susunan organisasi Komisi Pengawas Persaingan Usaha terdiri atas anggota Komisi dan Sekretariat. Anggota Komisi Pengawas Persaingan Usaha wajib melaksanakan tugas dengan berdasar pada asas keadilan dan perlakuan, serta wajib mematuhi tata tertib yang telah disusun oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Untuk kelancaran pelaksanaan tugas, Komisi Pengawas Persaingan Usaha dibantu oleh sekretariat, yang susunan organisasi, tugas, dan fungsinya diatur lebih lanjut dengan keputusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha dapat membentuk kelompok kerja sesuai dengan kebutuhan apabila diperlukan. Kelompok kerja ini beranggotakan orang-orang yang berpengalaman dan ahli dalam bidang masing-masing, yang diperlukan dalam menangani perkara tertentu, dan dalam waktu tertentu. Ketentuan mengenai keanggotaan, fungsi, dan tugas kelompok kerja tersebut diatur lebih lanjut oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha.

Walaupun Komisi Pengawas Persaingan Usaha berkedudukan di ibu kota negara Republik Indonesia, bila diperlukan, Komisi Pengawas Persaingan Usaha dapat membuka kantor perwakilan di

ibu kota propinsi. Persyaratan dan tata kerja kantor perwakilan sebagaimana dimaksud akan diatur lebih lanjut oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha.

Sebagai perbandingan, susunan organisasi Komisi Perdagangan Sehat Jepang terdiri atas Komisi, Sekretariat Jenderal, *Hearing Examiners*, Sekretariat Biro Hubungan Ekonomi, Biro Persaingan Usaha, dan Biro Penyelidikan. Sementara Komisi Korea terdiri atas Biro Kebijakan Perdagangan Sehat, Biro Peraturan Monopoli, Biro Persaingan Usaha, Biro Penyelidikan, dan Biro Perlindungan Konsumen. Dalam menjalankan tugas biro Komisi Korea dan Amerika Serikat dibantu Penasihat Umum (Ayudha D. Prayoga et al., (Ed.), 2000:132). Pada dasarnya negara bertanggung jawab terhadap operasional pelaksanaan tugas Komisi Pengawas Persaingan Usaha dengan memberikan dukungan dana melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara. Selain itu, Komisi Pengawas Persaingan Usaha dapat memperoleh dana dari sumber-sumber lain yang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang bersifat tidak mengikat, serta tidak akan mempengaruhi kemandirian Komisi Pengawas Persaingan Usaha dalam melaksanakan tugasnya; mengingat ruang lingkup dan cakupan tugas Komisi Pengawas Persaingan Usaha demikian luas dan sangat beragam. Untuk itu, staf yang akan membantu Sekretariat Komisi Pengawas Persaingan Usaha sudah seharusnya disesuaikan dengan anggaran yang dibedakan oleh negara tanpa mengurangi kinerja Komisi Pengawas Persaingan Usaha dalam menjalankan tugasnya mengawasi pelaksanaan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Dalam Pasal 37 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dinyatakan bahwa "segala biaya untuk pelaksanaan tugas Komisi Pengawas Persaingan Usaha dibebankan kepada Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan/atau sumber-sumber lain yang diperbolehkan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku".

4. Tugas Komisi Pengawas Persaingan Usaha

Tugas Komisi Pengawas Persaingan Usaha telah diatur secara rinci dalam Pasal 35 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yang kemudian diulangi dalam Pasal 4 Keputusan Presiden Nomor 75 Tahun 1999. Komisi Pengawas Persaingan Usaha ditugaskan melakukan penilaian terhadap perjanjian yang dapat mengakibatkan

terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat, seperti perjanjian-perjanjian oligopoli, penetapan harga, pembagian wilayah, pemboikotan, kartel, *trust*, oligopsoni, integrasi vertikal, perjanjian tertutup, dan perjanjian dengan pihak luar negeri; melakukan penilaian terhadap kegiatan usaha dan/atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat, seperti kegiatan-kegiatan monopoli, monopsoni, penguasaan pasar, dan persekongkolan; dan melakukan penilaian terhadap ada atau tidaknya penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat, yang disebabkan penguasaan pasar yang berlebihan, jabatan rangkap, pemilikan saham dan penggabungan, peleburan dan pengambilalihan badan usaha atau saham. Dengan demikian, pada prinsipnya fungsi dan tugas utama Komisi Pengawas Persaingan Usaha adalah melakukan kegiatan penilaian terhadap perjanjian, kegiatan usaha, dan penyalahgunaan posisi dominan yang dilakukan pelaku usaha atau sekelompok pelaku usaha. Dalam hal terjadi pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, di mana pelaku usaha atau sekelompok pelaku usaha telah membuat perjanjian yang dilarang atau melakukan kegiatan yang terlarang atau menyalahgunakan posisi dominan, Komisi Pengawas Persaingan Usaha berwenang menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif dengan memerintahkan pembatalan atau penghentian perjanjian-perjanjian dan kegiatan-kegiatan usaha yang dilarang, serta penyalahgunaan posisi dominan yang dilakukan pelaku usaha atau sekelompok pelaku usaha tersebut.

Tugas lain dari Komisi Pengawas Persaingan Usaha yang tidak kalah penting adalah memberikan saran dan pertimbangan terhadap kebijakan Pemerintah yang berkaitan dengan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat dan menyusun pedoman dan/atau publikasi atau sosialisasi yang berkaitan dengan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Terakhir, Komisi Pengawas Persaingan Usaha bertugas memberikan laporan secara berkala atas hasil kerjanya kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Nantinya, Komisi Pengawas Persaingan Usaha sangat diharapkan bisa benar-benar bertindak proaktif untuk mempengaruhi kebijakan Pemerintah dalam pembuatan peraturan yang berkaitan dengan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

Seandainya pasal-pasal yang ada dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tidak memadai untuk menunjang tugas dan wewenangnya, Komisi Pengawas Persaingan Usaha dapat mengajukan saran dan pertimbangan kepada Pemerintah untuk mengeluarkan peraturan yang mendukung tugas dan wewenangnya. Demikian pula Komisi Pengawas Persaingan Usaha juga harus membuat pedoman (*guideline*) atau aturan main yang jelas, baik bagi diri sendiri maupun bagi pelaku usaha, misalnya bagaimana prosedur dan proses beracara di Komisi Pengawas Persaingan Usaha dan apakah ketentuan-ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 cukup memadai. Jika tidak memadai, Komisi Pengawas Persaingan Usaha harus membuat sendiri pedoman beracara tersebut (Ayudha D. Prayoga et al., (Ed.), 2000:134).

Sebagai bahan perbandingan, Komisi Masyarakat Ekonomi Eropa juga dapat mengusulkan kepada Dewan Menteri untuk mengeluarkan peraturan yang memberikan kewenangan-kewenangan tertentu kepada Komisi. Hal ini dilakukan Komisi karena melihat kewenangan yang diberikan atau diperoleh dari Article 85 dan 86 Perjanjian Roma kurang memadai bagi Komisi untuk melaksanakan Hukum Persaingan Masyarakat Ekonomi Eropa. Selanjutnya, Federal Trade Commission juga mengeluarkan Trade Regulation-Rules, yang menetapkan cakupan Section Federal Trade Commission Act untuk praktik-praktik industri tertentu. Bersamaan dengan Justice Department, Federal Trade Commission mengeluarkan the Justice Department/FTC 1992 Horizontal Merger Guidelines (Ayudha D. Prayoga et al., (Ed.), 2000:134).

Bila bunyi Pasal 35 huruf f Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 kita baca secara cermat, terkandung makna Komisi Pengawas Persaingan Usaha berwenang untuk mengisi kekosongan hukum dalam rangka pelaksanaan yang berkaitan dengan hukum persaingan usaha. Hal ini berarti pedoman maupun peraturan yang akan dibuat Komisi Pengawas Persaingan Usaha tidak hanya berlaku secara internal saja, tetapi juga berlaku secara eksternal, yakni baik terhadap Komisi Pengawas Persaingan Usaha maupun pelaku usaha serta instansi lainnya yang terkait dengan pelaksanaan hukum persaingan usaha di Indonesia. Penjelasan Pasal 35 ini tidak cukup memberi keterangan.

Integritas dan independensi dari Komisi Pengawas Persaingan Usaha sangat menentukan untuk mengisi kekosongan-kekosongan peraturan maupun pedoman dalam persaingan usaha. Diharapkan

Komisi Pengawas Persaingan Usaha dapat mengantisipasi semaksimal mungkin intervensi politik atau pengaruh dari pihak-pihak lain (Ayudha D. Prayoga et al., (Ed.), 2000:134).

5. Wewenang Komisi Pengawas Persaingan Usaha

Dalam menjalankan tugas dan fungsinya, Komisi Pengawas Persaingan Usaha memiliki sejumlah kewenangan, sebagaimana dikemukakan secara rinci dalam Pasal 36 dan Pasal 47 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Komisi Pengawas Persaingan Usaha tidak hanya berwenang menerima laporan dari masyarakat dan/atau pelaku usaha tentang dugaan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat, tetapi proaktif berwenang melakukan penelitian, melakukan penyelidikan dan/atau pemeriksaan, menyimpulkan hasilnya, memanggil pelaku usaha, memanggil dan menghadirkan saksi-saksi, meminta bantuan penyidik, meminta keterangan dari instansi pemerintah, mendapatkan dan meneliti serta menilai dokumen dan alat bukti lain, memutuskan dan menetapkan, serta menjatuhkan sanksi tindakan administratif.

Kewenangan yang diberikan kepada Komisi Pengawas Persaingan Usaha oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 cukup luas dan terinci dan tidak jauh berbeda dengan kewenangan-kewenangan yang dimiliki oleh Komisi di negara lain. Namun demikian, ada kewenangan yang dimiliki oleh Komisi negara lain tetapi tidak dimiliki oleh Komisi Indonesia, yaitu kewenangan untuk mengajukan suatu perkara yang berkaitan dengan praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat ke pengadilan. Kewenangan seperti ini dimiliki oleh Federal Trade Commission, di mana Federal Trade Commission dapat memasukkan gugatan perdata pada pengadilan distrik atau federal untuk mempertahankan prosedur atau putusan administrasi yang telah ditempuhnya dalam menangani suatu perkara persaingan usaha. Hal yang sama juga dimiliki oleh Komisi Jepang, yang mempunyai hak untuk mengajukan gugatan ke pengadilan dalam hal yang berhubungan dengan *holding company*, *filing of merger*, dan *waiting period of merger* (Ayudha D. Prayoga et al., (Ed.), 2000:135).

Sesuai dengan Pasal 36 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, secara lengkap kewenangan yang dimiliki Komisi Pengawas

Persaingan Usaha meliputi kegiatan-kegiatan sebagai berikut.

- a. menerima laporan dari masyarakat dan/atau pelaku usaha tentang dugaan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat;
- b. melakukan penelitian tentang dugaan adanya kegiatan usaha dan/atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat;
- c. melakukan penyelidikan dan/atau pemeriksaan terhadap kasus dugaan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang dilaporkan oleh masyarakat atau oleh pelaku usaha atau yang ditemukan oleh Komisi sebagai hasil dari penelitiannya;
- d. menyimpulkan hasil penyelidikan dan/atau pemeriksaan tentang ada atau tidak adanya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat;
- e. memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap ketentuan undang-undang ini;
- f. memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli, dan setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap ketentuan undang-undang ini;
- g. meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud huruf e dan f pasal ini, yang tidak bersedia memenuhi panggilan Komisi;
- h. meminta keterangan dari instansi pemerintah dalam kaitannya dengan penyelidikan dan/atau pemeriksaan terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini;
- i. mendapatkan, meneliti dan/atau menilainya surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;
- j. memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak pelaku usaha lain atau masyarakat;
- k. memberitahukan putusan Komisi kepada pelaku usaha yang diduga melakukan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat;
- l. menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini.

Dari tugas dan wewenang Komisi Pengawas Persaingan Usaha tersebut, dapat diketahui bahwa Komisi Pengawas Persaingan Usaha diberi wewenang khusus untuk menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif saja, termasuk menjatuhkan ganti kerugian dan denda; is tidak mempunyai hak menjatuhkan sanksi denda pengganti, apalagi sanksi pidana pokok dan tambahan, yang merupakan wewenang badan peradilan. Komisi Pengawas Per-saingan Usaha juga tidak bertindak sebagai penyidik (khusus) yang dimungkinkan oleh Kitab Undang-Undang Hukum Acara Pidana, padahal keanggotaan Komisi Pengawas Persaingan Usaha terdiri dari orang-orang yang memiliki integritas kepribadian dan keilmuan yang tinggi (Rachmadi Usman, 2001:4-5)

6. Tata Cara Penanganan Perkara Penegakan Hukum Persaingan

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 lebih lanjut mengatur tata cara penanganan perkara penegakan hukum persaingan usaha pada Pasal 38 sampai dengan Pasal 46. Dalam menangani perkara penegakan hukum persaingan usaha, Komisi Pengawas Persaingan Usaha dapat melakukannya secara proaktif atau dapat menerima pengaduan atau laporan dari masyarakat. Pasal 40 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa Komisi Pengawas Persaingan Usaha dapat melakukan pemeriksaan terhadap pelaku usaha apabila ada dugaan terjadi pelanggaran Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 ini - walaupun tidak ada laporan - yang pemeriksaannya dilaksanakan sesuai tata cara sebagaimana diatur dalam Pasal 39. Sebelumnya, dalam Pasal 38 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dinyatakan bahwa setiap orang yang mengetahui bahwa telah terjadi atau patut diduga telah terjadi pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 ini dapat melaporkannya secara tertulis kepada Komisi Pengawas Persaingan Usaha dengan keterangan yang jelas tentang telah terjadinya pelanggaran, dengan menyertakan identitas pelapor. Demikian pula pihak yang dirugikan sebagai akibat terjadinya pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 ini dapat melaporkan secara tertulis kepada Komisi Pengawas Persaingan Usaha dengan keterangan yang lengkap dan jelas tentang telah terjadinya pelanggaran serta kerugian yang ditimbulkan, dengan menyertakan identitas pelapor. Dengan demikian dapat disimpulkan

bahwa bahan penyelidikan, pemeriksaan, dan/atau penelitian terhadap kasus dugaan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha bisa berasal dari laporan atau pengaduan pihak-pihak yang dirugikan atau pelaku usaha; bahkan dari masyarakat atau setiap orang yang mengetahui bahwa telah terjadi atau patut diduga telah terjadi pelanggaran Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Hal ini bisa disampaikan kepada Komisi Pengawas Persaingan Usaha atau berasal dari prakarsa Komisi Pengawas Persaingan Usaha.

Sebagai jaminan atas diri pelapor, Pasal 38 ayat (2) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mewajibkan Komisi Pengawas Persaingan Usaha untuk merahasiakan identitas pelapor, terutama pelapor yang bukan pelaku usaha yang dirugikan (bandingkan Ahmad Yani dan Gunawan Widjaja, 1999:58).

Pemeriksaan Pendahuluan dan Lanjutan

Pasal 39 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mewajibkan Komisi Pengawas Persaingan Usaha untuk melakukan *pemeriksaan pendahuluan* berdasarkan laporan masyarakat, pihak yang dirugikan, atau pelaku usaha. Berdasarkan pemeriksaan pendahuluan ini, Komisi Pengawas Persaingan Usaha dalam waktu (selambat-lambatnya) 30 (tiga puluh) hari setelah menerima laporan tersebut, akan menetapkan perlu tidaknya dilakukan *pemeriksaan lanjutan*. Apabila menurut pertimbangan Komisi Pengawas Persaingan Usaha perlu dilakukan pemeriksaan lanjutan, dengan sendirinya Komisi Pengawas Persaingan Usaha akan melakukan pemeriksaan lanjutan. Dalam melakukan pemeriksaan lanjutan tersebut, Komisi Pengawas Persaingan Usaha wajib melakukan pemeriksaan terhadap pelaku usaha yang dilaporkan. Selain melakukan pemeriksaan terhadap pelaku usaha yang dilaporkan, Komisi Pengawas Persaingan Usaha dapat juga mendengar keterangan saksi, saksi ahli, dan/atau pihak lain bila dipandang perlu. Informasi atau keterangan yang diperoleh dari pelaku usaha yang dilaporkan yang dikategorikan sebagai rahasia perusahaan wajib dijaga kerahasiaannya oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Dalam melakukan kegiatan pemeriksaan di atas, anggota Komisi Pengawas Persaingan Usaha wajib melengkapi diri dengan surat tugas.

Menurut Pasal 41 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, selama penyelidikan atau pemeriksaan lanjutan berlangsung, pelaku

usaha dan/atau pihak lain yang diperiksa mempunyai kewajiban menyerahkan alat bukti yang diperlukan dan dilarang menolak untuk diperiksa, dilarang menolak memberikan informasi yang diperlukan, dan dilarang menghambat proses penyelidikan dan/atau pemeriksaan yang dilakukan Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Oleh karena itu, bila pelaku usaha menolak diperiksa atau memberi informasi yang diperlukan oleh Komisi, ia akan diserahkan kepada penyidik untuk disidik sesuai ketentuan yang berlaku.

Kalau kasusnya sudah sampai pada penyidik, *yang* menangani tidak lagi hanya pihak Komisi Pengawas Persaingan Usaha, tetapi juga pihak kepolisian. Komisi Pengawas Persaingan Usaha menyerahkan kasus tersebut kepada penyidik untuk disidik. Tidak hanya perbuatan atau tindak pidana (menolak diperiksa, menolak memberikan informasi yang diperlukan dalam penyelidikan dan/atau pemeriksaan, atau menghambat proses penyelidikan dan/atau pemeriksaan) saja yang disidik; pokok perkara yang sedang diselidiki atau diperiksa oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha pun mendapat perlakuan sama (Ayudha D. Prayoga et al., (Ed.), 2000:146-147).

Jangka Waktu pemeriksaan Lanjutan

Pasal 43 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menguraikan tentang jangka waktu pemeriksaan lanjutan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Pemeriksaan lanjutan yang dilakukan Komisi Pengawas Persaingan Usaha tersebut wajib diselesaikan dalam jangka waktu selambat-lambatnya 60 (enam puluh) hari sejak dilakukan pemeriksaan lanjutan. Selama jangka waktu tersebut, Komisi Pengawas Persaingan Usaha telah selesai melakukan pemeriksaan dan penilaian terhadap alat-alat bukti, *yang* bisa berupa keterangan saksi, keterangan Ahli, surat dan/atau dokumen, petunjuk, dan keterangan pelaku usaha. Namun - jika diperlukan atau jika Komisi Pengawas Persaingan Usaha belum selesai melakukan pemeriksaan alat-alat bukti - jangka waktu pemeriksaan lanjutan tersebut dapat diperpanjang, paling lama 30 (tiga puluh) hari. Dalam kurun waktu tersebut pemeriksaan lanjutan harus diselesaikan. Setelah selesai melakukan pemeriksaan lanjut-an baik dengan atau tanpa perpanjangan jangka waktu pemerik-saan selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak pemeriksaan lanjutan tersebut selesai, Komisi Pengawas Persaingan Usaha wajib memutuskan apakah telah terjadi atau tidak terjadi pelanggaran terhadap hukum persaingan usaha.

Dalam melakukan penegakan hukum, jika terjadi pelanggaran Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, Komisi Pengawas Persaingan Usaha harus melakukannya melalui proses, tahapan, dan dengan jangka waktu yang telah ditentukan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Jangka waktu yang dianggap cukup singkat ini tentu saja tidak akan memudahkan tugas Komisi Pengawas Persaingan Usaha apabila para anggotanya bukan orang yang profesional di bidang mereka masing-masing. Meskipun didukung oleh anggota yang profesional, karena hingga saat ini belum berpengalaman dalam melaksanakan perundang-undangan di bidang antimonopoli, rasanya penegakan hukum Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 ini masih akan sulit dilaksanakan. Apalagi etos dan budaya supremasi hukum di republik ini masih sekadar "mimpi". Di sisi lain, godaan akan selalu muncul dari pihak yang diduga melanggar karena para pelanggar merupakan pelaku usaha yang mempunyai kemampuan ekonomi (dan juga politik) kuat di dalam masyarakat. Tentu mereka akan merasa tidak senang apabila posisi kekuatan ekonomi mereka diganggu (Insan Budi Maulana, 2000:49-50).

Putusan Komisi

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tidak mengatur secara rinci bagaimana proses pengambilan putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Hanya saja dalam penjelasan Pasal 43 ayat (3) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dinyatakan bahwa pengambilan keputusan Komisi dilakukan dalam suatu sidang Majelis yang beranggotakan sekurang-kurangnya 3 (tiga) orang anggota Komisi. Senada dengan ini, Pasal 7 Keputusan Presiden Nomor 75 Tahun 1999 menyatakan bahwa untuk menyelesaikan suatu perkara, Komisi Pengawas Persaingan Usaha bisa melakukan sidang majelis, yang beranggotakan sekurang-kurangnya 3 (tiga) orang anggota Komisi Pengawas Persaingan Usaha, di mana keputusannya ditandatangani oleh seluruh anggota majelis. Dengan demikian penyelesaian atau pemeriksaan perkara penegakan hukum persaingan harus dilakukan dalam sidang yang berbentuk majelis, majelisnya beranggotakan minimal 3 (tiga) orang.

Pengambilan putusan melalui sidang majelis merupakan hal yang biasa dan juga dilakukan oleh Komisi-komisi negara lain, seperti Amerika Serikat dan Jepang (Ayudha D. Prayoga et al., (Ed.), 2000:136).

Konsep pengaturan seperti di atas sangat dipengaruhi oleh pengaturan pengambilan keputusan sidang majelis pada peradilan umum, di mana suatu putusan dikatakan sebagai putusan majelis hakim, walaupun mungkin ada anggota majelis yang tidak setuju terhadap putusan tersebut. Seyogianya berkas putusan tersebut harus memuat seluruh pendapat anggota majelis hakim, yang mana yang setuju, yang mana yang tidak setuju beserta alasannya, sehingga masyarakat dapat menilai kredibilitas dari hakim yang memeriksa perkara tersebut. Oleh karena itu, proses pengambilan putusan dalam Komisi Pengawas Persaingan Usaha sebaiknya dilakukan dengan suara terbanyak, sehingga diketahui anggota mana yang setuju, mana yang tidak setuju, serta apa alasannya. Pendapat dari masing-masing anggota yang tidak setuju tersebut harus juga dimasukkan ke dalam dokumen putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Dengan demikian kredibilitas dari masing-masing anggota dapat diketahui dari setiap putusan yang dijatuhkan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (Ayudha D. Prayoga et al., (Ed.), 2000:136-137).

Perhatikan penegasan yang terdapat dalam Pasal 6 Keputusan Presiden Nomor 75 Tahun 1999, yaitu dalam menangani perkara, anggota Komisi Pengawas Persaingan Usaha harus bebas dari pengaruh dan kekuasaan pemerintah serta pihak lain. Anggota Komisi Pengawas Persaingan Usaha yang menangani perkara tersebut pun dilarang mempunyai hubungan sedarah atau semenda sampai derajat ketiga dengan salah satu pihak yang berperkara atau mempunyai kepentingan dengan perkara yang bersangkutan. Anggota Komisi Pengawas Persaingan Usaha yang memenuhi ketentuan di atas, wajib menolak untuk menangani perkara yang bersangkutan. Tuntutan penolakan bisa pula datang dari pihak yang berperkara dengan melampirkan bukti-bukti tertulis apabila anggota Komisi Pengawas Persaingan Usaha yang bersangkutan terbukti memenuhi ketentuan di atas.

Sama halnya dengan putusan pengadilan, putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha mengenai hasil pemeriksaannya harus dibacakan dalam suatu sidang yang dinyatakan terbuka untuk umum dan segera diberitahukan kepada pelaku usaha, yaitu dengan menyampaikan petikan putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha kepada pelaku usaha.

Dalam Pasal 44 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dinyatakan bahwa putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha yang

telah diterima, dalam jangka waktu 30 (tiga puluh) hari sejak diterima pemberitahuan petikan putusan oleh pelaku usaha, wajib dilaksanakan dan dilaporkan pelaksanaannya kepada Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Namun, apabila kewajiban melaksanakan putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha tidak dijalankan oleh pelaku usaha, Komisi Pengawas Persaingan Usaha akan menyerahkan putusan tersebut kepada penyidik untuk menyidik sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha tersebut dapat dijadikan sebagai bukti permulaan yang cukup bagi penyidik untuk melakukan penyidikan.

Jika penyidik yang dimaksud dalam Pasal 44 ayat (4) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah penyidik kepolisian/jaksa/ penyidik PNS, kredibilitas ketiga penyidik (khususnya kepolisian dan jaksa) itu patut dipertanyakan, sebab perkara-perkara ini memerlukan penguasaan bidang hukum dan ekonomi yang tinggi. Untuk apa kita membentuk Komisi Pengawas Persaingan Usaha dan stafnya - yang tidak lain adalah pakar yang mempunyai integritas kepribadian dan keilmuan yang memadai - jika kemudian putusan mereka yang telah melalui proses rumit harus disidik ulang oleh penyidik kepolisian atau kejaksaan. Kalaupun yang dimaksud adalah penyidik PNS, kita harus tetap mempertanyakan kredibilitasnya, sebab ketentuan pasal ini mengandung ketidakjelasan atau ambiguitas. Dalam hal ini, sudah sewajarnya Komisi Pengawas Persaingan Usaha diberi kewenangan untuk mempertahankan putusannya dengan mengajukannya ke pengadilan jika putusan tersebut sangat berkaitan erat dengan kepentingan publik (*public interest*). Biarkanlah pengadilan yang menguji putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha tersebut (Ayudha D. Prayoga et al., (Ed.), 2000:135-136).

Dari berbagai perbandingan dengan Komisi Pengawas Persaingan Usaha di negara-negara lain, pada prinsipnya putusan Komisi akan diterima dan dilaksanakan jika ada kepercayaan yang penuh dari masyarakat pelapor atau pelaku usaha. Selain itu Komisi harus benar-benar independen serta memiliki keahlian dalam tugas dan wewenangnya. Namun demikian, hampir semua negara yang diperbandingkan menyebutkan putusan Komisi dapat dimintakan banding ke pengadilan (Ayudha D. Prayoga et al., (Ed.), 2000:150).

Pengajuan Keberatan oleh Pelaku Usaha

Pelaku usaha mempunyai hak untuk mengajukan upaya hukum berupa "keberatan" atas putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha kepada Pengadilan Negeri dalam jangka waktu paling lambat 14 (empat belas) hari setelah menerima pemberitahuan putusan. Akan tetapi, apabila dalam tenggang waktu yang ditentukan tersebut pelaku usaha tidak mengajukan keberatan, menurut Pasal 44 ayat (3) dan Pasal 46 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, pelaku usaha tersebut dianggap menerima putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha, sehingga putusan tersebut telah mempunyai kekuatan hukum yang tetap. Agar mempunyai kekuatan eksekutorial, putusan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap tersebut harus dimintakan penetapan eksekusi kepada Pengadilan Negeri. Dengan diterimanya putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha oleh pelaku usaha, dengan sendirinya pelaku usaha wajib melaksanakan putusan yang diterimanya dari Komisi Pengawas Persaingan Usaha dan melaporkan pelaksanaannya kepada Komisi Pengawas Persaingan Usaha dalam tenggang waktu 30 (tiga puluh) hari sejak menerima pemberitahuan petikan putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha.

Selanjutnya, menurut Pasal 45 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, terhadap keberatan yang diajukan kepada Pengadilan Negeri, Pengadilan Negeri harus memeriksa keberatan pelaku usaha tersebut dalam jangka waktu 14 (empat belas) hari sejak diterimanya keberatan tersebut oleh Pengadilan Negeri. Putusan Pengadilan Negeri mengenai keberatan pelaku usaha tadi harus diberikan dalam waktu 30 (tiga puluh) hari sejak pemeriksaan keberatan tersebut dimulai.

Dalam tenggang waktu yang ditentukan, kita menghadapi tantangan, yaitu sekarang Pengadilan Negeri dituntut bekerja lebih profesional; dengan hakim-hakim yang memiliki keahlian serta sumber daya manusia yang menguasai hukum persaingan usaha, kepastian hukum - baik dari segi kualitas putusan maupun dari aspek kepastian waktu dalam beracara - dapat tercapai. Penegakan hukum tidak bisa dilaksanakan hanya dengan membentuk undang-undang baru saja. Selain itu, is juga harus didukung sumber daya manusia yang berkualitas dan memahami hukum. Sumber daya manusia tersebut juga harus profesional dalam tugas dan wewenangnya. Oleh karena itu, untuk meningkatkan sumber daya manusia (khususnya hakim) di Pengadilan Negeri yang nantinya akan

menangani perkara-perkara persaingan usaha seyogianya Pemerintah mengadakan pendidikan dan pelatihan hakim dan personalia pengadilan lainnya. Selain itu, alangkah baiknya bila para hakim memanfaatkan program pendidikan peradilan lanjutan, baik di dalam maupun di luar negeri. Apabila pengadilan memiliki sumber daya manusia (dalam hal ini: hakim-hakim) yang ahli dan memahami hukum persaingan dengan baik, serta didukung faktor-faktor teknis lainnya di pengadilan yang dapat mendukung proses beracara, kiranya tenggang waktu 30 (tiga puluh) hari sudah cukup memadai untuk mengambil keputusan (Ayudha D. Prayoga et al., (Ed.), 2000:151).

Selain "menguji" putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Pengadilan Negeri juga berwenang untuk memeriksa dan mengadili perkara-perkara penegakan hukum persaingan usaha yang telah diserahkan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha kepada penyidik kepolisian atau kejaksaan. Selanjutnya, Pengadilan Negeri dapat menjatuhkan pidana pokok sekaligus pidana tambahan kepada pelaku usaha yang terbukti melanggar Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 masih memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk mencari keadilan dengan melakukan upaya hukum terakhir yang dapat diajukan kepada Mahkamah Agung. Apabila pelaku usaha tidak menerima atau menolak putusan Pengadilan Negeri, dalam tenggang waktu 14 (empat belas) hari pihaknya dapat mengajukan kasasi kepada Mahkamah Agung. Setelah itu, Mahkamah Agung harus memberikan putusan dalam waktu 30 (tiga puluh) hari sejak permohonan kasasi tersebut diterima. Ketentuan tenggang waktu yang diberikan kepada Mahkamah Agung tersebut patut dipertanyakan; apakah waktu tersebut dapat dipenuhinya? Apalagi ada begitu banyak perkara yang masuk serta tunggakan yang harus diselesaikan Mahkamah Agung (Ayudha D. Prayoga et al., (Ed.), 2000:143).

Dengan demikian, penanganan perkara penegakan hukum persaingan usaha harus diselesaikan terlebih dahulu melalui dan di tingkat Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Sanksi yang diberikannya pun juga terbatas pada penjatuhan sanksi administratif belaka oleh Komisi Pengawas Persaingan usaha. Apabila sampai ke pengadilan, sudah tentu sanksi yang akan dikenakan jauh lebih berat dibandingkan sanksi administratif yang dijatuhkan Komisi

Pengawas Persaingan Usaha. Sebenarnya pembentuk undang-undang berkeinginan mendayagunakan sanksi administratif dalam penegakan hukum persaingan usaha di Indonesia tanpa mengabaikan kewenangan yang dimiliki pengadilan untuk mengadili pelanggaran terhadap suatu undang-undang.

7. Sanksi Penegakan Hukum Persaingan Usaha

Dari Pasal 47 sampai dengan Pasal 49 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, terdapat 3 (tiga) macam sanksi yang dapat dijatuhkan kepada pelaku usaha yang melanggar hukum persaingan usaha. Ketiga macam sanksi tersebut meliputi tindakan administratif yang dijatuhkan Komisi Pengawas Persaingan Usaha, sanksi pidana pokok, dan pidana tambahan yang dijatuhkan pengadilan.

Sanksi pidana juga tercantum dalam Undang-Undang Anti-mopoli Jepang yang diatur dalam Pasal 89 dan Pasal 90, di antaranya terhadap tindakan-tindakan *private monopolization*, *unreasonable restraint of trade (cartel)*, dan kegiatan *trade association* yang pada intinya mengekang persaingan, termasuk perjanjian internasional ilegal. Sedangkan sanksi pidana tidak dikenakan terhadap *unfair business practices* karena tindakan tersebut tidak dianggap sebagai pelanggaran serius dibandingkan dengan tindakan tersebut di atas (Insan Budi Maulana, 2000:55). Pasal 47 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa Komisi Pengawas Persaingan Usaha berwenang untuk menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Tindakan administratif tersebut dapat berupa :

- a. Penetapan pembatalan perjanjian yang dilarang untuk dilakukan pelaku usaha, yaitu perjanjian-perjanjian oligopoli (Pasal 4), penetapan harga (Pasal 5), diskriminasi harga (Pasal 6), pengekangan harga diskon (Pasal 7), pengekangan harga distributor (Pasal 8), pembagian wilayah (Pasal 9), pemblokotan (Pasal 10), kartel (Pasal 11), trust (Pasal 12), oligopsoni (Pasal 13), perjanjian tertutup (Pasal 15), dan perjanjian dengan pihak luar negeri (Pasal 16); dan/atau
- b. Perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan integrasi vertikal (Pasal 14). Penghentian integrasi vertikal antara lain dilaksanakan dengan memberikan perjanjian, pengalihan

sebagian perusahaan kepada pelaku usaha lain, atau perubahan bentuk rangkaian produksinya; dan/atau

- c. Perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan kegiatan yang terbukti menimbulkan praktik monopoli dan/atau menyebabkan persaingan usaha tidak sehat dan/atau merugikan masyarakat. Diperintahkan untuk diberhentikan di sini hanya suatu kegiatan atau tindakan tertentu saja dan bukan kegiatan usaha pelaku usaha secara keseluruhan; dan/atau
- d. Perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan penyalahgunaan posisi dominan; dan/atau
- e. Penetapan pembatalan atas penggabungan atau peleburan badan usaha dan pengambilalihan saham (Pasal 28); dan/atau
- f. Pembayaran ganti rugi. Ganti rugi diberikan kepada pelaku usaha dan kepada pihak lain yang dirugikan; dan/atau
- g. Pengenaan denda serendah-rendahnya Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah).

Pidana pokok yang dikenakan kepada pelaku usaha yang melanggar hukum persaingan Indonesia dalam bentuk pidana denda serendah-rendahnya satu miliar rupiah dan setinggi-tingginya seratus miliar rupiah; atau pidana kurungan pengganti denda selamalamanya tiga bulan sampai dengan enam bulan.

Pasal 48 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menentukan pelanggaran terhadap ketentuan Pasal-pasal 4, 9, 16, sampai dengan 19, Pasal 25, Pasal 27, dan Pasal 28, dapat diancam pidana denda minimal dua puluh lima miliar rupiah dan maksimal seratus miliar rupiah, atau pidana kurungan pengganti denda maksimal enam bulan. Kemudian, pelanggaran terhadap ketentuan Pasal-pasal 5 sampai dengan 8, 15, 20 sampai 24, dan 26, dapat diancam pidana denda minimal lima miliar rupiah dan maksimal dua puluh lima miliar rupiah, atau pidana kurungan pengganti denda maksimal lima bulan. Selanjutnya, pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 41 dapat diancam pidana denda minimal satu miliar rupiah dan maksimal lima miliar rupiah, atau pidana kurungan pengganti denda maksimal tiga bulan. Dengan demikian terdapat tiga macam pidana denda yang dijatuhkan kepada pelaku usaha oleh pengadilan, yaitu pidana

denda minimal dua puluh lima miliar rupiah, pidana denda minimal lima miliar rupiah, dan pidana denda minimal satu miliar rupiah; masing-masing disertai pidana kurungan pengganti denda.

Pengadilan juga dapat menjatuhkan pidana tambahan, di samping pidana pokok kepada pelaku usaha yang telah melanggar Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Pidana tambahan ini diatur dalam Pasal 49 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang menentukan bahwa dengan menunjuk ketentuan pasal 10 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, terhadap pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 48, dapat dijatuhkan pidana tambahan berupa pencabutan izin usaha; larangan kepada pelaku usaha yang telah terbukti melakukan pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 untuk menduduki jabatan Direksi atau Komisaris minimal dua tahun dan maksimal lima tahun; atau penghentian kegiatan atau tindakan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian pada pihak lain.

Dalam pelaksanaannya di masa mendatang, perlu ada koordinasi yang efektif dengan pihak terkait lainnya, terutama dengan Departemen Perindustrian dan Perdagangan yang berhubungan dengan perizinan di bidang usaha yang dikenakan sanksi tambahan tersebut. Selain itu, hal ini masih perlu mendapat perhatian dari Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia yang akan memberi pengesahan suatu badan hukum yang akan berdiri atau mengalami perubahan. Diharapkan pihak terkait ini menelaah dengan cermat sebelum akhirnya memberi izin dan/atau mengesahkan suatu badan hukum yang akan berdiri atau yang mengalami perubahan susunan pengurus. Tanpa koordinasi yang efektif, upaya penegakan hukum yang dilakukan oleh Komisi Pengawas Persaingan usaha akan sia-sia saja (Insan Budi Maulana, 2000:59).



Bab VIII

PENGERTIAN MONOPOLI DAN PERSAINGAN CURANG

Kata "monopoli" berasal dari kata Yunani yang berarti "penjual tunggal." (*Fishwick, Frank, 1995 : 21*). Di samping istilah monopoli, di USA sering digunakan kata "antitrust" untuk pengertian yang sepadan dengan istilah "anti monopoli" atau istilah "dominasi" yang dipakai oleh masyarakat Eropa yang artinya juga sepadan dengan arti istilah "monopoli." Di samping itu terdapat lagi istilah yang artinya mirip-mirip yaitu istilah "kekuatan pasar." Dalam praktek keempat istilah tersebut, yaitu istilah "monopoli," "antitrust," "kekuatan pasar," dan istilah "didominasi" saling dipertukarkan pemakaiannya. Keempat istilah tersebut dipergunakan untuk menunjukkan suatu keadaan di mana seseorang menguasai pasar, di mana di pasar tersebut tidak tersedia lagi produk substitusi atau produk substitusi yang potensial, dan terdapatnya kemampuan pelaku pasar tersebut untuk menerapkan harga produk tersebut yang lebih tinggi, tanpa mengikuti hukum persaingan pasar atau hukum tentang permintaan dan penawaran pasar.

Undang-Undang Anti Monopoli No. 5 Tahun 1999 m emberikan arti kepada monopoli sebagai suatu penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh, satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha (Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Anti Monopoli). Sementara yang dimaksud dengan "praktek monopoli" adalah suatu pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau

jasa tertentu sehingga menimbulkan suatu- persaingan usaha secara tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum. Lihat pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Anti Monopoli.

Selain itu, Undang-Undang Anti Monopoli juga memberikan arti kepada "persaingan usaha tidak sehat" sebagai suatu persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang atau jasa yang dilakukan dengan cara-cara yang tidak jujur atau dengan cara melawan hukum atau menghambat persaingan usaha (*vide* Pasal 1 ayat (6) Undang-Undang Anti Monopoli).

Dalam literatur ilmu hukum anti monopoli, biasanya yang diartikan anti persaingan sehat adalah dampak negatif tindakan tertentu terhadap :

- (1) harga barang dan/atau jasa;
- (2) kualitas barang dan/atau jasa; dan
- (3) kuantitas barang dan/atau jasa.

Kepada pengertian "Pemusatan Kekuatan Ekonomi," Undang-Undang Anti Monopoli memberi arti sebagai penguasaan yang nyata atas suatu pasar bersangkutan oleh satu atau lebih pelaku usaha sehingga dapat menentukan harga barang dan atau jasa.

Selanjutnya kepada pengertian "posisi dominan" Undang-Undang Anti Monopoli memberi arti sebagai suatu keadaan di mana pelaku usaha tidak mempunyai pesaing yang berarti di pasar yang bersangkutan dalarnya 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.

Dengan demikian Undang-Undang Anti Monopoli No. 5 Tahun 1999 dalam memberikan arti kepada posisi dominan atau perbuatan anti, persaingan lainnya mencakup baik kompetisi yang *interbrand*, maupun kompetisi yang *intra-brand*. Yang dimaksud dengan kompetisi yang *interbrand* adalah kompetisi di antara produsen produk yang generiknya sama (*same generic product*). Dilarang

misalnya jika satu perusahaan menguasai 100% (seratus persen) pasar televisi, atau yang disebut dengan istilah "monopoli." Sedangkan yang dimaksud dengan kompetisi yang *intra-brand* adalah kompetisi di antara distributor (*wholesale* maupun eceran) atas produk dari produsen tertentu.

Sementara yang dimaksud dengan "pelaku usaha" adalah setiap perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau tidak, yang didirikan atau berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah Republik Indonesia yang menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi. Lihat Pasal 1 ayat (6) Undang-Undang Anti Monopoli.

Jadi dalam hal ini ke dalam kategori "pelaku usaha" termasuk

- (1) Orang Perorangan;
- (2) Badan Usaha Badan Hukum;
- (3) Badan Usaha Bukan Badan Hukum;

Dengan dimasukkannya badan usaha bukan badan hukum sebagai pelaku usaha, maka cakupannya menjadi luas. Yakni termasuk juga tentunya badan usaha berbentuk CV, Firma, Yayasan, dan berbagai bentuk perkumpulan lainnya.

Undang-Undang Anti Monopoli No. 5 Tahun 1999 masih melihat suatu pelaku usaha dalam arti suatu bentuk usaha, baik badan hukum atau tidak. Jadi, jika dalam suatu kelompok usaha ada dua badan hukum misalnya, maka hal tersebut dianggap sebagai dua pelaku usaha. Karena itu, bagi Undang-Undang Anti Monopoli Tahun 1999 tersebut, tidak begitu relevan misalnya memperbedakan apakah suatu distribusi ganda (*dual distribution*) berbentuk "sejajar" atau berbentuk "campuran" (*myriad*) karena akibat hukumnya tetap sama.

Yang dimaksud dengan distribusi ganda yang sejajar adalah jika ada satu perusahaan yang mengangkat distributornya lebih dari satu, tetapi kedua perusahaan distribusi tersebut berada di luar grup dan saling bersaing satu sama lain. Sementara itu, yang dimaksud dengan distribusi ganda campuran adalah di mana seorang produsen mengangkat dua distributor, satu merupakan distributor dalam satu kelompok usaha dengan produsen tersebut, sementara distributor

yang satunya lagi adalah distributor bebas, yakni yang berada di luar kelompok usaha yang bersangkutan. Sehingga dalam distribusi ganda yang campuran tersebut yang terancam baik persaingan usaha yang vertikal maupun yang horisontal.

Di samping itu, ada juga yang mengartikan kepada tindakan monopoli sebagai suatu keistimewaan atau keuntungan khusus yang diberikan kepada seorang atau beberapa orang atau perusahaan, yang merupakan hak atau kekuasaan yang eksklusif untuk menjalankan bisnis atau perdagangan tertentu, atau memproduksi barang-barang khusus, atau mengontrol penjualan terhadap seluruh suplai barang tertentu (*Black, Henry Campbell, 1968: 1158*).

Dalam hukum Inggris kuno, monopoli diartikan sebagai suatu izin atau keistimewaan yang dibenarkan oleh raja untuk membeli, menjual, membuat, mengerjakan atau menggunakan apa pun secara keseluruhan, di mana tindakan monopoli tersebut secara umum dapat mengekang kebebasan berproduksi atau trading (*Black, Henry Campbell, 1968: 1158*).

Atau monopoli dirumuskan juga sebagai suatu tindakan yang memiliki atau mengontrol bagian besar dari suplai di pasar atau output dari komoditas tertentu yang dapat mengekang kompetisi, membatasi kebebasan perdagangan, yang memberikan kepada pemonopoli kekuasaan pengontrolan terhadap harga. (*Black, Henry Campbell, 1968 :1158*).

Ada lagi yang mengartikan kepada tindakan monopoli (yang umum) sebagai suatu hak atau kekuasaan hanya untuk melakukan suatu kegiatan atau aktivitas yang khusus, seperti membuat suatu produk tertentu, memberikan suatu jasa, dan sebagainya. Atau, suatu monopoli (dalam dunia usaha) diartikan sebagai pemilikan atau pengendalian persediaan akan atau pasaran untuk suatu produk atau jasa yang cukup banyak untuk mematahkan atau memusnahkan persaingan, untuk mengendalikan harga, atau dengan cara lain untuk membatasi perdagangan (*Abdurachman, A., 1991: 700*). Dalam Undang-Undang Fair Trading di Inggris tahun 1973, istilah Monopoli diartikan sebagai keadaan di mana sebuah perusahaan atau sekelompok perusahaan menguasai sekurang-kurangnya 25% (dua puluh lima persen) penjualan atau pembelian dari produk-produk yang ditentukan. Sementara dalam Undang-Undang Anti Monopoli Indonesia No. 5 Tahun 1999, suatu monopoli dan monopsoni terjadi jika terdapatnya penguasaan pangsa pasar lebih dari 50% (lima puluh

persen) (Pasal 17 ayat (2) juncto Pasal 18 ayat (2)).

Sementara itu, pengertian posisi dominan di pasar digambarkan dalam sidang-sidang Masyarakat Eropa sebagai:

- 1) Kemampuan untuk bertindak secara merdeka, dan bebas dari pengendalian harga, dan
- 2) Kebergantungan pelanggan, pemasok atau perusahaan lain dalam pasar, yang bagi mereka perusahaan yang dominan tersebut merupakan rekan bisnis yang harus ada. (*Fishwick, Frank, 1995: 65*).

Dalam ilmu hukum monopoli dikenal beberapa sikap monopolistik yang mesti sangat dicermati dalam rangka memutuskan apakah suatu tindakan dapat dianggap sebagai tindakan monopoli. Sikap monopolistik tersebut adalah sebagai berikut : (*Andersen, William R., 1985 : 214*).

- (1) Mempersulit masuknya para pesaing ke dalam bisnis yang bersangkutan.
- (2) Melakukan pemasangan (*captive*) sumber suplai yang penting atau suatu outlet distribusi yang penting.
- (3) Mendapatkan hak paten yang dapat mengakibatkan pihak pesaingnya sulit untuk menandingi produk atau jasa tersebut.
- (4) Integrasi ke atas atau ke bawah yang dapat menaikkan persediaan modal bagi pesaingnya atau membatasi akses pesaingnya kepada konsumen atau supplier.
- (5) Mempromosikan produk secara besar-besaran.
- (6) Menyewa tenaga-tenaga ahli yang berlebihan.
- (7) Pembedaan harga yang dapat mengakibatkan sulitnya bersaing dari pelaku pasar lain.
- (8) Kepada pihak pesaing disembunyikan informasi tentang pengembangan produk, tentang waktu atau skala produksi.
- (9) Memotong harga secara drastis.
- (10) Membeli atau mengakuisisi pesaing-pesaing yang tergolong

kuat atau tergolong prospektif.

- (11) Menggugat pesaing-pesaingnya atas tuduhan pemalsuan hak paten, pelanggaran hukum anti monopoli dan tuduhan-tuduhan lainnya.

RUANG LINGKUP HUKUM ANTI MONOPOLI

Jika kita telusuri ketentuan dalam Undang-Undang Anti Monopoli No. 5 Tahun 1999, maka tindakan-tindakan yang berhubungan dengan pasar yang perlu diatur oleh hukum anti monopoli yang sekaligus merupakan ruang lingkup dari hukum anti monopoli tersebut adalah sebagai berikut :

- (1) Perjanjian yang dilarang;
- (2) Kegiatan yang dilarang;
- (3) Penyalahgunaan posisi dominan;
- (4) Komisi pengawas persaingan usaha;
- (5) Tata cara penanganan perkara;
- (6) Sanksi-sanksi;
- (7) Perkecualian-perkecualian.

Sedangkan hal-hal yang dilarang oleh Undang-Undang Anti Monopoli adalah sebagai berikut

- (1) Perjanjian-perjanjian tertentu yang berdampak tidak baik untuk persaingan pasar, yang terdiri dari :
 - (a) Oligopoli;
 - (b) Penetapan Harga;
 - (c) Pembagian Wilayah; masalah. Karena apakah dengan dikecualikan hal ini, berarti pihak koperasi dengan seenaknya dapat melanggar aturan main tentang monopoli dan atau persaingan curang.
 - (d) Perbuatan dan atau perjanjian yang dikecualikanYang tergolong ke dalam kategori "perjanjian" dan atau

"perbuatan" yang dikecualikan oleh Undang-Undang Anti Monopoli adalah sebagai berikut:

- 1) Perbuatan dan atau perjanjian yang bertujuan untuk melaksanakan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hal ini sebenarnya tidak menjelaskan apa-apa, karena tanpa pencantuman ketentuan seperti ini dalam Undang-Undang Anti Monopoli, hal tersebut sudah semestinya juga berlaku.
- 2) Perbuatan dan atau perjanjian yang bertujuan untuk ekspor yang tidak mengganggu kebutuhan dan atau pasokan pasar dalam negeri. Tentunya, sungguhpun untuk ekspor. tidak seenaknya aturan main tentang persaingan sehat dapat diabaikan begitu saja. Sungguhpun barangkali tidak melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Anti Monopoli (karena sudah dikecualikan), tetapi masih ada kemungkinan pelanggaran peraturan lain yang dilanggar, terutama peraturan yang bersifat regional, multinasional ataupun yang bersifat internasional.



TANGGUNG JAWAB PERUSAHAAN

Masalah yang akan dibahas di sini dalam literatur etika bisnis di Amerika Serikat dikenal sebagai *corporate social responsibility* atau *social responsibility of corporations*. *Corporation* atau korporasi, sebagaimana sudah dipakai dalam bahasa Indonesia, langsung dimengerti sebagai perusahaan, khususnya per-usahaan besar. Tetapi sebenarnya artinya adalah lebih luas, yakni badan hukum. "Korporasi" berasal dari bahasa Latin (*corpus/corpora* = badan) dan sebetulnya berarti "yang dijadikan suatu badan" (bandingkan: *incorporated*). Jika kita menelusuri perkembangan istilah ini, pada mulanya "korporasi" justru tidak menunjukkan organisasi yang mencari untung. Istilah yang berasal dari hukum Kekaisaran Roma ini, pada zaman pra-modern di Eropa masih secara eksklusif dipakai untuk menunjukkan badan hukum yang didirikan demi kepentingan umum. Hal yang sama pada mulanya berlaku juga di Amerika Serikat. "Bahwa kini korporasi secara spontan dimengerti sebagai perusahaan, merupakan salah satu di antara sekian banyak bukti lain yang menunjukkan betapa pentingnya peranan bisnis dalam masyarakat kita.

Tetapi, bagaimanapun perkembangan istilah ini, "korporasi" masih tetap berarti "badan hukum". Dalam situasi kita sekarang, perbedaan yang paling mencolok adalah antara badan hukum *for profit* dan badan hukum *not for profit*. Organisasi seperti Palang Merah Internasional (*International Red Cross*) tetap bisa disebut korporasi, biarpun statusnya jelas nirlaba. Tetapi peranan korporasi-korporasi nirlaba sangat terbatas, jika dibandingkan dengan organisasi-organisasi bisnis atau perusahaan yang mendominasi kehidupan umum. Bahkan organisasi semacam Palang Merah hampir tidak bisa menjalankan kegiatan humaniternya, kalau tidak disokong oleh (antara lain) bisnis.

1. Tanggung jawab hukum dan tanggung jawab moral perusahaan

Kalau ditanyakan apakah perusahaan mempunyai tanggung jawab legal, jawabannya tidak bisa diragukan. Dengan jelas sekali perusahaan mempunyai tanggung jawab legal, karena sebagai badan hukum ia memiliki status legal. Karena merupakan badan hukum, perusahaan mempunyai banyak hak dan kewajiban legal yang dimiliki juga oleh manusia perorangan dewasa, seperti menuntut di pengadilan, dituntut di pengadilan, mempunyai milik, mengadakan kontrak, dan lain-lain. Seperti subyek hukum yang biasa (manusia perorangan), perusahaan pun harus menaati peraturan hukum dan harus memenuhi hukumannya, bila terjadi pelanggaran. Pendeknya, ia mempunyai tanggung jawab legal.

Jika kita berefleksi sedikit tentang status legal korporasi ini, perlu kita akui bahwa ia merupakan makhluk yang unik. Hal itu tampak dengan jelas dalam definisi termasyhur yang diberikan oleh hakim agung Amerika, Marshall, pada 1819: "suatu korporasi adalah suatu makhluk buatan, tidak kelihatan, tidak berwujud, dan hanya berada di mata hukum. Karena semata-mata merupakan ciptaan hukum, ia hanya memiliki ciri-ciri yang oleh akte pendiriannya diberikan kepadanya ...". Korporasi atau badan hukum memang tidak bisa dilihat. Tidak bisa dipotret, umpamanya. Sebab, korporasi tidak sama dengan orang-orang yang mendirikan atau menjadi pimpinannya. Jika orang-orang yang mendirikan korporasi sudah meninggal, sebagai badan hukum ia masih tetap ada, dan sering terjadi penggantian pimpinan korporasi, tetapi korporasi itu sendiri dengan demikian tidak berubah. Akan tetapi, jika korporasi itu ciptaan hukum, itu tidak berarti bahwa ia tidak melebihi fiksi saja. Justru ciri-ciri yang ditentukan dalam akte pendiriannya, bisa mengakibatkan bahwa korporasi itu berperanan penting dan mempunyai dampak besar atas dunia sekelilingnya. Apalagi, sekarang mudah sekali mendirikan suatu korporasi. Tidak ada lagi syarat-syarat restriktif (seperti: hanya boleh memiliki kekayaan sekian), sebagaimana dulu ada di banyak negara.

Kalau adanya tanggung jawab legal tidak mungkin diragukan, lebih sulit adalah menjawab pertanyaan berikut: apakah perusahaan mempunyai juga tanggung jawab moral? Supaya mempunyai tanggung jawab moral, perusahaan perlu berstatus moral atau - dengan kata lain - perlu merupakan pelaku moral. Pelaku moral

(*moral agent*) bisa melakukan perbuatan yang kita beri kualifikasi etis atau tidak etis. Untuk itu salah satu syarat yang penting adalah memiliki kebebasan atau kesanggupan mengambil keputusan bebas. Batu, rumah, mobil, atau benda apa saja tidak merupakan pelaku moral. Batu yang lepas dari tembok dan melukai orang yang kebetulan berjalan di bawahnya, tidak bisa dipersalahkan, karena tidak merupakan pelaku moral. Manusia perorangan adalah pelaku moral. Tapi bagaimana halnya dengan perusahaan? Apakah perusahaan bisa melakukan perbuatan baik atau buruk dalam arti moral (bukan saja arti hukum)? Kalau pelaku moral selalu mempunyai hati nurani, apakah perusahaan juga demikian?"

Di sini perlu ditekankan lagi: *tidak* ditanyakan apakah pimpinan perusahaan atau orang-orang yang membentuk perusahaan merupakan pelaku moral. Hal itu tidak mungkin disangkal. Mereka masing-masing mempunyai status moral. Yang dipersoalkan adalah apakah perusahaan sendiri merupakan pelaku moral, terlepas dari orang yang termasuk perusahaan ini. Misalnya, tentang kasus Ford Pinto yang sudah kita pelajari dalam konteks lain (Bab 7, §4, nr. 3), bisa ditanyakan apakah perusahaan Ford sendiri bersalah dengan memproduksi mobil yang tidak aman untuk para pemakai, sedangkan sebabnya (letaknya tangki bensin) sebenarnya mudah bisa diubah. Dari segi hukum tidak ada kewajiban itu. Anjuran dari *National Highway Traffic Safety Administration* bahwa mobil tidak boleh kehilangan bahan bakar pada tabrakan dengan kecepatan 20 mil per jam, baru diwajibkan dengan peraturan hukum enam tahun kemudian (1977). Dan jika ada klaim dari korban atau keluarga korban, setelah terjadi kecelakaan fatal, Ford membayar ganti rugi sesuai dengan hukum Amerika. Bisakah dikatakan bahwa perusahaan Ford itu sendiri salah dalam hal ini (dan karena itu mempunyai tanggung moral) dan bukan beberapa orang dalam pimpinan yang mengambil keputusan itu?

Apakah perusahaan merupakan suatu pelaku moral atau tidak, adalah masalah yang sulit untuk dipecahkan. Ada argumen pro dan kontra. Di satu pihak harus diakui bahwa hanya individu atau manusia perorangan mempunyai kebebasan untuk mengambil keputusan, dan akibatnya hanya individu dapat memikul tanggung jawab. Tetapi di lain pihak sulit juga untuk menerima pandangan bahwa perusahaan hanyalah semacam benda mati yang dikendalikan oleh para manajer, seperti halnya dengan mobil atau kapal. Ada banyak

pertanda yang menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai suatu "kepribadian" tersendiri. Misalnya, perusahaan mempunyai sejarah tertentu yang sering dilukiskan pada kesempatan yubileum 100 tahun berdirinya atau sebagainya, perusahaan bisa tumbuh, perusahaan bisa menjalankan pengaruh atas politik lokal, kita sering mendengar ada *corporate culture* yang tertentu, dan sebagainya. Ciri-ciri seperti itu tidak mungkin ditemukan pada benda mati.

Di antara para ahli etika bisnis terutama Peter French yang dengan gigih membela status moral perusahaan, mulai dalam sebuah artikel dari 1979, kemudian dilanjutkan dalam beberapa buku. Dengan tegas ia merumuskan pendapatnya: "*corporations can be full-fledged moral persons and have whatever privileges, rights and duties as are, in the normal course of affairs, accorded to moral persons*". Untuk mendukung pendapat itu ia terutama mempunyai dua argumen. Pertama, ada keputusan yang diambil oleh korporasi yang hanya bisa dihubungkan dengan korporasi itu sendiri dan tidak dengan beberapa orang yang bekerja untuk korporasi tersebut. Sebuah contoh adalah keputusan dua perusahaan untuk mengadakan *merger*. Keputusan itu sungguh-sungguh berasal dari dua korporasi tersebut dan bukan dari beberapa anggotanya saja. Kedua, korporasi melakukan perbuatan seperti itu dengan maksud (*intention*) yang hanya bisa dihubungkan dengan korporasi itu sendiri dan tidak dengan beberapa orang yang bekerja di korporasi tersebut. Misalnya, maksudnya adalah memperbaiki posisinya dalam kompetisi.

Cukup banyak pengarang lain tidak menyetujui pendapat French ini. Mereka menekankan bahwa keputusan selalu diambil oleh individu-individu - walaupun atas nama korporasi - dan tidak pernah oleh korporasi atau perusahaan, terlepas dari orang yang membentuk korporasi itu. Karena itu tidak mungkin perusahaan itu sendiri merupakan *moral person* atau persona moral yang bisa memikul tanggung jawab moral. Antara lain Manuel Velasquez mengemukakan kritik ini dalam sebuah artikel yang disusun dengan jelas dan argumentatif.

Tetapi akhirnya seluruh diskusi ini tidak begitu penting dan hanya mempunyai makna teoretis saja. Tidak ada konsekuensi untuk praktek bisnis. Sebab, seandainya perusahaan sendiri - terlepas dari orang-orang yang bekerja di dalamnya - tidak merupakan pelaku moral dan karena itu tidak bisa memikul tanggung jawab moral,

namun pimpinan perusahaan tetap merupakan pelaku moral dan akibatnya memikul tanggung jawab moral atas keputusan yang mereka ambil. Dalam uraian selanjutnya kita tidak akan membedakan lagi antara tanggung jawab moral perusahaan yang dipegang oleh perusahaan sebagai pelaku moral sendiri dan tanggung jawab moral perusahaan yang dipegang oleh pimpinan perusahaan. Jadi, kita tinggalkan saja diskusi yang tidak mudah ini.

2. Pandangan Milton Friedman tentang tanggung jawab sosial perusahaan

Yang dimaksudkan di sini dengan tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab moral perusahaan terhadap masyarakat. Tanggung jawab moral perusahaan tentu bisa diarahkan kepada banyak hal: kepada dirinya sendiri, kepada para karyawan, kepada perusahaan lain, dan seterusnya. Jika kita berbicara tentang tanggung jawab sosial, yang disoroti adalah tanggung jawab moral terhadap masyarakat di mana perusahaan menjalankan kegiatannya, entah masyarakat dalam arti sempit seperti lingkungan di sekitar sebuah pabrik atau masyarakat luas.

Hampir semua pengarang tentang etika bisnis akan menerima perlunya tanggung jawab sosial perusahaan. Tetapi pendekatannya sering kali sangat berbeda. Kita mulai dengan mempelajari suatu pandangan cukup ekstrem tentang maksud dan peranan tanggung jawab sosial perusahaan yang dikemukakan oleh ekonom besar dari Amerika Serikat, Milton Friedman.

Milton Friedman (1912-) adalah profesor emeritus dari Universitas Chicago dan pemenang Hadiah Nobel bagian ekonomi pada tahun 1976. Ia sudah merumuskan pandangannya tentang tanggung jawab sosial perusahaan dalam bukunya, *Capitalism and Freedom* (1962), tetapi yang menjadi masyhur dalam konteks ini adalah tulisan kecilnya yang dimuat dalam *New York Times Magazine*, 13 September 1970, dengan judul *The social responsibility of business is to increase its profits*. Dalam judul ini sudah tampak dengan jelas maksudnya: satu-satunya tanggung jawab perusahaan adalah meningkatkan keuntungan sampai menjadi sebesar mungkin. Tanggung jawab ini diletakkan dalam tangan para manajer. Pelaksanaannya tentu saja harus sesuai dengan aturan-aturan main yang berlaku dalam masyarakat, baik dari segi hukum maupun dari

segi kebiasaan etis. Tetapi manajer tidak mempunyai tujuan lain dan pasti tidak terikat dengan tujuan-tujuan sosial yang asing terhadap tugasnya untuk menghasilkan keuntungan sebesar mungkin untuk perusahaan. Jika Friedman berbicara tentang perusahaan, maksudnya adalah perusahaan publik di mana kepemilikan terpisah dari manajemen. Para manajer hanya menjalankan tugas yang dipercayakan kepada mereka oleh para pemegang saham sebagai pemilik perusahaan. Karena itu para manajer terutama bertanggung jawab kepada mereka. *"The manager is the agent of the individuals who own the corporation... and his primary responsibility is to them"* Apa yang dilakukan manajer dengan uang pribadi menjadi keputusan sendiri. Modal milik pribadi boleh saja dipakai untuk tujuan-tujuan sosial, tetapi jika manajer memakai modal perusahaan untuk itu, ia merugikan para pemilik. Jadi, tanggung jawab sosial boleh saja dijalankan oleh para manajer secara pribadi, seperti juga oleh semua orang lain, tetapi sebagai manajer perusahaan mereka mewakili para pemegang saham dan karena itu tanggung jawab Mereka adalah mengutamakan kepentingan mereka, yakni memperoleh keuntungan sebanyak mungkin.

Jika para manajer menjalankan tanggung jawab sosial atas nama perusahaan dengan memerangi kemiskinan, umpamanya, mereka sebenarnya memungut pajak dari pemilik perusahaan dan serentak juga menentukan bagaimana dana pajak itu akan dipakai. Nah, mengumpulkan pajak dan memutuskan pemakaian uang pajak adalah tugas-tugas pemerintah. Jadi, dengan mempraktekkan "tanggung jawab sosial" semacam itu para manajer menyalahgunakan posisi mereka. Mereka mulai menjalankan tugas-tugas pemerintahan, tetapi tanpa kontrol demokratis yang selayaknya mengiringi setiap langkah pemerintahan.

Friedman menyimpulkan bahwa doktrin tanggung jawab sosial dari bisnis merusak sistem ekonomi pasar bebas. Mengakui tanggung jawab sosial itu akan mengakibatkan sistem ekonomi menjurus ke arah ekonomi berencana dari negara-negara komunis. Serentak juga doktrin itu bersifat subversif terhadap masyarakat yang bebas dan demokratis. Dan sebagai penutup ia mengutip dari bukunya, *Capitalism and Freedom*, bahwa dalam masyarakat bebas "terdapat satu dan hanya satu tanggung jawab sosial untuk bisnis, yakni memanfaatkan sumber dayanya dan melibatkan diri dalam kegiatan-kegiatan yang bertujuan meningkatkan keuntungannya, selama hal

itu sebatas aturan-aturan main, artinya, melibatkan diri dalam kompetisi yang terbuka dan bebas tanpa penipuan atau kecurangan".

Jika sesudah sekian tahun kita sekarang membaca artikel ini, mungkin kita tidak merasa begitu terkejut seperti pembaca-pembaca pertama pada tahun 1970. Milton Friedman adalah pelopor utama dari neoliberalisme, aliran dalam ekonomi yang ingin sedapat mungkin menerapkan pemikiran liberalisme klasik (Adam Smith) dalam situasi abad ke-20. Dengan gigih ia membela sistem ekonomi pasar bebas. Tendensi liberalistis ini tampak dengan jelas dalam artikel tadi, karena ia malah menuduh sebagai berpandangan sempit pebisnis-pebisnis yang membela pengaturan harga dan pendapatan," dua bidang yang memang sering dikecualikan dari mekanisme pasar semata-mata. Sejak is mulai mengembangkan pemikiran neoliberalistisnya dalam tahun 1950-an, lama sekali ia berjuang seorang diri. Artikel dari 1970 ini ditulis dalam suasana anti-bisnis. Ia melihat seruan akan perlunya tanggung jawab sosial bisnis sebagai usaha untuk memperbaiki citra dari kegiatan mencari untung. Baru dalam tahun 1980-an dengan keberhasilan ekonomi dari pemerintahan Presiden Ronald Reagan di Amerika Serikat dan Perdana Menteri Margareth Thatcher di Inggris, dan kemudian dengan runtuhnya komunisme dan diakuinya globalisasi ekonomi, Friedman merasa pandangannya diterima umum. Ia sendiri menggambarkan perkembangan ini dalam otobiografinya yang ditulis bersama istrinya.

Jika sesudah waktu sekian lama kita melihat lagi pandangan Friedman dari 1970, perlu kita akui pentingnya peranan bisnis dalam dunia sekarang. Dan peranan bisnis bersifat mandiri, tidak perlu direstui oleh atau mencari perlindungan di belakang instansi apa pun. *The business of business is business*, "urusan bisnis hanyalah bisnis" adalah prinsip yang sekarang diakui umum. Bisnis tidak perlu mewujudkan tujuan-tujuan lain daripada tujuan ekonomis saja. Kini cakupan bisnis malah lebih luas lagi ketimbang saat artikel ini ditulis. Friedman masih menyebut rumah sakit dan sekolah sebagai contoh korporasi nirlaba." Rupanya belum terbayangkan olehnya bahwa sektor-sektor ini pun bisa jatuh dalam cengkeraman bisnis. Saat ini sekurang-kurangnya sektor pelayanan kesehatan mulai digarap juga oleh bisnis, bukan saja di Amerika. Di sini tidak bisa diselidiki pertanyaan apakah perkembangan ini pantas disambut dengan gembira.

Perlu diakui pula bahwa perusahaan publik yang kita kenal sekarang telah menciptakan suatu situasi etis yang baru. Korporasi raksasa seperti Ford, Toyota, Philips, atau Siemens, semua memulai kegiatannya sebagai perusahaan keluarga, di mana kepemilikan dan manajemen berada dalam tangan yang sama. Tetapi karena sekarang manajemen terpisah dari kepemilikan, para manajer memang mempunyai kewajiban moral untuk mengelola perusahaan sebaik-baiknya, sehingga menghasilkan laba untuk para pemegang saham. Mereka tidak boleh mengelola perusahaan seolah-olah menjadi miliknya sendiri.

Yang perlu ditolak dalam pandangan Friedman adalah tekanan berat sebelah pada posisi pemegang saham. Teori *stakeholders* adalah kritik yang paling tepat atas pandangan Friedman ini (bdk. Bab 5, §4). Di samping *stock-holders*, masih ada banyak *stakeholders* lain yang semuanya berhak diperhatikan dalam pengelolaan bisnis. Kekurangan Friedman ini tampak dalam contoh-contoh yang diberikan untuk menolak tanggung jawab sosial lain daripada meningkatkan keuntungan. Di satu sisi diberi contoh: perusahaan tidak perlu membatalkan kenaikan harga produk demi mencegah terjadinya inflasi, atau dalam menerima tenaga baru, perusahaan tidak wajib memprioritaskan tenaga kerja yang sudah lama menganggur. Contoh-contoh ini dapat kita terima. Masalah inflasi atau masalah kesempatan kerja tidak secara langsung menjadi tanggung jawab perusahaan. Di sisi lain diberikan contoh lingkungan hidup. Friedman menegaskan bahwa perusahaan tidak wajib "mengeluarkan lebih banyak biaya untuk mengurangi polusi daripada apa yang perlu demi kepentingan perusahaan dan apa yang dituntut oleh hukum demi terwujudnya tujuan sosial, yakni memperbaiki lingkungan hidup". Contoh ini lebih sulit untuk diterima, karena tanggung jawab perusahaan di sini tidak terbatas pada apa yang diperintahkan hukum, apalagi pada kepentingan perusahaan. Lingkungan hidup adalah suatu persoalan sangat penting dalam rangka tanggung jawab sosial perusahaan, yang ternyata belum disadari oleh Friedman.

3. Tanggung jawab ekonomis dan tanggung jawab sosial

Masalah tanggung jawab sosial perusahaan dapat menjadi lebih jelas, jika kita membedakannya dari tanggung jawab lain. Bisnis selalu memiliki dua tanggung jawab ini: tanggung jawab ekonomis dan

tanggung jawab sosial. Tetapi langsung perlu dicatat bahwa hal itu hanya berlaku untuk sektor swasta. Dalam perusahaan negara atau Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dua macam tanggung jawab ini tidak dapat dipisahkan. Sering terjadi, sebuah perusahaan negara merugi bertahun-tahun lamanya, tetapi kegiatannya dibiarkan berlangsung terus, karena suatu alasan non-ekonomis, misalnya karena perusahaan itu dinilai penting untuk kesempatan kerja di suatu daerah. Di banyak negara, perusahaan transportasi kereta api mengalami kerugian, secara menyeluruh atau di trayek-trayek tertentu, tetapi hal itu tidak menjadi alasan untuk menutup perusahaan itu. Pertimbangan di belakangnya adalah kepentingan umum. Adanya transportasi kereta api dianggap begitu penting untuk masyarakat umum, sehingga jasa ini harus tersedia terus, walaupun dari segi ekonomis tidak menguntungkan. Kalau perusahaan negara defisit terus, tidak perlu is bangkrut, karena selalu ada kas negara untuk membantu. Pemerintah dapat mengambil keputusan untuk melengkapi defisit dari kas negara, karena dianggap perlu demi kepentingan masyarakat luas.

Perusahaan swasta tidak mempunyai jalan keluar empuk begini kalau mengalami kerugian. Kelangsungan usahanya seluruhnya terletak dalam tangannya sendiri. Jika mengalami defisit untuk periode lama, mau tidak mau perusahaan swasta harus ditutup. Di sinilah letaknya tanggung jawab ekonomis sebuah perusahaan. Ia harus berusaha, agar kinerja ekonomisnya selalu baik. Dalam kapitalisme liberalistis tanggung jawab ekonomis itu dilihat sebagai *profit maximization* atau mendapat untung sebesar mungkin. Dalam Bab 5 telah kita lihat bahwa konsepsi itu berat sebelah sifatnya dan malah berbahaya dari sudut etika. Namun demikian, setelah ditambah nuansa yang semestinya tidak bisa dipungkiri juga bahwa perusahaan yang sehat harus menghasilkan laba. Modal yang ditanamkan di dalamnya harus diperoleh kembali dalam jangka waktu yang wajar (*return on investment*), bersama dengan laba yang wajar pula. Hal itu merupakan tanggung jawab ekonomis perusahaan.

Jika Milton Friedman menyebut peningkatan keuntungan perusahaan se-bagai tanggung jawab sosialnya, sebetulnya ia berbicara tentang tanggung jawab ekonomis saja, bukan tanggung jawab sosial. Tetapi perlu diakui, tanggung jawab ekonomis ini mempunyai aspek sosial yang penting dan mungkin terutama aspek itulah yang mau digarisbawahi oleh Friedman. Kinerja setiap

perusahaan menyumbangkan kepada kinerja ekonomi nasional sebuah negara. Jika suatu perusahaan berhasil memainkan peranannya dengan baik di atas panggung ekonomi nasional, dengan sendirinya ia memberi kontribusi yang berarti kepada kemakmuran masyarakat. Hal itu terutama kita sadari dalam keadaan krisis, bila terjadi banyak pemutusan hubungan kerja dan banyak perusahaan harus menghentikan kegiatannya.

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawabnya terhadap masyarakat di luar tanggung jawab ekonomis. Jika kita berbicara tentang tanggung jawab sosial perusahaan, kita memaksudkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan demi suatu tujuan sosial dengan tidak memperhitungkan untung atau rugi ekonomis. Hal itu bisa terjadi dengan dua cara: positif atau negatif. Secara positif, perusahaan bisa melakukan kegiatan yang tidak membawa keuntungan ekonomis dan semata-mata dilangsungkan demi kesejahteraan masyarakat atau salah satu kelompok di dalamnya. Contohnya adalah menvelenggarakan pelatihan ketrampilan untuk penganggur atau mendirikan panti asuhan untuk anak-anak yatim piatu. Jika perusahaan melibatkan diri dalam kegiatan serupa itu, ia hanya mengeluarkan dana dan tidak mendapat sesuatu kembali. Tujuannya semata-mata sosial dan sama sekali tidak ada maksud ekonomis. Secara negatif, perusahaan bisa menahan diri untuk tidak melakukan kegiatan-kegiatan tertentu, yang sebenarnya menguntungkan dari segi bisnis, tetapi akan merugikan masyarakat atau sebagian masyarakat. Kegiatan-kegiatan itu bisa membawa keuntungan ekonomis, tapi perusahaan mempunyai alasan untuk tidak melakukannya. Di sini dapat ditunjukkan banyak contoh di bidang lingkungan hidup. Misalnya, bagi suatu pabrik kertas, yang paling menguntungkan dari segi ekonomis adalah membuang limbah industrinya ke dalam sungai saja. Setiap cara lain akan mengakibatkan biaya produksi naik, sehingga dari segi ekonomis menjadi tidak menarik. Membuang limbah industri itu di tempat lain akan meminta biaya transportasi yang besar. Membangun instalasi pengolah limbah hingga menjadi cairan yang tidak berbahaya, akan meminta biaya lebih besar lagi. Dari segi ekonomis, jalan keluar yang paling efektif adalah membuang limbah ke dalam sungai. Setiap cara lain akan memberatkan pengeluaran bagi perusahaan, sehingga mengurangi keuntungan. Hanya saja, membuang limbah dalam sungai akan merugikan banyak pihak lain. Masyarakat di sekitar pabrik tidak lagi bisa memanfaatkan air sungai

untuk keperluan rumah tangga, seperti mandi atau cuci pakaian. Para petani tidak lagi bisa memakai air untuk irigasi sawah. Ikan dalam sungai akan mati semua dan seluruh ekosistemnya terganggu. Untuk pabrik kertas itu membuang limbah dalam sungai adalah cara kerja yang paling ekonomis, tetapi sungai itu bukanlah milik perusahaan saja. Banyak pihak lain terkena karena ulah pabrik kertas itu.

Jika kita membedakan tanggung jawab sosial dalam arti positif dan dalam arti negatif, langsung menjadi jelas konsekuensinya dalam rangka etika. Bisnis memang memikul tanggung jawab dalam arti negatif karena tidak boleh melakukan kegiatan yang merugikan masyarakat. Perilaku para manajer pabrik kertas dalam contoh tadi harus dinilai tidak etis, karena sangat merugikan masyarakat sekitarnya. Seandainya tidak (atau belum) dilarang oleh hukum, pembuangan limbah ke dalam sungai tetap tidak boleh dilakukan, karena merugikan orang lain adalah tindakan yang selalu tidak etis. Suatu contoh yang sudah dapat dianggap klasik tentang tanggung jawab sosial dalam arti negatif adalah kasus susu formula Nestle (§ 5, nr. 1). Dari segi ekonomis, strategi Nestle untuk mencari pasar baru di dunia ketiga, dapat dipahami. Tetapi dengan demikian mereka merugikan kesehatan bayi di sana, karena bila di Amerika Serikat sudah lebih baik para ibu memberi ASI kepada bayinya apalagi di negara-negara berkembang. Memang boleh dikatakan, strategi bisnis ini membunuh bayi (walaupun tidak secara langsung) demi perolehan untung. Dapat dicatat lagi, dengan strategi bisnis ini Nestle tidak melanggar peraturan hukum apa pun, dari Amerika ataupun dari negara lain. Namun demikian, cara berbisnis ini tetap tidak diperbolehkan, karena jelas tidak etis.

Suatu kasus lain sudah beberapa kali terjadi di benua Amerika. Perusahaan buah kaleng yang besar dari Amerika Serikat membeli tanah subur dari petani kecil di Amerika Tengah buat produksi buah ekspor. Perkebunan raksasa yang mereka bangun bisa menguasai hampir seluruh tanah subur di suatu daerah. Tetapi sesudah beberapa waktu keadaan itu dapat mengakibatkan kelaparan bagi masyarakat setempat, karena pemasokan pangan selama ini dengan mendadak terputus. Dengan sadar atau tidak, perusahaan Amerika Serikat menyebabkan kerugian bagi masyarakat itu dan harus memikul tanggung jawabnya, walaupun dalam hal ini mereka tidak melakukan sesuatu yang ilegal. Masalah kelaparan itu disebabkan oleh kegiatan

ekonomis mereka. Karena itu mereka harus memikul tanggung jawab sosial dalam arti negatif ini, artinya membeli tanah subur yang bisa mengakibatkan kondisi tadi, harus dinilai tidak etis.

Kalau perusahaan pasti terikat dengan tanggung jawab sosial dalam arti negatif, hal yang sama tidak dapat dikatakan tentang tanggung jawab dalam arti positif. Tanggung jawab terakhir ini tidak bisa diwajibkan kepada bisnis, karena tidak pernah suatu perusahaan berkewajiban untuk secara positif mewujudkan tujuan-tujuan sosial yang tidak sejalan dengan tujuan-tujuan ekonomisnya. Tidak menjadi tanggung jawab perusahaan untuk memajukan kesehatan bayi pada umumnya atau memerangi kelaparan yang terjadi dalam masyarakat. Tidak pernah perusahaan wajib mendirikan panti asuhan, membangun poliklinik untuk rakyat miskin, membuka perpustakaan untuk masyarakat umum, dan sebagainya. Sangat terpuji memang, jika perusahaan melakukannya, tetapi mereka tidak wajib. Hal seperti itu dalam etika disebut perbuatan-perbuatan *supererogatoris* (*supererogatory acts*), perbuatan-perbuatan yang melebihi apa yang diwajibkan secara moral. Dan tanggung jawab selalu berkaitan dengan yang wajib dilakukan.

Dengan demikian menjadi jelas juga jawaban atas pertanyaan: bagaimana kewajiban perusahaan, jika terjadi konflik antara kepentingan ekonomis dan kepentingan sosial? Masalah ini dapat dibahas dengan bertolak dari suatu situasi konkret. Dalam suatu kota kecil, kehidupan sebagian terbesar penduduknya tergantung pada suatu industri tertentu. Jika pabrik itu tutup, tidak tersedia kesempatan kerja lain. Tetapi pabrik itu adalah milik sebuah konglomerat yang menguasai banyak perusahaan di kota-kota lain. Semua perusahaan itu berkinerja bagus, hanya pabrik satu itu mengalami kerugian. Sudah diupayakan restrukturisasi dan tindakan manajerial lain, tetapi tidak pernah berhasil. Jika pabrik ini ditutup, tingkat kemiskinan di kota kecil itu akan naik drastis. Apakah konglomerat itu wajib tetap mempertahankan pabrik itu? Apakah mereka wajib mengorbankan kepentingan ekonomis yang terbatas ini kepada kepentingan sosial dari kota kecil tersebut, karena secara menyeluruh sebagai konglomerat setiap tahun mereka memperoleh laba cukup besar? Secara konsekuen harus kita katakan, konglomerat itu tidak wajib mempertahankan pabrik yang merugi itu. Dalam mengambil keputusan, mereka tentu tidak boleh menutup mata terhadap akibat-akibat sosialnya, tetapi jika sudah diusahakan

perbaikan ekonomis dan tidak berhasil, mereka tidak wajib tetap menerima kerugian ekonomis itu demi suatu tujuan di luar bisnis. Kesempatan kerja adalah urusan pemerintah, bukan urusan bisnis. Karena itu jalan keluar terbaik dari kesulitan semacam itu adalah kerja sama antara pemerintah - pemerintah setempat atau pemerintah pusat - dengan bisnis. Jika kesempatan kerja di tempat itu sungguh penting, pemerintah harus menawarkan fasilitas khusus, seperti kredit dengan syarat lunak atau keringanan pajak, yang memungkinkan konglomerat untuk mengatasi kerugian finansialnya dan membuka perspektif baru untuk mencapai keseimbangan ekonomis. Kini di negara-negara industri sering dapat disaksikan kerja sama semacam itu antara pemerintah dan bisnis.

Kasus tentang tanggung jawab sosial perusahaan

§ 5, kasus 2: "Musibah pabrik Union Carbide di Bhopal"

kasus 3: Pabrik Multi Bintang di Surabaya

4. Kinerja Sosial Perusahaan

Jika kita menyimak sejarah industri, memang ada pengusaha-pengusaha besar yang memperoleh nama harum bukan saja karena keberhasilan di bidang bisnis tetapi juga sebagai filantrop. Beberapa nama terkenal adalah Andrew Carnegie (1835-1919), raja besi dan baja Amerika dari abad ke-19, John Rockefeller (1839-1937), raja minyak di Amerika Serikat, dan putranya John Rockefeller Jr. (1874-1960), Henry Ford (1863-1974), pengusaha yang untuk pertama

Perusahaan untuk menginvestasi dana dalam program-program khusus. Rupanya bisnis Amerika untuk pertama kali memahami kenyataan ini. Perusahaan-perusahaan Jepang dalam hal ini belajar dari bisnis Amerika. Bila beroperasi di luar negeri, mula-mula perusahaan-perusahaan Jepang hanya memperhatikan aspek-aspek ekonomis dari usahanya. Lama-kelamaan mereka menginsafi bahwa aspek-aspek sosial pun tidak boleh diabaikan. Contoh yang menarik adalah manajer dari Mitsubishi, yang setelah selesai tugasnya di Amerika Serikat mulai mempraktekkan cara ini pada perusahaannya sendiri sekembalinya ke Jepang. Di Indonesia kita hanya dapat mengharapkan bahwa bisnis akan semakin memahami pentingnya kinerja sosial perusahaan. Jika kita mengikuti pemberitaan tentang

perusahaan besar seperti Caltex di Riau atau Freeport di Papua, tidak dapat dihindari kesan bahwa bagi mereka hubungan baik dengan masyarakat setempat merupakan hal yang sangat mendesak. Dan perusahaan lebih kecil pun dapat memperoleh banyak manfaat, jika kinerja sosial dimasukkan dalam agenda usaha mereka.

Upaya kinerja sosial perusahaan sebaiknya tidak dikategorikan sebagai pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Walaupun tidak secara langsung dikejar keuntungan, namun usaha-usaha kinerja sosial ini tidak bisa dilepaskan dari tanggung jawab ekonomis perusahaan. Di sini tetap berlaku bahwa bisnis bukan karya amal. Dan perbedaan yang menentukan antara keduanya adalah pencarian keuntungan. Hanya saja, keuntungan bisa dicari secara langsung atau melalui jalan putar yang panjang. Kinerja sosial perusahaan akhirnya bertujuan juga untuk mencari keuntungan. Bahkan kasus yang pernah diajukan sebagai contoh perilaku berkeutamaan dari perusahaan farmasi Merck mudah dapat ditempatkan dalam konteks kinerja sosial ini (Bab 2, § 4). Bagaimana pun juga, Merck sudah menginvestasi banyak uang dalam mengembangkan obat Mectizan itu. Ketika ternyata tidak bisa dibeli oleh masyarakat Afrika yang membutuhkannya, Merck sendiri membagi obat ini dengan gratis di tempatnya. Dengan demikian mereka sempat meningkatkan nama baiknya di mata masyarakat. Konsepsi kinerja sosial ini memang tidak asing terhadap tanggung jawab ekonomis perusahaan, tetapi konsepsi ini sangat cocok juga dengan paham *stakeholders management*. Citra baik merupakan aset yang sangat berharga bagi sebuah perusahaan. Dan tidak boleh dilupakan bahwa citra baik itu dibentuk dalam hubungan dengan semua *stakeholders*.

5. Beberapa kasus

5.1. Susu formula Nestle

Hanya sebagian kecil dari ibu-ibu muda tidak bisa menyusui anaknya sendiri. Untuk membantu mereka, pada akhir abad ke-19 dikembangkan susu formula sebagai pengganti Air Susu Ibu (ASI). Tetapi karena pelbagai alasan, lama-kelamaan semakin banyak ibu mulai memberi susu botol kepada bayinya. Di Amerika Serikat antara 1950-1970 hanya sekitar 22 persen ibu-ibu masih memberi ASI kepada bayinya. Jadi, sekitar 78 persen memberi susu formula. Industri susu

formula menjadi bisnis yang penting. Tetapi sekitar pertengahan 1970-an kebiasaan ini mulai berubah. Diperkirakan, sekitar 1978 persentase ibu-ibu yang memberi susu formula berkurang sampai 50 persen. Alasannya, secara ilmiah telah terbukti bahwa ASI jauh lebih baik untuk kesehatan bayi. Penyusutan pasar ini tentu merupakan pukulan berat untuk produsen susu formula. Mereka mencari jalan keluar dengan memasarkan produknya di Dunia Ketiga. Usaha ini dipelopori oleh Nestle, suatu korporasi multinasional terbesar di bidang produksi makanan, yang berasal dari Swiss. Diadakan kampanye promosi besar-besaran, yang menurut banyak pengamat melanggar etika. Dalam kampanye itu dipergunakan iklan seperti "Ibu modern tahu yang terbaik untuk bayinya, yaitu susu formula Nestle", "Ibu yang menyayangi anaknya tentu memberi susu formula Nestle". Di samping itu dibagi *sample* kepada dokter, bidan, atau petugas kesehatan lain untuk disalurkan kepada ibu-ibu baru. Dokter spesialis kebidanan dan dokter spesialis anak diberi hadiah, jika mereka mempromosikan susu formula Nestle kepada pasiennya. Wanita muda berpakaian perawat dikirim ke desa-desa untuk mempromosikan susu formula. Di mata banyak ibu dari Dunia Ketiga, apa yang berasal dari Amerika Serikat atau negara Barat lain tentunya paling baik untuk kesehatan dan pertumbuhan bayi mereka, padahal yang paling baik adalah ASI mereka sendiri. Jika ASI sudah lebih sehat di Amerika, apalagi di Dunia Ketiga. Menurut para ahli gizi, terutama ada lima alasan untuk memberi ASI kepada bayi di negara-negara berkembang.

- (1) Dari segi ekonomi: memberi susu botol akan menambah beban bagi keluarga yang sudah miskin; lebih baik uang itu dipakai untuk meningkatkan gizi dari ibu-ibu yang menyusui.
- (2) Pencegahan infeksi: melalui ASI bayi mendapat antibodi.
- (3) ASI lebih bergizi; susu formula yang paling bermutu pun kalah dengan ASI.
- (4) ASI lebih higienis; air yang ditambah pada bubuk susu sering terkontaminasi atau botol dan dot tidak bersih.
- (5) Dengan memberi ASI dikurangi risiko untuk kehamilan baru.

Alasan-alasan ini amat meyakinkan untuk memberi ASI kepada bayi di negara-negara berkembang. Karena itu kampanye promosi Nestle ini menimbulkan kemarahan banyak orang. Beberapa LSM mengadakan aksi melawan perusahaan Nestle, antara lain dengan menyebarkan di berbagai negara brosur berjudul *Nestle Kills Babies*. Jutaan orang dari puluhan negara bergabung dalam *The International Nestle Boycott* yang memboikot semua produk Nestle dan berlangsung selama enam setengah tahun. Boikot ini diselenggarakan oleh *The Infant Formula Action Coalition* (INFACT).

Pada Mei 1981, dalam *World Health Assembly* yang diselenggarakan oleh WHO dan UNICEF, diterima sebuah kode etik pemasaran susu formula yang disebut *International Code of Marketing for Breastmilk Substitutes*. Dalam pemungutan suara, dari 119 wakil negara yang hadir, hanya satu menolak, yaitu Amerika Serikat, yang pada waktu itu dipimpin oleh Presiden Ronald Reagan. Kode etik yang meliputi delapan halaman ini melarang setiap cara pemasaran yang tidak mengakui dengan jelas keunggulan ASI di atas susu formula. Tetapi kesulitannya adalah bahwa pelaksanaannya tidak bisa diberikan sanksi dan interpretasi otentik kalau tidak dijadikan peraturan hukum oleh masing-masing negara. Lama-kelamaan Nestle dapat menerima semua ketentuan, dan pada 26 Januari 1984 boikot internasional dihentikan oleh INFACT. Nestle malah menjadi produsen susu formula pertama yang menghilangkan gambar bayi montok dari kaleng produknya.

(Sumber: Th. Donaldson/P. Werhane (eds.), *Ethical Issues in Business*, hlm. 187-199; W. Shaw/V. Barry (eds.), *Moral Issues in Business*, hlm. 227-231).

5.2. Musibah pabrik Union Carbide di Bhopal

Pada 3 Desember 1984 malam pkl. 00.40 terjadi kecelakaan besar dalam pabrik pestisida milik Union Carbide di kota Bhopal di negara bagian Madhya Pradesh, India. Sampai saat itu belum pernah terjadi kecelakaan industri pada skala begitu besar. Musibah ini menewaskan seketika lebih dari 2000 orang. Hari-hari berikut jumlah korban mati naik lagi sampai 3500 orang. Diduga, ada 5000 orang menjadi buta dan 200.000 orang mengalami gangguan kesehatan lainnya. Sebab kecelakaan adalah kebocoran methyl isocyanate (MIC) dari

tangki E610 yang menyimpan 40 ton lebih dari bahan kimia yang sangat berbahaya ini. Agaknya kebocoran ini disebabkan karena salah satu pipa baru saja dibersihkan, sehingga air masuk ke dalam tangki. Hal itu mengakibatkan suhu MIC, yang disimpan dalam bentuk cairan, naik terus sehingga tekanan gas yang terbentuk membuat tangki meledak. Awan gas maut yang keluar dari tangki menyelimuti kampung kumuh di sekitar pabrik dan meluas sampai mengena sebagian besar kota Bhopal yang saat itu sedang tidur lelap.

Tidak lama sesudahnya timbul pertanyaan siapa yang bertanggung jawab atas kejadian tragis ini. Seperti sering terjadi, kecelakaan ini pun disebabkan oleh pelbagai faktor berbeda yang memainkan peranan sekaligus. Pabrik di Bhopal ini memproduksi pestisida Sevin yang sangat penting untuk pertanian India, khususnya pestisida ini dianggap efektif pada kedele. Sesuai dengan kebijakan pemerintah India, manajemen pabrik seluruhnya dipegang oleh orang India. Tetapi pabrik ini sedang merugi dan hanya memakai 40 persen dari kapasitasnya. Jumlah karyawan telah dikurangi. Sebetulnya Sevin bisa diimpor dari Amerika dengan harga lebih murah. Union Carbide sudah mulai memikirkan untuk menjual pabriknya di India ini. Tetapi pemerintah India tentu ingin sedapat mungkin mempertahankan kesempatan kerja. Pemerintah India juga membiarkan orang-orang miskin membangun daerah kumuh di sekitar pabrik yang berisiko tinggi ini. Sebagai pemilik mayoritas saham, Union Carbide Amerika mempunyai tanggung jawab khusus. Peraturan keamanan untuk pabrik di Bhopal kurang ketimbang pabriknya di Virginia, Amerika, yang juga memproduksi MIC. Inspeksi terakhir dari pabrik di Bhopal dilakukan oleh tim Amerika pada Mei 1984. Pada waktu itu ditemukan sepuluh kekurangan pada tangki-tangki MIC. Tidak jelas sejauh mana kekurangan-kekurangan itu telah diperbaiki pada saat kecelakaan, tetapi yang pasti adalah bahwa lima sistem pengaman tangki yang bisa mencegah terjadinya kecelakaan, pada saat yang kritis itu tidak berfungsi. Bagaimanapun kita hendak membagi tanggung jawab pemerintah India, manajemen lokal, dan pemilik Amerika itu, kecelakaan yang merugikan begitu banyak orang semestinya tidak pernah terjadi.

(Sumber: R. De George, *Competing with Integrity*, hlm. 80-95; J. Boatright, *Ethics and the Conduct of Business*, hlm. 425-433).

5.3. Pabrik Multi Bintang di Surabaya

Ketika saya memutuskan agar PT Multi Bintang Indonesia membangun fasilitas pengolahan limbah (*waste-water treatment plant*) di Surabaya pada 1984, mula-mula saya dianggap tidak rasional. Hampir semua eksekutif Multi Bintang geleng-geleng kepala. Soalnya, mesin yang diperlukan amat mahal harganya: US\$ 2 juta. Pembelian mesin tersebut dianggap investasi yang tidak meningkatkan produksi, atau aset yang tidak produktif. Tetapi saya kukuh bahwa pengeluaran untuk fasilitas itu bukan "biaya", melainkan "investasi" unit jangka panjang. Hasilnya bisa dilihat sampai sekarang: tidak ada lagi pengaduan dan protes masyarakat terhadap limbah pabrik.

Waktu itu saya sudah merasakan benar perlunya reorientasi ke *stakeholder-management*, karena hampir tiap hari pabrik Multi Bintang di Surabaya itu diprotes gara-gara limbah ...

(Sumber: Tanri Abeng, *Dari meja Tanri Abeng*, Jakarta, Pustaka Sinar Harapan, 1997, hlm. 191).

6. Dasar etika untuk tanggung jawab terhadap lingkungan hidup

Hasil analisis kita sampai sekarang adalah bahwa hanya manusia mempunyai tanggung jawab moral terhadap lingkungan. Walaupun manusia termasuk alam dan sepenuhnya dapat dianggap sebagai bagian alam, namun hanya dialah yang sanggup melampaui status alaminya dengan memikul tanggung jawab. Isi tanggung jawabnya dalam konteks ekonomi dan bisnis adalah melestarikan lingkungan hidup atau memanfaatkan sumber daya alam demikian rupa sehingga kualitas lingkungan tidak dikurangi, tetapi bermutu sama seperti sebelumnya. Kegiatan ekonomisnya harus memungkinkan pembangunan berkelanjutan. Di sini kita mencari dasar etika untuk tanggung jawab manusia itu. Seperti sering terjadi, dasar etika itu disajikan oleh beberapa pendekatan yang berbeda.

6.1 Hak dan deontologi

Dalam sebuah artikel terkenal yang untuk pertama kali terbit pada 1974, William T. Blackstone mengajukan pikiran

bahwa setiap manusia berhak atas lingkungan berkualitas yang memungkinkan dia untuk hidup dengan baik. Ia menyebutnya *the right to a livable environment*. Lingkungan yang berkualitas tidak saja merupakan sesuatu yang sangat diharapkan, tetapi juga sesuatu yang *harus* direalisasikan karena menjadi hak setiap manusia. Blackstone mensinyalir bahwa para politisi - secara implisit maupun eksplisit - mulai berbicara tentang hak serupa itu, jika mereka membahas permasalahan lingkungan hidup. Dari segi etika, cara berbicara itu dapat dibenarkan, karena ada alasan kuat untuk mengakui adanya hak itu. Memang betul, dulu hak seperti itu tidak pernah disebut-sebut. Tahu-tahu hak atas lingkungan yang berkualitas muncul sebagai suatu hak baru. Akan tetapi, jangan kita lupa, hal itu terjadi karena seluruh permasalahan sekitar lingkungan hidup merupakan sesuatu yang baru. Hak moral ini baru sekarang tampil ke permukaan, tetapi secara implisit selalu sudah ada. Tetapi kalau hak ini sungguh-sungguh ada, orang lain wajib memenuhinya. Dan hal itu baru menjadi aktual dalam situasi kita sekarang.

Mengapa manusia berhak atas lingkungan yang berkualitas? Karena ia mempunyai hak moral atas segala sesuatu yang perlu untuk hidup dengan pantas sebagai manusia, artinya yang memungkinkan dia memenuhi kesanggupannya sebagai makhluk yang rasional dan bebas. Pada zaman kita sekarang seseorang tidak bisa hidup pantas, bila tidak dapat mengandalkan lingkungan yang sehat dan baik. Akibatnya ia sungguh-sungguh memiliki hak moral ini, yang sebaiknya dijadikan juga hak legal, supaya lebih efektif.

Jika kita memang mempunyai hak atas lingkungan yang berkualitas, bisa saja hak ini mengalahkan hak-hak lain. Menurut Blackstone, hal itu kini menjadi aktual dengan hak-hak ekonomis yang didasarkan atas hak milik pribadi. Dalam konteks ekonomi pasar bebas, setiap orang berhak untuk memakai miliknya guna menghasilkan keuntungan. Tetapi hak atas lingkungan yang berkualitas bisa saja mengalahkan hak seseorang untuk memakai miliknya dengan bebas. Jika perusahaan memiliki tanah sendiri, ia toh tidak boleh membuang limbah beracun di situ, karena dengan itu ia mencemari lingkungan hidup yang tidak pernah menjadi milik

pribadi begitu saja. Contoh lain adalah pemilikan pohon. Dapat dibenarkan, bila pemerintah melarang para warganya menebang pohon milik sendiri dengan seenaknya. Pohon adalah unsur berharga dalam lingkungan hidup, sehingga bisa saja dibuat peraturan bahwa pohon - termasuk pohon milik pribadi - tidak boleh ditebang tanpa izin khusus, yang tidak dikeluarkan bila tidak ada alasan yang meyakinkan. Dengan banyak cara lain lagi hak milik pribadi dari beberapa orang bisa dibatasi atau malah dikalahkan oleh hak seluruh masyarakat atas lingkungan berkualitas. Pandangan hak ini akhirnya berdasarkan teori deontologi yang menegaskan bahwa manusia selalu harus diperlakukan juga sebagai tujuan pada dirinya dan tidak pernah sebagai sarana belaka.

Jika kita bisa menyetujui hak atas lingkungan berkualitas ini pada taraf teori, maka pada taraf praktek masih-tinggal banyak kesulitan. Tidak menjadi jelas sejauh mana hak atas milik pribadi atau hak atas usaha ekonomis harus dibatasi. Apakah kita harus melarang segala macam polusi atau menentukan suatu ambang toleransi? Kalau kita memilih toleransi, toleransi itu mestinya sampai di mana? Apakah kita harus melarang produksi barang yang tertentu? Siapa yang harus membayar bila lingkungan sampai dirusak? Siapa harus menanggung biaya, jika kita putuskan melestarikan lingkungan untuk masa mendatang? Semua pertanyaan ini tidak bisa dijawab dengan hanya mengacu kepada hak.

Dalam konteks hak dan lingkungan hidup kerap kali diperdebatkan lagi pertanyaan apakah kita harus mengakui adanya hak untuk generasi-generasi yang akan datang dan malah binatang atau barangkali malah pohon dan makhluk hidup lainnya? Masalah kontroversial ini ditanggapi oleh para ahli etika dengan cara yang berbeda. Ada etikawan yang amat yakin tentang adanya hak untuk generasi-generasi yang akan datang dan malah untuk binatang. Etikawan lain menolak dengan tegas hak-hak serupa itu. Kami berpendapat bahwa istilah "hak" dipakai dalam arti kiasan saja, bila orang berbicara tentang hak generasi-generasi yang akan datang dan hak binatang." Hak dalam arti *yang* sebenarnya selalu mengandalkan subyek yang rasional dan bebas, jadi manusia yang hidup. Hanya saja, dengan menyangkal adanya hak-hak

ini, kita tidak menyangkal adanya kewajiban untuk me-wariskan lingkungan hidup berkualitas kepada generasi-generasi yang akan datang dan kewajiban untuk memelihara keanekaan hayati. Walaupun sering kali kewajiban dari pihak satu sepadan dengan hak dari pihak lain, di sini tidak demikian. Sumber bagi kewajiban kita di sini adalah tanggung jawab kita terhadap generasi-generasi sesudah kita dan keanekaan hayati, bukan hak-hak mereka.

6.2 Utilitarisme

Teori utilitarisme dapat dipakai juga guna menyediakan dasar moral bagi tanggung jawab kita untuk melestarikan lingkungan hidup. Malah utilitarisme bisa menunjuk jalan keluar bagi beberapa kesulitan yang dalam hal ini ditimbulkan oleh pandangan hak. Menurut utilitarisme, suatu perbuatan (atau aturan) adalah baik, kalau membawa kesenangan paling besar untuk jumlah orang paling besar atau - dengan kata lain - kalau memaksimalkan manfaat. Kiranya sudah jelas, pelestarian lingkungan hidup membawa keadaan paling menguntungkan untuk seluruh umat manusia, termasuk juga generasi-generasi yang akan datang. Jika kelompok terbatas - misalnya, para pemegang hak perusahaan hutan (HPH) - mengeksploitasi alam dengan seenaknya dan dengan demikian memperoleh untung banyak, hal itu justru bisa mengakibatkan kondisi yang membawa penderitaan besar bagi banyak orang. Jika kita tidak menjalankan pembangunan berkelanjutan, kita akan merugikan semua generasi sesudah kita. Perhitungan ekonomis tidak boleh dibatasi pada keuntungan untuk kelompok kecil atau saat sekarang saja.

Dalam perspektif utilitarisme, sudah menjadi jelas bahwa lingkungan hidup tidak lagi boleh diperlakukan sebagai suatu eksternalitas ekonomis. Perhitungan *cost-benefit* pada dasarnya menjalankan suatu pendekatan utilitaristis, tetapi - kalau begitu - dampak ekonomis atas lingkungan hidup harus dimasukkan di dalamnya. Jika dampak atas lingkungan tidak diperhitungkan dalam biaya - manfaat, pendekatan itu menjadi tidak etis, apalagi jika kerusakan lingkungan dibebankan pada orang lain.

6.3 Keadilan

Pendasaran bagi tanggung jawab untuk melestarikan lingkungan hidup, dapat dicari juga dalam tuntutan etis untuk mewujudkan keadilan. Kalau begitu, keadilan di sini harus dipahami sebagai keadilan distributif, artinya keadilan yang mewajibkan kita untuk membagi dengan adil. Sebagaimana sudah kita lihat, lingkungan hidup pun menyangkut soal kelangkaan dan karena itu harus "dibagi" dengan adil. Perlu dianggap tidak adil, bila kita memanfaatkan alam demikian rupa, sehingga orang lain - misalnya generasi-generasi yang akan datang - tidak lagi bisa memakai alam untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan baik. Hal ini dapat dijelaskan dengan pelbagai cara. Di bawah ini kami menyajikan tiga cara, tetapi tidak mustahil ada cara lain lagi untuk mengaitkan keadilan dengan masalah lingkungan hidup.

a. Persamaan

Jika bisnis tidak melestarikan lingkungan, akibatnya untuk semua orang tidak sama. Dengan cara mengeksploitasi alam ini para pemilik perusahaan - termasuk pemegang saham - justru akan maju, tetapi terutama orang kurang mampu akan dirugikan. Dalam studi-studi ekonomi, sudah sering dikemukakan bahwa akibat buruk dari kerusakan lingkungan hidup terutama dirasakan oleh orang miskin. Mereka pertama-tama terkena, bila terjadi kemarau berkepanjangan atau banjir akibat kerusakan lingkungan. Atau kita lihat saja bagaimana keadaan di perkampungan kumuh yang mengelilingi banyak daerah industri. Hal-hal semacam itu harus dinilai tidak adil, karena menurut keadilan distributif semua orang harus diperlakukan dengan cara sama, jika tidak ada alasan relevan untuk memperlakukan mereka dengan cara berbeda. Gagasan ini sudah kita kenal sebagai "prinsip formal keadilan distributif" (Bab 3, § 3). Lingkungan hidup harus dilestarikan, karena hanya cara memakai sumber daya alam itulah memajukan persamaan (*equality*), sedangkan cara memanfaatkan alam yang merusak lingkungan mengakibatkan ketidaksamaan, karena membawa penderitaan tambahan khususnya untuk orang kurang mampu.

b. Prinsip penghematan adil

Dalam rangka pembahasannya tentang keadilan distributif, John Rawls pun berbicara tentang masalah lingkungan hidup, tetapi ia mengaitkannya bukan dengan keadaan sekarang, melainkan dengan generasi-generasi yang akan datang. Kita tidak berlaku dengan adil, bila kita mewariskan lingkungan yang rusak kepada generasi-generasi sesudah kita. Untuk itu ia merumuskan *the just savings principle*, "prinsip penghematan adil". Artinya, kita harus menghemat dalam memakai sumber daya alam, sehingga masih tersisa cukup bagi generasi-generasi yang akan datang. Waktu Rawls merumuskan prinsip ini agaknya ia terutama memikirkan sumber daya alam yang tidak bisa diperbaharui seperti batu bara, gas, logam, dan minyak bumi. Tetapi sumber daya alam semacam itu mau tidak mau kita habiskan, bila kita pakai terus. Kalau kita mengekstraksi minyak bumi sekarang, tidak mungkin kita serentak juga menyimpannya untuk semua generasi yang akan datang. Keadilan hanya menuntut bahwa kita meninggalkan sumber-sumber energi alternatif bagi generasi-generasi sesudah kita. Tetapi prinsip penghematan adil lebih mendesak untuk diterapkan pada integritas alam. Kita wajib mewariskan lingkungan hidup yang utuh kepada generasi-generasi mendatang, agar mereka bisa hidup pantas seperti kita sekarang ini. Supaya lebih konkret, di sini boleh kita ingat akan masalah pemanasan bumi atau lubang lapisan ozon.

Rawls mendasari prinsip ini dengan cara yang sama seperti prinsip-prinsip lain yang sudah kita lihat sebelumnya (Bab 3, §4). Kita harus memasuki posisi asli (*original position*) - katanya - di mana kita tidak tahu akan termasuk generasi mana. Dalam posisi itu tentu kita menghendaki, agar generasi-generasi sebelum kita akan meninggalkan lingkungan hidup dalam keadaan utuh bagi kita. Karena itu dalam posisi asli, semua generasi akan menerima prinsip penghematan adil sebagai cara yang adil untuk membagi.

c. Keadilan sosial

Masalah lingkungan hidup dapat disoroti juga dari sudut keadilan sosial. Sebelumnya keadilan sosial sudah dijelaskan menurut perbedaannya dengan keadilan individual (Bab 3, §2, nr.3). Pelaksanaan keadilan individual semata-mata tergantung pada kemauan baik (atau buruk) dari individu tertentu. Pelaksanaan keadilan sosial justru tidak tergantung pada kemauan orang Yang tertentu, melainkan pada struktur-struktur yang terdapat dalam masyarakat di bidang politik, sosial, ekonomi, kultural, dan sebagainya. Secara tradisional, keadilan sosial hampir selalu dikaitkan dengan kondisi kaum buruh dalam industrialisasi abad ke-19 dan ke-20. Pelaksanaan keadilan di bidang kesempatan kerja, pendidikan, pelayanan kesehatan, dan sebagainya, tidak tergantung pada satu orang, perusahaan, sekolah, rumah sakit, atau sebagainya. Keadilan sosial di sektor pelayanan kesehatan - misalnya - cukup terwujud di negara yang mempunyai sistem asuransi kesehatan nasional, sehingga semua warganya tercakup. Hal yang sejenis berlaku juga dalam konteks lingkungan hidup. Jika di Eropa satu perusahaan memutuskan untuk tidak lagi membuang limbah industrinya ke dalam Laut Utara, kualitas air laut dan keadaan flora serta faunanya hampir tidak terpengaruhi, selama terdapat ribuan perusahaan lain di kawasan itu yang tetap mencemari laut dengan membuang limbahnya. Jika saya memutuskan untuk tidak lagi memakai mobil pribadi tapi untuk seterusnya berjalan kaki saja atau naik sepeda, saya tidak sedikitpun membantu memperbaiki efek rumah kaca, selama masih ada jutaan warga negara lain yang mencemari udara dengan emisi karbondioksida dari mobil pribadi mereka. Masalah lingkungan hidup sama sekali tidak mungkin diselesaikan pada taraf individual, bahkan tidak dapat diselesaikan dengan tuntas pada taraf nasional. Walaupun setiap negara dapat dan harus membuat banyak untuk melestarikan lingkungan dalam wilayahnya, dengan banyak contoh sudah kita lihat bahwa akhirnya masalah lingkungan hidup meliputi seluruh bumi dan harus diatur pada taraf global.

Kini sudah tampak beberapa gejala yang menunjukkan bagaimana lingkungan hidup memang mulai disadari sebagai suatu masalah keadilan sosial yang berdimensi global. Di mana-mana ada Lembaga Swadaya Masyarakat yang aktif di bidang lingkungan hidup. Di beberapa negara Eropa Barat malah ada partai politik yang memiliki sebagai program pokok memperjuangkan kualitas lingkungan hidup. Sebagaimana dulu kaum buruh memperjuangkan keadilan sosial melalui partai-partai sosialis, begitu pun partai-partai hijau (demikian namanya di Eropa Barat) berjuang untuk menomorsatukan lingkungan pada agenda politik. Namun demikian, hampir tidak bisa diharapkan bahwa partai-partai sadar lingkungan akan menjadi sebesar dan sekuat seperti partai-partai sosialis dulu, karena kepentingan di sini terletak lebih jauh dari kepentingan kaum buruh dulu (yaitu kesejahteraan mereka bersama keluarganya). Politisi yang memperjuangkan kepentingan bisnis, sampai sekarang masih jauh lebih banyak jumlahnya. Tetapi tampilnya LSM dan partai politik pejuang lingkungan merupakan gejala yang dapat membesarkan hati. Dan gejala yang paling menggembirakan adalah kegiatan-kegiatan internasional dalam rangka PBB seperti *Earth Summit* di Rio de Janeiro (1992) dan sesudahnya, di mana permasalahan lingkungan hidup dikaitkan dengan problematik Utara - Selatan.

Biar pun di bidang lingkungan hidup sebagai masalah keadilan sosial para individu masing-masing tidak berdaya, itu tidak berarti bahwa manusia perorangan sebaiknya diam saja. Di sini tetap aktual semboyan yang pernah dilontarkan oleh Rene Dubos: "*think globally, but act locally!*" Keadilan sosial dalam konteks lingkungan hidup barangkali lebih mudah terwujud dengan kesadaran atau kerja sama semua individu, ketimbang keadilan sosial pada taraf perburuhan, karena pertentangan kelas dan kepentingan pribadi di sini tidak begitu tajam. Masalah lingkungan hidup menyangkut masa depan kita semua. Jika ada kesadaran umum, bersama-sama bisa dicapai banyak kemajuan. flendaur ulang bahan bekas, menghemat pemakaian energi, mengurangi emisi industri

dan kendaraan bermotor, membuat produk-produk ramah lingkungan, mempergunakan kemasan ramah lingkungan, dan sebagainya adalah langkah-langkah sederhana yang satu demi satu tidak mempunyai banyak arti pada skala kecil. Tetapi kalau dipraktekkan bersama-sama berdasarkan kesadaran umum pada skala besar, pasti dapat dicapai kemajuan besar dalam memperbaiki dan melestarikan lingkungan hidup.

7. Implementasi tanggung jawab terhadap lingkungan hidup

Jika polusi memang merugikan lingkungan, salah satu tindakan yang logis adalah melarang semua kegiatan yang akan mengakibatkan polusi. Dalam konteks lain kita kadang-kadang mengikuti kebijakan seradikal itu. Tetapi mengenai lingkungan hidup sulit untuk memilih solusi yang tidak kenal kompromis ini, karena kita harus memenuhi kebutuhan hidup kita, yang mau tidak mau akan memberatkan lingkungan. Tetapi juga kegiatan yang sebenarnya tidak perlu untuk memenuhi kebutuhan hidup, tidak bisa dilarang begitu saja. Contoh terkenal adalah pemakaian kendaraan bermotor pribadi (sepeda motor atau mobil). Pemakaian kendaraan bermotor memang mencemari lingkungan hidup dan tidak perlu kita memiliki kendaraan pribadi untuk memenuhi kebutuhan hidup, namun seandainya dilarang kita akan merasa hak kita dilanggar di luar batas. Walaupun tidak mutlak perlu, kendaraan pribadi adalah fasilitas yang amat menyamankan kehidupan kita. Sistem transportasi umum sebagus apa pun tidak sanggup mengimbangi fasilitas pribadi itu. Karena itu tanggung jawab moral kita untuk melindungi lingkungan harus dipertimbangkan terhadap faktor-faktor lain, khususnya kegiatan-kegiatan ekonomis kita.

7.1. Siapa harus membayar?

Jika kita menyetujui bahwa terutama bisnislah yang mencemari lingkungan dan karena itu bertanggung jawab untuk melindungi dan memulihkan lingkungan, timbul pertanyaan: siapa yang membayar? Dalam konteks bisnis, setiap tindakan untuk melindungi atau memperbaiki lingkungan, mempunyai konsekuensi finansial juga. Akibat finansial itu harus dibebankan kepada siapa? Biasanya ada dua jawaban yang diberikan atas pertanyaan ini: si pencemar membayar dan yang menikmati

lingkungan bersih membayar. Mari kita menyelidiki dua jawaban ini.

Jawaban pertama mengatakan: *the polluter pays*, "si pencemar membayar". Orang atau perusahaan yang mengakibatkan pencemaran harus juga menanggung biaya untuk membersihkannya. Industri yang membuang limbah ke dalam sungai, harus juga membersihkan air sungai sampai kembali ke keadaan sebelumnya. Pemegang Hak Pengusahaan Hutan (HPH) harus juga melakukan reboisasi, agar hutan tetap lestari untuk masa mendatang. Pada umumnya bisa dikatakan, produsen harus memikul beban untuk memulihkan kembali lingkungan, khususnya produsen besar yang mengakibatkan banyak polusi atau kerusakan. Mereka mendapat juga paling banyak untung dari kegiatan yang merusak itu. Seandainya mereka tidak memikul beban finansial itu mereka menjadi *free rider* atau benalu saja, yang mengambil keuntungan dan membebaskan konsekuensi negatifnya kepada orang lain.

Jawaban pertama tadi masuk akal saja dan tidak begitu sulit untuk dibenarkan. Namun demikian, dalam praktek prinsip "si pencemar membayar" tidak selalu mudah diterapkan juga. Sebagaimana sudah dikatakan sebelumnya, kerusakan lingkungan terutama disebabkan, karena kuantitas di sini mengakibatkan perubahan kualitas. Jika satu keluarga membuang sampah atau satu perusahaan kimia menyalurkan limbahnya ke dalam laut, belum terjadi kerusakan lingkungan. Kerusakan lingkungan disebabkan karena kuantitas pembebanan lingkungan melampaui kesanggupan alam untuk membersihkan diri. Manusia modern hidup dalam konglomerasi pemukiman yang besar dan produksi modern dilakukan dalam kawasan industri yang luas. Dalam keadaan itu, tidak gampang untuk mengatakan siapa yang menyebabkan polusi atau siapa menyebabkan polusi lebih banyak. Yang mencemari adalah kita semua dan yang harus membayar kita semua juga. Apalagi, pencemaran lingkungan sudah terjadi sebelum zaman kita. Banjir yang kita alami sekarang sebagian disebabkan karena orang-orang sebelum kita tidak memelihara keutuhan alam. Mereka sekarang tidak mungkin diidentifikasi lagi, sehingga harapan pupus juga biaya bisa ditagih dari mereka.

Jawaban kedua mengatakan: *those who will benefit from environmental improvement should pay the costs*, "yang ingin menikmati lingkungan bersih harus menanggung juga biayanya". Jawaban ini pun ada logikanya. Jika kita ingin memperoleh manfaat tertentu, kita harus berusaha juga. Dalam konteks ekonomis, tidak ada sesuatu pun yang dibagi dengan gratis. Yang ingin mendapatkannya harus mengeluarkan biaya. Tetapi prinsip ini pun tidak luput dari kesulitan. Jika saya membayar untuk dapat menikmati udara yang bersih, umpamanya, tetangga saya ikut menikmati juga, walaupun ia tidak membayar. Lingkungan yang bersih tidak merupakan suatu masalah individual saja, sehingga tidak mungkin memperolehnya juga berdasarkan suatu prinsip individual. Apalagi, berbeda dengan prinsip pertama, prinsip kedua ini tidak menghiraukan tanggung jawab. Hal itu harus dianggap tidak adil. Yang mengakibatkan kerugian, harus bertanggung jawab juga. Kerugian itu tidak boleh dibebankan pada orang lain saja.

Dapat disimpulkan, dua jawaban tadi atas pertanyaan "siapa harus membayar?" bisa diterima, tetapi dengan tekanan lebih besar atas jawaban pertama. Lingkungan yang bersih dan sehat menjadi tanggung jawab kita semua, tapi terutama dari mereka yang mengakibatkan polusi. Pada skala global, hal itu membawa konsekuensi bahwa negara-negara industri maju harus memberikan kontribusi paling besar dalam membiayai lingkungan hidup yang bersih dan sehat, karena mereka pun mengakibatkan paling banyak pencemaran.

7.2. Bagaimana beban dibagi?

Jika kita menyetujui bahwa semua pihak ikut serta dalam membiayai lingkungan berkualitas, tinggal lagi pertanyaan bagaimana beban finansial itu dapat dibagi dengan *fair*. Hal itu harus dilakukan oleh pemerintah bekerja sama dengan bisnis. Untuk itu mereka antara lain bisa memanfaatkan instrumen ekonomis seperti mekanisme pasar. Terutama tiga cara telah diusahakan yang masing-masing mempunyai kekuatan dan kelemahan.

a. Pengaturan

Cara pertama adalah membuat peraturan mengenai polusi dari industri. Peraturan itu bisa melarang

membuang limbah beracun dalam air sungai atau laut dan menentukan denda bila peraturan itu dilanggar. Atau peraturan bisa menentukan tingginya cerobong dan kuantitas emisi beracun berapa boleh dibuang ke dalam udara melalui cerobong-cerobong itu. Kekuatan pengaturan itu adalah bahwa pelaksanaannya dapat dipaksakan secara hukum. Bagi yang melanggar ada sanksinya. Dipandang dari sudut moral, bisa dikatakan juga bahwa pengaturan ini cukup *fair*, karena diterapkan dengan cara yang sama kepada semua industri.

Tetapi cara menangani masalah lingkungan ini mempunyai beberapa kelemahan yang dapat disingkatkan sebagai berikut.

- Pelaksanaan kontrol terhadap peraturan-peraturan macam itu menuntut tersedianya teknologi tinggi serta personel berkualitas dan karena itu menjadi mahal. Instansi pengontrolan pemerintah tidak mungkin menguasai seluk-beluknya begitu banyak industri yang berbeda. Karena itu mudah terjadi kesalahan, sehingga dari beberapa industri dituntut terlalu banyak, sedangkan industri lain barangkali lolos dari pengontrolan yang tepat.
- Pengontrolan efektif menjadi suatu kesulitan ekstra untuk negara-negara berkembang. Kalau negara industri maju sudah mengalami banyak kesulitan dengan mengontrol peraturan lingkungan, apalagi negara berkembang yang tidak cukup menguasai teknologi canggih. Karena alasan finansial pula tidak dapat diharapkan negara berkembang memiliki instansi pengontrolan yang efektif.
- Di satu pihak pengaturan tentang lingkungan dapat diterapkan dengan cara egalitarian untuk semua industri dan karena itu harus dianggap *fair*. Tetapi di lain pihak situasi semua industri dan lokasi tidak sama juga, sehingga penerapan norma-norma yang sama kadang-kadang menjadi tidak efektif. Misalnya, bisa saja bahwa cerobong-cerobong sebuah pabrik yang letaknya di pinggir laut hampir tidak mengganggu kualitas udara, sedangkan cerobong-

cerobong dari seratus pabrik dekat tempat pemukiman padat sangat mencemari udara, walaupun emisi masing-masing pabrik hanya separuh dari pabrik pertama tadi.

- Pengaturan di bidang polusi industri dapat menimbulkan suatu sikap minimalis pada bisnis. Mereka hanya berusaha untuk tidak melanggar peraturan (kalau pengontrolan memang efektif), tapi barangkali mereka bisa melakukan lebih banyak tanpa kerugian ekonomis. Melalui pengaturan, bisnis tidak mendapat motivasi kuat untuk berusaha optimal bagi kualitas lingkungan.
- Kesulitan lain adalah bahwa pengaturan ketat bisa menimbulkan efek negatif untuk ekonomi. Pabrik-pabrik yang tidak mungkin memenuhi norma peraturan barangkali harus ditutup, sehingga akan mengakibatkan pengangguran dan masalah ekonomis lain untuk masyarakat bersangkutan. Bisa juga bisnis memindahkan industri yang mengakibatkan polusi ke negara lain yang tidak mempunyai peraturan tegas. Kalau begitu, pada taraf global tidak ada perbaikan lingkungan sama sekali.

b. Insentif

Cara menangani biaya perbaikan lingkungan yang menemui lebih banyak simpati pada bisnis adalah memberikan insentif kepada industri yang bersedia mengambil tindakan khusus untuk melindungi lingkungan. Misalnya, dengan memberikan kredit dengan syarat lunak, subsidi, pengurangan pajak, atau sebagainya. Atau insentif berupa penghargaan bagi perusahaan yang mempunyai jasa khusus dalam memperbaiki lingkungan. Kekuatan cara ini adalah bahwa peranan pemerintah dengan itu dapat dikurangi dan inisiatif bebas dari bisnis dimajukan. Bisnis tidak dipaksakan seperti dengan cara pertama. Dengan demikian bisa dihindarkan juga penutupan perusahaan atau pemindahan pabriknya ke tempat lain, karena tidak mampu memenuhi peraturan tentang polusi.

Tetapi cara ini mempunyai juga beberapa kelemahan.

- Metode ini akan berjalan perlahan-lahan. Padahal, banyak masalah polusi yang disebabkan oleh industri harus segera diatasi dan tidak boleh dibiarkan berlarut-larut.
- Cara ini menguntungkan para pencemar. Mereka yang sudah lama memproduksi barang yang ramah lingkungan tidak memperoleh manfaat dari metode insentif ini. Apalagi, kontrol dari pihak pemerintah di sini agak sulit dijalankan, sehingga insentif ini mudah disalahgunakan atau tidak diterapkan pada semua perusahaan dengan cara yang sama.

c. Mekanisme harga

Mereka yang mementingkan ekonomi pasar bebas, cenderung memasang harga pada polusi yang disebabkan industri. Pabrik-pabrik yang menyebabkan polusi harus membayar sesuai dengan kuantitas emisi dan tingkatan pencemaran. Dengan demikian mengakibatkan polusi menjadi sama dengan menambah biaya produksi, sehingga harga produk menjadi lebih mahal dan konkurensi dengan pesaing bertambah sulit. Secara otomatis bisnis akan berusaha agar biaya produksinya serendah mungkin dan karena itu akan berusaha pula agar polusi yang disebabkan oleh kegigihan ekonomisnya seminimal mungkin. Cara berproduksi yang paling bersih menjadi juga cara berproduksi yang paling murah.

Mekanisme harga ini memungkinkan lagi beberapa variasi sesuai dengan situasi. Polusi di daerah di mana industri hanya sedikit, bisa dibebankan dengan harga lebih rendah ketimbang polusi di daerah industri padat. Dan di daerah industri padat di Eropa atau Amerika Serikat bisa dipasang harga polusi lebih tinggi waktu musim panas, ketimbang musim dingin, karena polusi waktu musim panas mempunyai dampak paling jelek atas lingkungan.

Cara menangani biaya pencemaran ini mempunyai keuntungan bahwa *yang* harus membayar di sini adalah si pencemar. Banyak ekonom akan menye-tujui cara ini,

karena dengan demikian beban pada lingkungan tidak lagi dijadikan suatu eksternalitas ekonomis tetapi dimasukkan dalam biaya produksi. Secara teoretis, industri bisa diwajibkan membayar untuk setiap polusi yang disebabkan. Suatu kesulitan adalah mengukur dengan persis kuantitas polusi dan tingkatan jeleknya suatu polusi. Tetapi kesulitan ini secara teknis bisa diatasi.

Dibandingkan dengan para ekonom, para pejuang lingkungan (*the environmentalists*) pada umumnya tidak begitu antusias tentang metode ini, terutama para penganut *deep ecology*. Mereka menekankan bahwa mengkalkulasikan biaya kerusakan lingkungan hidup ke dalam harga produk, secara implisit tetap mengizinkan polusi dan perusakan lingkungan. Dengan demikian hanya toleransi ekonomis dari masyarakat dipertimbangkan, bukan "toleransi" alam atau kemampuan alam untuk membersihkan diri.

Kita dapat menyimpulkan, dari tiga metode untuk membagi biaya perusakan lingkungan tadi, tidak satu pun yang seratus persen memuaskan. Semua metode ini berguna, tetapi mempunyai kelemahan masing-masing. Karena itu ketiga-tiganya harus dipakai sekaligus, khususnya metode pertama dan ketiga. Pengaturan tentang lingkungan memang sangat penting. Misalnya, harus ada peraturan yang mengawasi setiap proyek pembangunan yang penting. Sudah sedari perencanaan pertama, proyek pembangunan baru harus dipelajari bukan saja dari segi ekonomis, finansial, sosial, dan sebagainya, tetapi juga dari segi lingkungan hidup. Hal itu kini disebut analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL). AMDAL itu harus diadakan menurut kriteria yang jelas dan harus dilaksanakan dengan tegas dan tanpa kompromis. Suatu pertanyaan yang relevan adalah bagaimana AMDAL itu dilakukan dalam kasus "PT Inti Indorayon Utama dan Danau Toba" (§6, kasus 2), yang menyangkut sebuah monumen alam Indonesia yang amat berharga.

7.3 Etika dan hukum lingkungan hidup

Apa yang berlaku tentang etika bisnis pada umumnya, berlaku juga mengenai masalah lingkungan hidup. Pebisnis belum tentu memenuhi norma-norma etika, bila ia berpegang pada aturan-aturan hukum. Memang benar, sebagian besar hukum mempertegas norma-norma etika, tetapi hal itu tidak berarti bahwa hukum menampung semua nilai dan norma etika. Etika secara logis mendahului hukum dan refleksi etis selalu harus mendampingi dan menilai hukum. Pebisnis juga belum tentu berlaku etis, bila ia berpegang pada semua peraturan hukum tentang lingkungan hidup. Perusakan lingkungan hidup hingga tidak bisa diperbaiki lagi selalu harus dianggap tidak etis, juga kalau tidak atau belum dilarang menurut hukum. Jika besok diberlakukan peraturan hukum yang melarang membuang limbah industri dalam sungai, perusahaan yang masih melakukannya hari ini tidak melanggar hukum. Tetapi dari segi etika bagaimana? Atau bila cara berproduksi yang tertentu dilarang menurut hukum di dalam negeri, perusahaan bisa memindahkan pabriknya ke negara lain di mana tidak ada peraturan hukum semacam itu. Menurut hukum perilaku seperti itu diperbolehkan saja, tetapi menurut etika bagaimana? Di sisi lain, jika satu perusahaan berlaku etis dengan tidak mem-buang limbah ke dalam sungai, sedangkan begitu banyak perusahaan lain membuang limbah seenaknya, sikap etisnya yang sangat terpuji itu sama sekali tidak efektif. Barangkali kita semua sepakat bahwa perilaku semua perusahaan - kecuali yang satu itu - tidak etis, namun mereka lakukan juga, karena dari segi ekonomis lebih menguntungkan. Bagi mereka motivasi untung lebih kuat daripada motivasi moral. Pada 1981 Presiden Ronald Reagan dari Amerika Serikat mengeluarkan *executive order* yang memerintahkan mencek semua peraturan lingkungan baru dengan *cost-benefit analysis* sebelum diimplementasikan. Dengan itu ia menempatkan keuntungan bisnis di atas kepentingan lingkungan hidup.

Kepatuhan pada norma etika tidak bisa dipaksakan. Karena itu terutama dalam konteks lingkungan hidup ini kita sangat membutuhkan peraturan hukum. Lingkungan hidup hanya bisa dilindungi dengan baik, jika tercipta peraturan hukum yang efektif dan lengkap demi tujuan itu. Mestinya bisnis

bersedia membantu dalam membuat sistem peraturan hukum lingkungan yang baik. Sebab, menciptakan peraturan-peraturan itu tidak mudah, karena materinya sangat teknis dan canggih. Dalam hal ini bisnis mempunyai keahlian lebih banyak daripada pemerintah. Dan sistem hukum lingkungan yang baik adalah demi kepentingan semua pihak, termasuk bisnis sendiri. Harus dianggap tidak etis, bila bisnis dengan *lobbying* atau cara lain mencoba menghambat terbentuknya peraturan hukum lingkungan, karena menyadari konsekuensi ekonomisnya yang berat. Dalam materi yang begitu penting Seperti pelestarian lingkungan hidup, mereka seharusnya bersedia menempatkan kepentingan lingkungan di atas segala kepentingan lainnya.

Kalau sudah ada sistem peraturan lingkungan yang baik, masalahnya belum selesai, sebab masih tinggal pelaksanaan. Justru karena segi teknisnya Bering kali sangat kompleks, pengontrolan di bidang ini menjadi amat sulit. Pihak kepolisian dan kejaksanaan kerap kali tidak mempunyai personel dan keahlian cukup untuk mengontrol polusi dengan efektif. Karena itu kans untuk ditangkap bila melanggar, bagi perusahaan barangkali tidak besar. Apalagi, denda acap kali relatif kecil, sehingga bagi perusahaan lebih menguntungkan membayar denda daripada membangun instalasi mahal untuk mengurangi polusi atau mengolah limbah. Karena itu setelah terbentuk sistem peraturan lingkungan yang baik, tetap diperlukan kemauan moral dari dunia bisnis untuk mewujudkan tujuannya.

Malah pelaksanaan peraturan-peraturan hukum pada taraf nasional belum cukup. Polusi yang disebabkan industri tidak berhenti pada perbatasan negara. Peraturan hukum lingkungan harus dibuat pada taraf irinternasional dan dikontrol juga. Hal itu tentu lebih sulit lagi untuk dipaksakan dan hanya bisa dilaksanakan, bila negara-negara bersangkutan menyetujui. Kini permulaannya sudah ada dengan *Agenda 21* dari Konferensi PBB tentang Lingkungan dan Pembangunan di Rio de Janeiro (1992).

Karena semua pertimbangan ini, kita tidak mungkin berhasil dalam upaya melestarikan lingkungan hidup, jika bisnis tidak ikut menegakkan etika *dan* hukum di bidang ini. Khusus dari sudut etika, perlu ditekankan bahwa bisnis mempunyai tanggung jawab moral untuk tidak merusak lingkungan hidup.

Seperti kita lihat dalam Bab 9, tanggung jawab moral bisnis terhadap masyarakat bersifat negatif: bisnis tidak boleh melakukan kegiatan yang - walaupun menguntungkan bagi dirinya - merugikan masyarakat. Alasannya tidak dapat diragukan. Kita tidak berlaku etis sama sekali, jika mencari untung dengan membebaskan kerugian pada orang lain.

Namun demikian, dalam konteks pelestarian lingkungan hidup, kami berpendapat bahwa tanggung jawab bisnis tidak terbatas pada segi negatif saja. Bisnis mempunyai juga tanggung jawab positif untuk mengajukan pelestarian lingkungan hidup. Bisnis wajib memberi kontribusi kepada perbaikan dan pelestarian lingkungan hidup. Ada dua alasan untuk itu. Pertama, sejak permulaan industrialisasi bisnis telah merusak lingkungan. Selama satu abad lebih industri tidak memiliki wawasan lingkungan. Kita membutuhkan waktu lama, sebelum hal itu disadari dengan jelas. Kini bisnis wajib membantu mengoreksi tradisi lama yang buruk itu. Kedua, alam mempunyai nilai sendiri. Anggapan lama bahwa alam hanya merupakan instrumen untuk dimanfaatkan oleh manusia, harus ditinggalkan. Jika alam mempunyai nilai sendiri, ia patut dihormati pula. Karena manusia termasuk alam, dengan menghormati dan memelihara alam manusia serentak juga menghormati masa depannya sendiri.

Tetapi jika bisnis mempunyai tanggung jawab moral, dalam arti kewajiban positif untuk memajukan kepentingan lingkungan hidup, hal itu tidak berarti bahwa seluruh tanggung jawab harus dipikul oleh produsen saja. Produsen *dan* konsumen bersama-sama memikul tanggung jawab itu. Dalam segala pertimbangannya, produsen harus menomorsatukan kepentingan lingkungan hidup. Tentu saja, tujuan mencari untung tidak pernah dapat dilepaskannya. Tetapi jika ia mempunyai pilihan antara cara berproduksi lebih beruntung dengan merugikan lingkungan dan cara berproduksi dengan untung lebih kecil tapi ramah lingkungan, ia wajib memilih kemungkinan kedua. Kepentingan lingkungan harus diberi prioritas tinggi dalam segala rencana dan kegiatan produsen. Di sisi lain, dalam membeli produk, konsumen pun harus sadar lingkungan. Walaupun harga produk tertentu lebih murah daripada produk lain, ia harus memilih produk kedua, jika

diketahui produk pertama merusak lingkungan. Kualitas lingkungan harus mendapat prioritas tinggi juga untuk konsumen. Ada tanda-tanda yang menunjukkan kesadaran lingkungan dari konsumen sudah mulai terbentuk, terutama di Eropa Barat ada Salah satu adalah pemakaian *ecolabel*. Label khusus ini dipasang pada Produk yang dapat dipastikan tidak merusak lingkungan. Antara lain dipakai untuk produk kayo tropis. Jika produk itu dilengkapi dengan *ecolabel*, sudah terjamin produk itu dibuat dengan tidak merusak hutan tropis. *Ecolabel* itu dikeluarkan oleh suatu lembaga independen (bukan oleh produsen) yang mempergunakan kriteria jelas dan ketat. Tentu saja, efisiensi label itu seratus persen tergantung pada kredibilitas lembaga tersebut. Lembaga-lembaga konsumen juga bisa menilai produk dan jasa dari sudut pandang dampaknya terhadap lingkungan dan dalam hal ini memberi penyuluhan kepada anggotanya. Cara ampuh lain lagi yang dimiliki oleh konsumen adalah memboikot produk-produk dari perusahaan yang diketahui merusak lingkungan. Dengan memanfaatkan media komunikasi modern boikot seperti itu tidak sulit diselenggarakan. Sangat diharapkan, kesadaran lingkungan pada konsumen akan bertambah besar. Jumlah produsen dalam masyarakat sangat terbatas, sedangkan jumlah konsumen luas sekali, sehingga pengaruh mereka bisa besar pula.

8. Beberapa kasus lingkungan hidup

8.1 Musibah reaktor nuklir di Chernobyl

Pada 26 April 1986 dini hari terjadi kecelakaan dahsyat dengan reaktor no. 4 di kompleks Pembangkit Listrik Tenaga Nuklir di Chernobyl, Ukraina, suatu republik dari Uni Soviet. Reaktor itu termasuk tipe RBMK, yang terkenal lebih murah untuk dibangun dan dieksploitasi dibanding tipe-tipe lain, tetapi risikonya juga lebih besar. Kecelakaan terjadi dalam rangka menguji *run down systemnya*, yang dikombinasikan dengan pemeliharaan dan pengisian beberapa elemen. Reaktor no. 4 ini sudah operasional sejak dua tahun lebih sedikit. Yang mau diuji adalah apakah sistem listriknya tetap stabil bila reaktor

pelahan-lahan dihentikan. Para ahli tidak sepakat tentang detail-detail sebab kecelakaan, tapi dalam waktu singkat prosesnya tidak bisa dikontrol dan terjadi sekurang-kurangnya dua ledakan, yang satunya diduga tergolong ledakan nuklir. Serta-merta reaktor no. 4 berubah menjadi gunung api radioaktif. Bahan radioaktif yang terlepas diperkirakan tiga kali lebih besar dari pemboman atom di Hiroshima. Sekitar 50 ton bahan bakar nuklir dilepaskan ke dalam atmosfer dalam bentuk uap dan partikel-partikel halus dan 70 ton lagi dilemparkan ke sekitar kompleks dalam bentuk bongkah. Segera terjadi beberapa kebakaran, antara lain di atas atap dari reaktor no. 3. Tetapi berkat tindakan heroik dari petugas, kebakaran ini dapat dipadamkan; kalau tidak, musibah ini akan berdimensi jauh lebih besar lagi. Lebih sulit adalah menguasai kebakaran dari 1700 ton grafit dalam reaktor no. 4.

8.2 Masalah "dumping" dalam bisnis internasional

Salah satu topik yang jelas termasuk etika bisnis internasional adalah *dumping* produk, karena praktek kurang etis ini secara khusus berlangsung dalam hubungan dengan negara lain. Yang dimaksudkan dengan *dumping* adalah menjual sebuah produk dalam kuantitas besar di suatu negara lain dengan harga di bawah harga pasar dan kadang-kadang malah di bawah biaya produksi. Dapat dimengerti bahwa yang merasa keberatan terhadap praktek *dumping* ini bukannya para konsumen, melainkan para produsen dari produk yang sama di negara di mana *dumping* dilakukan. Para konsumen justru merasa beruntung - sekurang-kurangnya dalam jangka pendek - karena dapat membeli produk dengan harga murah, sedangkan para produsen menderita kerugian, karena tidak sanggup menawarkan produk dengan harga semurah itu.

Dumping produk bisa dladakan dengan banyak motif yang berbeda. Salah satu motif adalah bahwa si penjual mempunyai persediaan terlalu besar, sehingga ia memutuskan untuk menjual produk bersangkutan di bawah harga saja. Daripada produknya sama sekali tidak terjual, lebih baik sekurang-kurangnya sebagian biaya dikembalikan, walaupun dengan demikian ia tetap merugi. Motif lebih jelek adalah

berusaha untuk merebut monopoli dengan membanting harga. Produk ditawarkan dengan harga begitu murah, sehingga produsen di negara lain itu merasa tidak sanggup bersaing lagi dan terpaksa harus menutup usahanya. Setelah monopoli diperoleh, si pelaku dapat menentukan harga dengan seenaknya. Jadi, ia bersedia menderita rugi untuk sementara, supaya dalam jangka panjang ia dapat meraup keuntungan sebesar-besarnya. Di banyak negara maju, khususnya di Amerika Serikat, praktek seperti itu dilarang di dalam negeri karena adanya perundangan-undangan *anti-trust* dan anti-monopoli. Tapi pada taraf internasional *dumping* lebih sulit dikontrol dan dibuktikan pula. Pada akhir tahun 1980-an dalam hal ini terjadi konflik bisnis antara Amerika Serikat dengan Jepang mengenai semikonduktor. Amerika menuduh Jepang bahwa mereka ingin menyingkirkan produk Amerika itu dari pasaran internasional dengan cara *dumping*, supaya akhirnya dapat memperoleh monopoli untuk bisnis ini.

Mengapa praktek *dumping* produk itu tidak etis? Karena melanggar etika pasar bebas. Kelompok bisnis yang ingin terjun ke dalam bisnis Internasional, dengan sendirinya melibatkan diri untuk menghormati keutuhan sistem pasar bebas. Sebelumnya sudah kita lihat bahwa kompetisi yang *fair* merupakan suatu prinsip dasar dari etika pasar bebas (Bab 4, § 4). Prinsip ini dengan jelas dilanggar dengan mempraktekkan *dumping* produk. Sebagaimana doping dalam perlombaan olah raga harus dianggap tidak etis karena merusak kompetisi yang *fair*, demikian juga praktek seperti *dumping* menghancurkan kemungkinan bagi orang bisnis untuk bersaing pada taraf yang sama. Kalau dilakukan dengan maksud merebut monopoli, *dumping* menjadi kurang etis juga karena merugikan konsumen. Walaupun untuk sementara para konsumen bisa membeli produk dengan harga murah, dalam jangka panjang mereka akan dipaksakan membayar harga lebih mahal, bila nanti sudah tidak ada saingan lagi. Jadi, *dumping* tipe ini menjadi tidak etis juga karena akibat buruk bagi konsumen.

Akan tetapi, tidak etis pula bila suatu negara menuduh negara lain mempraktekkan *dumping*, padahal maksudnya hanya melindungi pasar dalam negerinya. Kalau begitu,

tuduhan *dumping* menjadi sekadar dalih untuk memperbaiki posisinya sendiri di pasaran. Jika negara lain bisa memproduksi sesuatu dengan harga lebih murah, karena cara produksinya lebih efisien atau karena bisa menekan biaya produksi, kenyataan itu harus diterima oleh semua negara lain. Dalam beberapa dekade terakhir berulang kali terjadi bahwa negara maju menuduh negara berkembang melakukan *dumping* dengan produk seperti pakaian jadi. Kalau negara berkembang sanggup memproduksi pakaian jadi dengan lebih murah karena biaya produksinya kurang, misalnya karena upah karyawannya relatif kecil, hal itu tidak boleh dinilai sebagai *dumping*. Tidak etis bila menuduh *dumping* semata-mata menjadi kedok untuk menyingkirkan saingan dari pasar.

Tetapi kriteria apa harus dipakai untuk menentukan ada tidaknya *dumping*? Misalnya, jika produsen sanggup mengeksport produknya ke luar negeri dengan harga murah karena membayar upah terlalu kecil kepada pekerja, apakah perilaku ini termasuk *dumping*? Kwik Kian Gie pernah menegaskan bahwa menekan harga ekspor dengan memberikan upah yang tidak adil, menurut pendapatnya tergolong "*dumping*" juga, sehingga kita harus menerima saja, kalau negara lain ikut menilai adil tidaknya upah yang diberikan di negara kita. Jika faktor penyusutan aktiva sepenuhnya dibebankan pada harga produk yang dijual di dalam negeri, sedangkan faktor itu tidak dikalkulasikan dalam harga ekspor, keadaan itu harus dinilai sebagai *dumping*. "Dalam hal *dumping*, satu faktor biaya tertentu, yaitu penyusutan aktiva tetap harus sama standarnya. Mengapa dalam hal buruh tidak boleh ditentukan standar yang tidak keterlaluan? Apa perbedaan dampak ekonomis dari harga penjualan yang dimungkinkan sangat rendah karena penyusutan aktiva tetap direndahkan, dengan dimungkinkannya menjual barang dengan harga rendah dengan menggencet buruh, dalam bentuk upah buruh yang kelewat rendah? ... Saya tidak ingin mengatakan bahwa standar upah buruh di negara berkembang harus persis sama dengan negara Barat yang sudah maju. Standar upah buruh harus ada batasan minimumnya. Negara berkembang tidak boleh seenaknya menentukan upah buruh serendah mungkin".

Kasus di atas hanya satu di antara sekian banyak contoh yang menunjukkan betapa sulitnya menentukan adanya *dumping*. Bertumpu pada kesadaran etis saja di sini tidak cukup, dibutuhkan suatu pengertian jelas yang diterima secara internasional dan suatu prosedur obyektif yang menerapkannya. Melanjutkan perbandingan tadi, sebagaimana kita memiliki metode-metode yang obyektif dan pasti untuk membuktikan terjadinya doping dalam bidang olah raga, demikian juga kita membutuhkan prosedur yang jelas untuk memastikan adanya *dumping*. Kita membutuhkan suatu instansi supranasional yang sanggup bertindak dan sekaligus diakui sebagai wasit yang obyektif. Tetapi dalam situasi dunia sekarang instansi seperti itu belum mungkin diwujudkan. Dalam rangka Organisasi Perdagangan Dunia (WHO) telah dibuat sebuah dokumen tentang *dumping*, tetapi hanya sebagai model untuk membuat peraturan hukum di negara-negara anggotanya.

8.3 Aspek-aspek etis dari korporasi multinasional

Fenomena yang agak baru di atas panggung bisnis dunia adalah korporasi multinasional (*multinational corporations*), yang juga disebut korporasi transnasional (*transnational corporations*). Yang dimaksudkan dengannya adalah perusahaan yang mempunyai investasi langsung dalam dua negara atau lebih. Jadi, perusahaan yang mempunyai hubungan dagang dengan luar negeri, dengan demikian belum mencapai status korporasi multinasional (KMN), tetapi perusahaan yang memiliki pabrik di beberapa negara termasuk di dalamnya. Bentuk pengorganisasian KMN bisa berbeda-beda. Biasanya perusahaan-perusahaan di negara lain sekurang-kurangnya untuk sebagian dimiliki oleh orang setempat, sedangkan manajemen dan kebijakan bisnis yang umum ditanggung oleh pimpinan perusahaan di negara asalnya. KMN ini untuk pertama kali muncul sekitar tahun 1950-an dan mengalami perkembangan pesat. Kita semua mengenal KMN seperti Coca-Cola, Johnson & Johnson, AT & T, General Motors, IBM, Mitsubishi, Toyota, Sony, Phillips, Unilever yang mempunyai kegiatan di seluruh dunia dan menguasai nasib jutaan orang.

Karena memiliki kekuatan ekonomis yang sering kali sangat besar dan karena beroperasi di pelbagai tempat yang berbeda dan sebab itu mempunyai mobilitas tinggi, KMN menimbulkan masalah-masalah etis sendiri. Di sini kita membatasi diri pada masalah-masalah yang berkaitan dengan negara-negara berkembang. KMN-KMN tentu juga menimbulkan masalah etis kalau kejujuran. Pebisnis kedua itu menjalankan pekerjaannya dengan baik. Hati nuraninya juga akan menyaksikan hal itu. Mestinya setiap pebisnis berlaku seperti dia dan tidak berkelakuan seperti yang pertama tadi. Yang baik harus menjadi tujuan setiap perilaku manusia.

Tetapi, bagaimana kalau pebisnis itu nekad, sambil menandakan: "baik atau tidak, saya tidak peduli, asal saja cepat-cepat dapat memperoleh untung"? Kalau begitu, ia menempatkan diri di luar *moral community*; ia membuang martabatnya sebagai manusia. Ia tidak lagi bisa dianggap makhluk moral. Dengan meniru Aristoteles, dapat kita katakan: ia akan lebih atau kurang dari manusia; barangkali dewa, barangkali binatang, tetapi pasti tidak lagi insan biasa. Selama dia seorang manusia, ia tidak bisa dipisahkan dari moralitas.

9. Kode etik perusahaan

9.1 Manfaat dan kesulitan aneka macam kode etik perusahaan

Dalam sejarah, sudah lama kita mengenal kode etik profesi dalam berbagai bentuk. Sebagai kode etik iprofesi yang paling tua dapat dipandang "Sumpah Hippokrates" (abad ke-5 SM) yang merupakan permulaan suatu tradisi panjang kode etik kedokteran sampai pada hari ini. Dalam zaman modern, selain profesi medis, ada banyak profesi lagi yang memiliki sebuah kode etik khusus, misalnya para pengacara, wartawan, akuntan, insinyur, dan psikolog. Banyak karyawan yang berkecimpung di bidang bisnis, terikat dengan salah satu kode etik profesi. Tetapi suatu fenomena yang masih agak baru adalah kode etik tertulis khusus untuk sebuah perusahaan. Fenomena ini mulai mencuat dalam dasawarsa 1970-an, antara lain karena terjadinya beberapa skandal korupsi dalam kalangan bisnis. Tergugah karena pengalaman pahit itu, mulai tumbuh

keinsafan bahwa sebaiknya perusahaan mempunyai peraturan-peraturan ketat dan jelas, guna mencegah terjadinya hal-hal negatif seperti itu. Perkembangan ini mulai tampak di Amerika Serikat dan kemudian diikuti oleh Inggris dan negara-negara Eropa Barat lainnya. Menurut survei yang dilakukan oleh *Center for Business Ethics* dari Bentley College, Amerika Serikat, pada 1990, maka 93 persen dari perusahaan pada daftar majalah *Fortune* yang disebut "*Fortune 500 service*" dan "*Fortune 500 industrial*" memiliki suatu kode etik perusahaan yang tertulis. Dalam sebuah survei sejenis lima tahun sebelumnya jumlah itu sudah mencapai 75 persen. Di samping kode etik, menurut survei dari 1990 itu 25 persen perusahaan membentuk suatu komisi etika dan 52 persen menyelenggarakan pelatihan dalam etika untuk karyawan. Di Eropa Barat juga hampir semua perusahaan besar mempunyai sebuah kode etik. Di Indonesia kita belum mendengar tentang kemungkinan ini, kecuali pada perusahaan internasional yang beroperasi di Indonesia.

Apa yang sampai sekarang kami sebut "kode etik perusahaan", pada kenyataannya bisa beraneka ragam. Patrick Murphy menggunakan istilah umum *ethics statements* dan membedakan tiga macam. Pertama, terdapat *values statements* atau pernyataan nilai. Dokumen seperti itu singkat saja dan melukiskan apa yang dilihat oleh perusahaan sebagai misinya. Sering kali disebut nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh pendiri perusahaan. Banyak pernyataan nilai itu menegaskan bahwa perusahaan ingin beroperasi secara etis serta *fair* dan menggarisbawahi pentingnya integritas, *teamwork*, kredibilitas, dan keterbukaan dalam komunikasi. Jadi, nilai-nilai yang dikemukakan di sini sering kali lebih luas daripada nilai-nilai etis saja. Kedua, ada *corporate credo* atau kredo perusahaan, yang biasanya merumuskan tanggung jawab perusahaan terhadap para *stakeholder*, khususnya konsumen, karyawan, pemilik saham, masyarakat umum, dan lingkungan hidup. Dibandingkan dengan pernyataan nilai tadi, kredo perusahaan ini sering kali lebih panjang dan meliputi beberapa alinea, tetapi masih tergolong singkat. Ketiga, terdapat lagi kode etik (dalam arti sempit) yang kadang-kadang disebut juga *code of conduct* atau *code of ethical conduct*. Kode etik ini menyangkut kebijakan etis perusahaan berhubungan dengan kesulitan yang bisa timbul (dan mungkin di masa lampau pernah timbul),

seperti konflik kepentingan, hubungan dengan pesaing dan pemasok, menerima hadiah, sumbangan kepada partai politik, dan sebagainya. Pada umumnya kode etik ini lebih panjang. Panjangnya bisa bervariasi dari dua tiga halaman sampai menjadi buku kecil berisikan sekitar 50 halaman.

Kadang-kadang perusahaan hanya mempunyai satu macam pernyataan etika itu, kadang-kadang juga dua atau malah tiga-tiganya. Kalau di sini kami berbicara tentang kode etik perusahaan, maksudnya adalah pernyataan etika pada umumnya, dengan tidak memperhatikan penggolongan yang dibuat oleh Murphy dan pasti tidak bersifat mutlak, karena bisa saja pengarang lain akan membuat penggolongan yang berbeda. Pembuatan kode etik adalah cara ampuh untuk melembagakan etika dalam struktur dan kegiatan perusahaan. Jika perusahaan memiliki kode etik sendiri, ia mempunyai beberapa kelebihan dibandingkan dengan perusahaan yang tidak memilikinya. Manfaat kode etik perusahaan dapat dilukiskan sebagai berikut.

- 1) Kode etik dapat meningkatkan kredibilitas suatu perusahaan, karena etika telah dijadikan sebagian *corporate culture*. Hal itu terutama penting bagi perusahaan besar, di mana tidak semua karyawan mengenal satu sama lain. Dengan adanya kode etik, secara intern semua karyawan terikat dengan standar etis yang sama, sehingga akan mengambil keputusan yang sama pula untuk kasus-kasus yang sejenis. Misalnya, selalu akan mereka tolak dilibatkan dalam tindak korupsi. Secara ekstern, para *stakeholder* lain - seperti pemasok dan konsumen - memaklumi apa yang bisa diharapkan dari perusahaan. Reputasi yang baik di bidang etika merupakan aset yang amat penting bagi suatu perusahaan.
- 2) Kode etik dapat membantu dalam menghilangkan *grey area* atau kawasan kelabu di bidang etika. Beberapa ambiguitas moral yang sering merongrong kinerja perusahaan, dengan demikian dapat dihindarkan. Misalnya, menerima komisi atau hadiah, kesungguhan perusahaan dalam memberantas pemakaian tenaga kerja anak, dan keterlibatan perusahaan dalam melindungi lingkungan hidup.

- 3) Kode etik dapat menjelaskan bagaimana perusahaan menilai tanggung jawab sosialnya. Sudah kita lihat sebelumnya (Bab 9) bahwa tanggung jawab sosial dalam arti negatif secara moral cukup jelas, sedangkan tanggung jawab sosial dalam arti positif pada umumnya tidak mewajibkan perusahaan. Tetapi sangat diharapkan perusahaan tidak membatasi diri pada standar minimal. Melalui kode etiknya ia dapat menyatakan bagaimana ia memahami tanggung jawab sosial dengan melampaui minimum tersebut.
- 4) Kode etik menyedilkan bagi perusahaan - dan dunia bisnis pada umumnya - kemungkinan untuk mengatur dirinya sendiri (*self regulation*). Dengan demikian, negara tidak perlu campur tangan. Negara baru membuat peraturan, bila dunia bisnis tidak berhasil mengatur dirinya sendiri dan menciptakan kerangka moral untuk perilaku yang benar. Hal itu penting dari sudut ekonomi, karena sistem ekonomi pasar bebas dengan itu disertai perangkat etika. Hal itu penting juga dari sudut demokrasi, karena - sesuai dengan prinsip subsidiaritas - sedapat mungkin pemerintah menunjang prakarsa dari masyarakat bisnis. Kerangka moral yang berasal dari masyarakat bisnis itu sendiri, jauh lebih efektif ketimbang dipaksakan dari luar.

Namun demikian, penguraian tentang kode etik perusahaan ini akan menjadi terlalu optimistis, kalau tidak disoroti juga kelemahan besar yang menyangkut upaya melembagakan etika dalam perusahaan ini. Memang benar, sering ditimbulkan harapan terlampau besar dengan adanya kode etik perusahaan. Harapan ini dalam kenyataan konkret kerap kali tidak terpenuhi, sehingga banyak orang bersikap skeptis terhadap manfaat kode etik perusahaan. Membuat sebuah kode etik ternyata tidak merupakan solusi yang cukup untuk memecahkan semua kesulitan moral bagi perusahaan. Karena itu tidak mengherankan, bila kode etik perusahaan menemui kritik juga. Antara lain dikemukakan tiga butir kritik sebagai berikut.

- 1) Kode etik perusahaan sering kali merupakan formalitas belaka. Fungsinya sebatas *window dressing*: membuat pihak luar kagum dengan perusahaan. Kode etik dalam bingkai kaca digantungkan pada dinding ruang kerja para direktur, tetapi kurang berperan dalam kegiatan sehari-hari dari perusahaan. Dengan demikian kode etik menjadi suatu unsur *public relations* saja, tanpa substansi real.
- 2) Banyak kode etik perusahaan dirumuskan dengan terlalu umum, sehingga tidak menunjukkan jalan keluar bagi masalah moral konkret yang dihadapi oleh perusahaan. Setiap peraturan tertulis harus diinterpretasikan. Tetapi untuk kode etik tidak ada instansi dan prosedur yang menyediakan interpretasi beribawa, kecuali keputusan dari pimpinan. Dengan demikian, manfaat kode etik sangat berkurang, karena jika *yang* menentukan adalah keputusan pimpinan, mengapa perusahaan membutuhkan kode etik lagi?
- 3) Kritik yang paling berat adalah bahwa jarang sekali tersedia *enforcement* untuk kode etik perusahaan. Jarang sekali ada sanksi untuk pelanggaran. Dengan demikian kode etik menjadi kurang efektif, karena hampir tidak dirasakan perbedaan jika ada kode etik atau tidak. Agar efektif, kode etik (dan peraturan apa saja) harus ditegakkan juga dan untuk itu mau tidak mau diperlukan sanksinya.

Semua keberatan ini tidak menunjukkan bahwa kode etik itu sendiri tanpa arti. Kode etik perusahaan tetap berguna untuk merumuskan standar etis yang jelas dan tegas untuk semua karyawan dan jangkauan tanggung jawab sosial perusahaan. Hanya perlu dicari lagi jalan untuk menjamin keefektifan kode etik. Supaya usaha itu akan berhasil, terutama faktor-faktor berikut ini dapat membantu.

- 1) Kode etik sebaiknya dirumuskan berdasarkan masukan dari semua karyawan, sehingga mencerminkan kesepakatan semua pihak yang terikat olehnya. Kode etik perusahaan tidak bisa berfungsi dengan baik, kalau didrop begitu saja dari atas (pimpinan).

- 2) Harus dipertimbangkan dengan teliti bidang-bidang apa dan topik-topik mana sebaiknya tercakup oleh kode etik perusahaan. Tidak perlu dimuat hal-hal yang kurang berguna dan tidak mempunyai dampak nyata, tetapi tidak boleh diabaikan juga masalah moral apa pun yang berperan dalam kalangan perusahaan atau berhubungan dengan *stakeholders*.
- 3) Kode etik perusahaan sewaktu-waktu harus direvisi dan disesuaikan dengan perkembangan intern maupun ekstern. Untuk hal ini beberapa perusahaan besar sudah memanfaatkan jasa sebuah komisi etika atau seorang pejabat etika yang khusus (*ethical officer*).
- 4) Yang paling penting adalah bahwa kode etik perusahaan ditegakkan secara konsekuen dengan menerapkan sanksi. Tetapi, tentu saja, hal itu harus dilakukan dengan *fair* dan adil. Harus ada prosedur juga untuk naik banding. Kehadiran "ombudsman" dalam perusahaan dapat membantu agar semua masalah bisa diselesaikan dengan memuaskan.

9.2 Ethical auditing

Suatu inisiatif yang menarik adalah pemeriksaan atas kinerja etis dan sosial perusahaan oleh sebuah Institut independen. Di Amerika Serikat inisiatif ini sudah dilaporkan dalam dasawarsa 1980-an, sedangkan di Eropa baru tampak akhir-akhir ini. Keberhasilan pemeriksaan seperti itu tentu untuk sebagian besar tergantung pada kredibilitas institut yang melakukannya. Beberapa institut di Eropa yang bergerak di bidang itu adalah *European Institute for Business Ethics* di Breukelen, Belanda, *New Economic Foundation* di London, Inggris, *Institute of Social and Ethical Accountability*, di London juga, dan *Copenhagen Business School* di Denmark. Nama yang dipakai untuk pemeriksaan ini berbeda-beda, seperti sering terjadi dengan bidang baru yang belum mantap. Selain *ethical auditing*, dipakai juga nama *ethical accounting*, *social auditing*, *stakeholder auditing*, *social performance report*, dan lain-lain. Tentang isinya pula ada banyak variasi. Kadang-kadang aspek etis diperiksa dalam kerangka sosial yang lebih luas. Tapi bisa juga segi etika disoroti dengan eksplisit, terutama jika kode etik perusahaan menjadi obyek langsung dari pemeriksaan.

Untuk menilai kinerja finansial sebuah perusahaan sudah lama ada standar-standar *accounting* yang diterima secara nasional dalam suatu negara dan malah secara internasional. Pada akhir tahun setiap perusahaan membuat laporan yang didasarkan atas standar-standar tersebut. Untuk menilai kualitas manajemen sudah terbentuk standar juga, seperti ISO 9000. Tetapi untuk menilai kinerja sosial dan etis belum ada standar yang jelas. Institut-institut yang disebut di atas mencoba membuat standar di bidang itu dan untuk sebagian sudah berhasil. Jika perusahaan memiliki sebuah kode etik, *ethical auditing* itu secara khusus terfokuskan pada kode etik tersebut. Sebagaimana langsung dimengerti, dengan demikian tersedia metode yang baik sekali untuk menegakkan kode etik perusahaan dengan ikhlas dan konsekuen. Kode etik tidak lagi sebatas perhiasan saja. Pemeriksaan atas kinerja etis dan sosial itu tidak saja dilakukan terhadap perusahaan, tapi juga terhadap organisasi nirlaba. Organisasi-organisasi seperti itu pun harus berpegang pada standar-standar etis, entah mereka memiliki kode etik tertulis atau tidak. Misalnya, menjadi aneh sekali, bila organisasi nirlaba seperti Palang Merah Internasional menginvestasikan sebagian dananya dalam industri senjata. Namun hal seperti itu bisa saja terjadi.

9.3 The Body Shop sebagai contoh

The Body Shop adalah sebuah perusahaan internasional yang berasal dari Inggris dan bergerak di bidang kosmetika serta *toiletries*. Perusahaan ini didirikan oleh Anita Roddick pada 1976, dan 20 tahun kemudian sudah mempunyai omzet setengah miliar dollar AS. Kini *The Body Shop* mempunyai toko tersebar di seluruh dunia, antara lain sekitar 300 toko di Amerika Serikat. Perusahaan ini selalu menitikberatkan manajemen yang etis. "First and foremost are the values" merupakan ungkapan terkenal dari Anita Roddick. Rupanya Roddick pula yang pertama kali melontarkan gagasan mengenai audit sosial dan etis.

Setiap dua tahun *The Body Shop* membiarkan dirinya di audit dari segi sosial dan etis. Audit pertama itu dilakukan oleh *Institute of Social and Ethical Accountability* dan diterbitkan dengan judul *The Values Report 1995* (1996). Dalam audit ini

antara lain diperiksa pelaksanaan dua dokumen etika yang dimiliki perusahaan ini: *The Body Shop Mission Statement* dan *The Body Shop Trading Charter* sebagai berikut.

THE BODY SHOP MISSION STATEMENT
<p><i>Mission Statement - Our Reason for Being</i></p> <p>To dedicate our business to the pursuit of social and environmental change</p> <p>To Creatively balance the financial and human needs of our stakeholders: employees, customers, franchisees, and shareholders.</p> <p>To Courageously ensure that our business is ecologically sustainable: meeting the needs of the present without compromising the future.</p> <p>To Meaningfully contribute to local, national and international communities in which we trade, by adopting a code of conduct which ensure care, honesty, fairness and respect.</p> <p>To Passionately campaign for the protection of the environment, human and civil rights, and against animal testing within the cosmetics and toiletries industry.</p> <p>To Tirelessly work to narrow the gap between principle and practice, whilst making fun, passion and care part of our daily lives.</p>

THE BODY SHOP TRADING CHARTER
<p><i>Our Trading Charter</i></p> <p><i>The way we trade creates profits with principles.</i></p> <p>We aim to achieve commercial success by meeting our customers' needs through the provision of high quality, good value products with exceptional service and relevant information which enables customers to make informed and responsible choices.</p>

Our trading relationships of every kind - with customers, franchisees and suppliers — *will* be commercially viable, mutually beneficial and based on trust and respect.

Our trading principles reflect our core values

We aim to ensure that human and civil rights, as set out in the Universal Declaration of Human Rights, are respected throughout our business activities. We will establish a framework based on this declaration to include criteria for workers' rights embracing a safe, healthy working environment, fair wages, no discrimination on the basis of race, creed, gender or sexual orientation, or physical coercion of any kind.

We will support long term, sustainable relationship with communities in need. We will pay special attention to those minority groups, women and disadvantaged peoples who are socially and economically marginalised.

We will use environmentally sustainable resources wherever technically and economically viable. Our purchasing will be based on a system of screening and investigation of the ecological credentials of our finished products, ingredients, packaging and suppliers.

We will promote animal protection throughout our business activities. We are against animal testing in the cosmetics and toiletries industry. We will not test ingredients or products on animals, nor will we commission others to do so on our behalf. We will use our purchasing power to stop suppliers animal testing.

We will institute appropriate monitoring, auditing and disclosure mechanisms to ensure our accountability and demonstrate our compliance with these principles.

Pelaksanaan teknis dari audit etis dan sosial ini hanya bisa disinggung dengan singkat. *Values Report 1995* terdiri atas tiga pernyataan yang membahas kinerja perusahaan di bidang sosial (HAM, kesehatan dan keselamatan kerja, diskriminasi, dan sebagainya), di bidang lingkungan hidup, dan di bidang perlindungan binatang (masalah yang aktual khususnya untuk perusahaan

kosmetika). Dalam laporan dari 1997 diberi uraian lebih terintegrasi. *Values Report 1995* membedakan 10 macam *stakeholders* dan membuat wawancara serta angket di antara mereka. Ditentukan juga indikator-indikator kinerja. Manajemen diberi kesempatan untuk me-nanggapi kelemahan yang disinyalir dengan merumuskan *Next Steps*. Dalam audit berikutnya diperiksa lagi bagaimana rencana-rencana ini ditindaklanjuti. Laporan akhir dipublikasikan (bersama dengan ringkasan dan lembar khusus untuk karyawan) dan diharapkan komentar dari luar.

10. Good ethics, good business

Sebagaimana sudah beberapa kali disebut sebelumnya, gerakan etika bisnis mulai bergulir di Amerika Serikat setelah terjadi sejumlah skandal bisnis. Pada permulaannya sering diragukan entah etika bisnis itu mungkin. Malah ditanyakan apakah paham "etika bisnis" tidak merupakan sebuah *oxymoron* atau kontradiksi dalam sebutan, karena menurut kodratnya bisnis sering dianggap justru tidak etis. Keraguan itu sekarang sudah banyak hilang. Rupanya dalam dunia bisnis kini telah terbentuk sikap lebih positif. Sudah tertanam keinsafan bahwa bisnis harus berlaku etis demi kepentingan bisnis itu sendiri. Terdengar semboyan baru seperti *Ethics pay* (etika membawa untung), *Good business is ethical business*, *Corporate ethics: a prime business asset*. Pada sampul buku populer tentang etika bisnis yang ditulis oleh Kenneth Blanchard dan Norman Vincent Peale tertulis dengan huruf besar: *Integrity pays! You don't have to cheat to win* (Integritas moral membawa untung! Tidak perlu Anda menipu untuk menang). Dalam kode etiknya atau dengan cara lain, kini banyak perusahaan mengakui pentingnya etika untuk bisnis mereka.

Bahkan telah diusahakan untuk menunjukkan secara empiris bahwa perusahaan yang mempunyai standar etis tinggi tergolong juga perusahaan yang sukses. Mark Pastin menyusun daftar 25 perusahaan yang *high ethics - high profit*. Dan ada beberapa studi lain yang memperlihatkan perkaitan positif antara perhatian untuk etika dan keuntungan finansial. Studi-studi lain lagi tidak berhasil membuktikan adanya perkaitan.

Studi yang menunjukkan perkaitan antara etika yang baik dan keberhasilan dalam bisnis tidak tanpa masalah. Sebab, walaupun

dapat dibuktikan adanya perkaitan macam itu, dengan demikian belum terbukti pula bahwa bisnis itu sukses *karena* etikanya baik. Hubungan kausalitas di sini belum dipastikan. Bisa terjadi juga, perusahaan yang sukses mempunyai perhatian khusus untuk etika, justru karena mereka sukses. Kalau begitu, sukses perusahaan menjadi penyebab dan bukan akibat dari perhatiannya untuk etika. Tetapi, terlepas dari berhasil tidaknya pembuktian empiris, tidak begitu sulit untuk diterima bahwa etika perlu untuk mencapai sukses dalam bisnis. Tentang topik-topik spesifik dalam buku ini sudah sering ditekankan bahwa tuntutan etis sejalan dengan sukses dalam bisnis. Hal itu terutama berlaku untuk bisnis jangka panjang. Mungkin dengan menipu dan praktek kurang etis lainnya kita dapat memperoleh untung untuk sesaat, tetapi cara berbisnis itu tidak tahan lama. Penipuan bisa meraih keuntungan untuk sementara waktu, tetapi sekaligus berfungsi sebagai bom waktu yang akan menghancurkan perusahaan pada jangka panjang. Ketika membahas keutamaan kejujuran, sudah kita lihat penjualan mobil bekas sebagai contoh yang hampir klasik tentang bisnis rawan penipuan.

Di situ si penjual dan si pembeli hanya bertemu satu kali. Tidak begitu mendesak menjalin hubungan baik dengan si pembeli sebagai pelanggan. Dalam situasi bisnis seperti itu paling menonjol jangka pendek. Akan tetapi, kalau perusahaan penjual mobil bekas ingin menjadi bisnis yang mantap ia akan menjaga nama baik perusahaan. Misalnya, ia akan memberi garansi sekian bulan atau sekian kilometer untuk setiap mobil bekas yang dijual. Dalam bisnis, kepercayaan (*trust*) adalah unsur yang sangat penting dan kepercayaan tentu mengandaikan bonafiditas pada pihak lain. Banyak perusahaan impor-ekspor menjadi besar dan dapat mencapai umur panjang karena didasarkan atas kepercayaan antara berbagai mitra bisnis yang bertempat tinggal jauh satu sama lain. Dalam sektor perbankan pun kepercayaan adalah sangat hakiki.

Semuannya itu tidak berarti bahwa etika yang baik selalu dan tanpa kecuali merupakan kunci untuk mencatat sukses dalam bisnis. Tidak mustahil bahwa perusahaan yang lebih etis mendapat keuntungan finansial kurang, dibandingkan dengan perusahaan yang tidak begitu mempedulikan etika. Misalnya, hal itu mudah terjadi dalam hubungan dengan lingkungan hidup. Perusahaan yang menggunakan cara berproduksi yang ramah lingkungan, bisa saja memperoleh keuntungan kurang, dibandingkan dengan perusahaan

yang tidak sadar lingkungan (walaupun masih tinggal dalam batas ketentuan hukum). Tetapi tidak bisa diragukan bahwa perusahaan pertama itu lebih etis. Ia mempunyai keberanian moral untuk menempatkan lingkungan hidup di atas keuntungan sebesar-besarnya. Ia tetap mendapat laba blarpun tidak sebesar seperti perusahaan lain yang kurang sadar lingkungan. Tetapi perbedaannya tidak boleh menjadi terlalu besar. Negara harus mengintervensi dengan peraturan hukum jika perusahaan sampai kalah bersaing gara-gara sadar lingkungan.

Kendati tidak ada jaminan mutlak, pada umumnya perusahaan yang etis adalah perusahaan yang mencapai sukses juga. *Good ethics, good business*. Keyakinan ini sekarang terbentuk cukup umum. Namun demikian, hal itu tidak berarti bahwa harapan akan sukses boleh menjadi satu-satunya motivasi atau malah motivasi utama untuk berperilaku etis. Yang baik harus dilakukan karena hal itu baik, bukan karena membuka jalan menuju sukses, walaupun motivasi ini tidak senantiasa perlu dihayati secara eksplisit. Sudah sejak Aristoteles, hal itu disebut bertingkah laku "menurut keutamaan".

Di Indonesia, sampai sekarang jarang tampak keyakinan bahwa moralitas yang baik merupakan salah satu kunci untuk berhasil di bidang bisnis. Sebaliknya, dalam diskusi tentang etika bisnis, berulang kali terdengar keluhan: "kita pasti kalah dalam bisnis, kalau berpegang pada etika". Maksudnya tentu kalah terhadap pebisnis-pebisnis lain yang tidak peduli dengan etika. Apakah pandangan ini benar? Seluruh penguraian dalam buku ini sebetulnya berusaha menunjukkan bahwa pandangan ini tidak tahan uji. Karena itu cukuplah kiranya, bila di sini hanya ditambah beberapa catatan, sekaligus berupa penutup.

- Etika bisnis hanya bisa berperan dalam suatu komunitas moral. Moralitas tidak merupakan suatu komitmen individual saja, tetapi tercantum dalam suatu kerangka sosial. Di Indonesia, cukup lama etika bisnis mengalami kesulitan karena tidak didukung oleh suatu kerangka sosial-politik yang sehat. Salah satu buktinya, di Indonesia pun tidak kekurangan skandal-skandal bisnis (seperti juga di negara-negara lain), tetapi tidak satu pun diselesaikan sampai tuntas, karena beking-beking dari pihak penguasa. Banyak pengamat berpendapat bahwa krisis yang dialami bangsa Indonesia saat pergantian abad pada dasarnya merupakan krisis moral, bukan krisis moneter, ekonomis, atau politik saja. Jika pelaksanaan hukum,

umpamanya, dapat dibeli dengan uang dan direkayasa oleh penguasa politik, hal itu merupakan masalah moral yang amat mendasar. Dalam suasana seperti itu mudah timbul pikiran: "kita pasti kalah, kalau tidak ikut dalam permainan kotor itu". Akan tetapi, apakah reaksi ini tepat? Memang benar, pebisnis perorangan tidak berdaya terhadap kebobrokan moral dari penguasa di atas. Selama ia tinggal sendiri, barangkali satu-satunya jalan keluar adalah secara radikal menghentikan segala kegiatan bisnis, karena tidak mau terkontaminasi oleh suasana moral yang begitu busuk. Tetapi janganlah pebisnis berjuang sendiri. Dan janganlah ditarik kesimpulan bahwa dalam keadaan putus asa itu etika sebaiknya ditinggalkan saja. Kalangan bisnis sebagai keseluruhan harus berusaha meng-ubah haluan moral dan menuntut agar penguasa di atas menjamin suatu kerangka moral yang sehat. Rupanya dengan penggantian pemerintah Oktober 1999 hal itu akhirnya dimungkinkan. Namun demikian, membangun suatu etika bisnis yang baik tetap akan merupakan suatu perjuangan berat, tetapi perjuangan juga yang sangat diperlukan.

- Orang yang berpendapat "dengan berpegang pada etika kita pasti kalah", kemungkinan besar terlalu menitikberatkan jangka pendek dalam proses berbisnis dan mengabaikan jangka panjang. Padahal, jangka panjang justru paling hakiki untuk berhasil dalam bisnis. Kecenderungan mengutamakan jangka pendek, barangkali berkaitan dengan sifat watak yang sekian tahun yang lalu oleh Prof. Koentjaraningrat disebut "mentalitas menerobos". Rupanya dalam situasi sekarang pun pengertian yang dirumuskan oleh ahli antropologi budaya ini tetap aktual. "Dalam masyarakat Indonesia sekarang ini tampak terlampau banyak usahawan baru yang mau saja mencapai dan memamerkan taraf hidup yang mewah dalam waktu secepat-cepatnya, dengan cara-cara yang tidak lazim, atau dengan cara 'menyikat keuntungan sebesar-besarnya mumpung ada kesempatan', tanpa kerelaan untuk juga mengunyah pahit getimya masa permulaan berusaha. Sekarang ini tampak pula terlampau banyak pegawai junior yang mau saja mencapai fasilitas-fasilitas pangkat-pangkat atasan secepat-cepatnya dengan cara-cara menerobos, tanpa kerelaan untuk berkorban dan berjuang melawan kesukaran-kesukaran dalam hal mencapai suatu ketrampilan dan kepandaian ilmu yang

diperlukan”. Apakah selama dasawarsa-dasawarsa terakhir ini para pebisnis Indonesia cukup memperhatikan kata-kata bijaksana ini?

- Mereka yang meragukan perlunya etika dalam bisnis, sebaiknya tidak melupakan sejarah industrialisasi dan khususnya perjuangan antara liberalisme dan sosialisme yang berlangsung di situ. Jika kita mulai mengembangkan industri, tidak layak kita mengulangi kesalahan dari masa lampau dengan mengabaikan kepentingan dan hak para pekerja. Apalagi, kalau keadilan sosial menjadi salah satu dafar dalam ideologi negara kita. Kesejahteraan kaum buruh dan karyawan harus menjadi *trade mark* dari industri yang kita bangun, bukan gedung kantor yang mentereng, ruang kerja direksi yang mewah, dan mobil direktur yang mahal dan bergengsi (semuanya berasal dari utang). Para pekerja harus diakui sebagai *stake-holders* yang paling penting dan diperlakukan juga demikian.
- Akhirnya, orang yang belum diyakinkan tentang pentingnya etika dalam bisnis, perlu mempertimbangkan persepsi dunia luar tentang kinerja bisnis Indonesia. Dalam forum internasional, Indonesia dinilai termasuk negara yang paling korup. Hal itu sudah lama kita dengar dari kenalan-kenalan luar negeri yang bercerita tentang pengalamannya berbisnis di Indonesia. Atau kita mendengar dan membaca tentang itu dari media massa luar negeri. Sejak beberapa tahun ada cars lebih obyektif lagi untuk memandang kenyataan ini. Lembaga *Transparency International*, yang berkedudukan di Berlin, Jerman, setiap tahun mempublikasikan *Corruption Perceptions Index* (Indeks Persepsi Korupsi). Lembaga ini mendapat kredibilitas internasional dan bekerja sama dengan beberapa instansi internasional yang penting. Dalam indeks mereka sudah beberapa tahun berturut-turut tampak bahwa Indonesia dipandang sebagai salah satu negara yang paling korup di dunia. Dalam Indeks Persepsi Korupsi dari tahun 1999, Indonesia menempati urutan ke-97 dalam daftar 99 negara dengan skor 1,7 pada skala 10. Di bawah Indonesia masih terdapat dua negara Afrika, masing-masing dengan perbedaan satu desimal. Hanya Denmark menduduki peringkat teratas dengan skor bulat 10 untuk ke-dua kalinya berturut-turut. Singapura menempati urutan ke-7, Malaysia urutan ke-33, dan Filipina

urutan ke-54. Jika kita sudah dininabobokan karena pengalaman rutin setiap hari, mungkin kita bisa tergugah dengan sorotan tajam dari luar negeri ini. Setelah kita membuka mata dengan sungguh-sungguh, siapa dapat menyangkal lagi bahwa etika bisnis sangat mendesak untuk situasi kita yang amat memprihatinkan ini? Dan bagaimana dapat kita berhasil dalam globalisasi ekonomi dengan *track record* yang begitu jelek? Para ekonom tidak mengenal lelah dengan menjelaskan bahwa korupsi mengakibatkan “biaya siluman” yang membuat suatu ekonomi menjadi tidak efisien. Dengan demikian peluang bersaing mau tidak mau menjadi sangat sulit. Jika kekurangan moralitas dalam kegiatan bisnis kita berlangsung terus, kita semua sebagai bangsa kalah terhadap negara-negara tetangga dan negara-negara lebih jauh yang berhasil menjalankan ekonominya dengan efisien. Realisasi AFTA dan APEC tinggal beberapa tahun lagi. Seperti halnya dengan ekonomi, moralitas pun merupakan suatu kenyataan universal yang berdampak universal pula.



Bab X

FLEXIBILITAS TEORI HUKUM ANGLO SAXON

1. Tiga Tradisi Hukum di Dunia.

Yang dimaksud dengan tiga tradisi hukum utama di dunia adalah Hukum dari Eropa Kontinental (*Civil Law*), Hukum Anglo Saxon (*Common Law*) dan Hukum Sosialis (*Socialist Law*).

Menggunakan "tradisi hukum" atau *legal tradition*, bukan "sistem hukum", tujuannya adalah untuk membedakan 2 (dua) konsep yang berbeda. Dalam hal ini "system hukum" adalah sekelompok pranata hukum yang bersifat operatif, prosedur hukum dan peraturan hukum.

Di Amerika Serikat, terdapat satu system hukum yang berbeda dan terpisah di antara system hukum masing-masing negara di dunia. Selain itu masih ada suatu system hukum yang berbeda dari organisasi-organisasi internasional, misalnya Masyarakat Ekonomi Eropa dan PBB. Singkatnya, dalam dunia yang terorganisir dalam bentuk negara-negara berdaulat, dan organisasi-organisasi internasional dari negara-negara tersebut, masih terdapat pula banyaknya system hukum terhadap negara dan organisasi-organisasi internasional tersebut.

Sistem hukum nasional digolongkan ke dalam beberapa kelompok. Sistem hukum Inggris, Selandia Baru, California, New York dan lain-lain, disebut system hukum "*common law*". Masing-masing negara atau negara bagian tersebut mempunyai pranata hukum, proses hukum dan peraturan-peraturan hukum yang belum tentu identik. Sebaliknya di negara atau negara bagian tersebut sebenarnya terdapat banyak perbedaan, baik mengenai ketentuan hukum, substansi, maupun mengenai pranata-pranata hukum dan hukum formal.

Perancis, Jerman, Itali, Swiss mempunyai system hukumnya masing-masing. Mereka disebut sebagai negara-negara *Civil Law*. Meskipun negara-negara tersebut termasuk sebagai kelompok *Civil Law*, namun dalam penerapannya, mereka mempunyai perbedaan – perbedaan mengenai peraturan hukum, prosedur hukum, dan pranata hukum. Bahkan di negara-negara Eropa Timur, yang dipaksakan untuk menerapkan dan menyeragamkan di bawah pengaruh Uni Sovyet, tetapi juga terdapat perbedaan-perbedaan.

Meskipun negara-negara tersebut digolong-golongkan ke dalam negara-negara *socialis law*, tetapi masih terdapat banyak variasi di antara negara-negara tersebut, bahkan terdapat masalah-masalah yang fundamental. Perbedaan-perbedaan tersebut dalam system hukum adalah sebagai cermin dari fakta bahwa selama beberapa abad, dunia telah dibagi ke dalam negara-negara berdaulat, dibawah pengaruh dari kondisi-kondisi intelektual, telah menekankan akan pentingnya kedaulatan negara dan telah pula mendorong untuk timbulnya penekanan-penekanan yang nasionalis terhadap karakter dan tradisi nasional. Jadi tidak pernah ada "satu system *Civil Law*", satu system *Common Law* atau satu system *Socialist Law*. Yang ada hanyalah system hukum yang berbeda-beda di dalam masing-masing kelompok system hukum tersebut. Namun kenyataannya, bahwa system-sistem hukum yang berbeda tersebut digolongkan bersama-sama di bawah kelompok "*Civil Law*".

Tradisi hukum, bukanlah suatu golongan peraturan / hukum tentang perjanjian, badan hukum dan perbuatan hukum pidana. Tradisi hukum sangat berakar dan dipengaruhi oleh sejarah terhadap perbuatan / sikap tentang hakikat dari hukum, tentang peranan hukum dalam masyarakat dan politik, tentang organisasi-organisasi hukum dan pelaksanaan hukum tersebut dan tentang cara hukum dibentuk / seharusnya dibentuk, diterapkan, dipelajari, disempurnakan dan diajarkan. Tradisi hukum menghubungkan system hukum dengan kultur, yang menempatkan system hukum dalam suatu perspektif kebudayaan.

Dari ketiga tradisi hukum (*civil law*, *common law* dan *socialist law*), *civil law* merupakan tradisi hukum yang paling tua dan yang paling luas penyebarannya. Secara tradisional, timbulnya *civil law* adalah 450 sebelum Masehi. Dewasa ini, *civil law* merupakan tradisi hukum yang paling dominan di kebanyakan negara Eropa Barat, semua negara Amerika Tengah dan Selatan, di banak negara Asia

dan Afrika bahkan di beberapa bagian adalah dalam negara *common law*. Sedangkan sampai sekarang *civil law* masih mendominasi kebanyakan negara Eropa Timur (termasuk Uni Sovyet) ang kemudian masuk sebagai negara *socialist law*. *Civil law* merupakan tradisi hukum yang tidak asing bagi kaum politikus dan sarjana-sarjana Eropa Barat yang merupakan ahli-ahli hukum internasional. Konsep dasar dan operasional serta pembangunan hukum yang kontinyu dari masyarakat Eropa adalah hasil kerja dari mereka yang mendapat pendidikan / latihan mengenai tradisi hukum *civil law*

Dalam dunia *common law*, penyebarannya lebih luas dan usianya lebih tua, namun banyak yang berpendapat bahwa *civil law* lebih penting kedudukannya dan lebih percaya bahwa *civil law* secara cultural lebih unggul dari pada *common law*. Pandangan dari negara yang menganut *system civil law* adalah menganggap *common law* relatif kasar dan tidak terorganisir. Yang penting masing-masing negara selalu menganggap system hukum merekalah yang paling unggul. Jadi apabila suatu negara menganut *civil law*, maka negara tersebut pasti menganggap bahwa *civil law* yang lebih baik daripada *common law*, demikian sebaliknya.

Lahirnya *common law* diperkirakan pada tahun 1066 Masehi, yaitu ketika "The Norman" mengalahkan orang-orang pribumi di "Hastings" dan menaklukkan Inggris. Berarti tradisi *common law* berusia 941 tahun. Dalam tradisi *civil law*, "*Corpus Juris Civilis*" dari Justinian di publikasi di Constantinopel pada tahun 533 Masehi, yang merupakan suatu bagian terpenting dari *civil law*. Makanya tradisi *civil law* jauh lebih tua dibandingkan dengan tradisi *common law*. Namun demikian sebagai akibat dari ekspansi dan kemajuan yang pesat dari kerajaan Inggris pada masa kolonialisme, *common law* telah sangat meluas berlakunya. Akhir-akhir ini *common law* merupakan tradisi hukum yang diberlakukan di Inggris, Iriandia, USA, Canada, Australia dan telah berpengaruh terhadap hukum di berbagai negara Asia dan Afrika.

Tradisi *socialist law* biasanya dianggap lahir dan berakar pada Revolusi Oktober di Uni Sovyet. Sebelumnya tradisi yang dominan di kekaisaran Rusia adalah *civil law*. Salah satu tujuan dari Revolusi Rusia adalah untuk menghapuskan *system civil law*, yang dianggap bersifat *bourjuis*, dan menggantikannya dengan suatu ketertiban hukum sosialis yang baru. Efek nyata dari reformasi ini adalah dengan memasukkan prinsip-prinsip tertentu dari ideology *socialist* terhadap tradisi atau *system civil law* yang sedang berlaku.

Di bawah pengaruh Uni Soviet dan paham Markisme, reformasi hukum yang serupa telah pula dilaksanakan di negara-negara Eropa Timur dan di negara-negara lain seperti Cuba, padahal sebelumnya di negara-negara tersebut telah berlaku *civil law*. Konsekuensinya, tradisi hukum yang masih muda tetapi sangat bersemangat masih menunjukkan sifat campurannya, yaitu antara *civil law* dan *socialist law*.

Kaum sosialis berpendirian bahwa semua hukum merupakan instrument terhadap policy ekonomi dan social, dimana tradisi *common law* dan *civil law* pada dasarnya akan merefleksikan kapitalis, borjuis dan eksploitasi pemerintahan, ekonomi dan social. Kaum sosialis menganggap *common law* sebagai suatu system hukum yang disusun untuk mencapai tujuan-tujuan yang menurut mereka secara ekonomi dan social tidak adil. *Common law* dianggap oleh ahli-ahli hukum Soviet sebagai suatu system hukum yang tidak sistematis, tidak dibangun dengan rapi jika dibandingkan dengan peraturan-peraturan Soviet yang dirancang secara hati-hati dan dibangun atas system dan ketertiban hukum *civil law*. Akhirnya bagi ahli hukum sosialis, baik tradisi hukum *civil law* maupun *common law* merupakan subyek untuk dikecam, karena kedua tradisi hukum tersebut dibentuk tetapi tidak dengan penetapan ideology mereka yang jelas. Para ahli hukum sosialis menganggap system hukum *civil law* dan *common law* sebagai alat dengan mana ideology borjuis disembunyikan dalam bentuk klausula-klausula hukum yang seolah-olah netral, yang kemudian digunakan untuk mengeksploitasi kaum proletar.

Fakta menunjukkan bahwa ketiga tradisi tersebut berasal dari Eropa, tetapi sebenarnya masih banyak tradisi hukum yang lain di dunia ini, dan tradisi baru juga dibentuk. Dominannya tiga tradisi hukum tersebut merupakan akibat langsung dari imperialisme di Eropa Barat di abad-abad sebelumnya dan imperialisme Soviet di awal abad 20 ini.

2. Teori Hukum Anglo Saxon.

Sebenarnya masih banyak bangsa-bangsa penting lainnya yang hukumnya tidak dapat digolongkan ke dalam salah satu dari tiga tradisi hukum tersebut, misalnya sistem hukum di Scandinavia (Eropa Barat) yang terpisah, baik dari tradisi hukum *civil law*

maupun *common law*. Afrika Utara, Timur Tengah dan Asia lainnya dengan adanya "Hukum Islam", merupakan hukum yang berorientasi pada agama mempunyai pengaruh yang penting di negara-negara di dunia.

Di beberapa negara Asia dan Afrika, tradisi hukum adat yang merupakan hukum asli mereka seringkali terbatas pada wilayah yang relatif kecil atau terbatas pada kelompok kesukuan masih sering dijumpai.

Kebanyakan hukum adat telah mengalami kontak-kontak tertentu dengan *system* hukum utama dari daerah lainnya di dunia ini. Hal ini sering membawa akibat pada keadaan yang tidak stabil dari berlakunya beberapa *system* hukum, yang pada akhirnya tidak ada kejelasan atau kepastian. Misalnya di India, kombinasi khasnya dari hukum Hindu, hukum adat selain Hindu dan *common law* dari Inggris (kebanyakan hukum di Inggris ditulis secara sistematis) yang hal ini di Inggris sendiri tidak pernah dilakukan.

Di Jepang, pada periode awal memberlakukan tradisi hukum *civil law* dengan kodifikasinya dari Jerman, kemudian setelah perang dunia kedua berada di bawah pengaruh tradisi hukum *common law*, khususnya di bidang hukum publik. Baik tradisi hukum *common law* maupun *civil law* sejauh yang diberlakukan di Jepang, di berlakukan atas tradisi hukum yang terdahulu yang masih tetap mempunyai kekuatan berlaku, tetapi tetap bukan merupakan *civil law* maupun *common law*.

2.1. Perbandingan.

Tradisi *civil law* dapat ditelusuri sampai kepada hukum Romawi, yang berkembang sesuai dengan perkembangan wilayah kekaisaran Romawi. Bersamaan dengan disintegrasi dari kekaisaran Romawi, hukumnya pun hilang sifat universalnya. Dimanapun hukum Romawi diterapkan, hukum tersebut akan bercampur dengan kekaisaran setempat yang berbeda secara substansial di antara masing-masing daerah di Eropa. *Civil law* mendapat dasar-dasarnya yang modern di awal abad 19, yakni pada waktu *code-code* Perancis diciptakan oleh para ahli hukum Perancis, yang dipimpin langsung oleh Napoleon Bonaparte. Disisi lain, *common law* merupakan produk dari perkembangan konstitusi Inggris.

Perbedaan dasar dari *civil law* dengan *common law* terletak pada sumber dasar hukumnya. *Common law* menggunakan keputusan pengadilan sebelumnya sebagai sumber tertinggi dari suatu otoritas. Doktrin "*Stare Decisis*" (biarlah keputusan yang diterapkan), adalah esensi dari *common law*. Doktrin *stare decisis* tersebut menetapkan bahwa pengadilan-pengadilan mendasari hukumnya seperti yang sudah pernah diputuskan terhadap kasus-kasus sebelumnya oleh pengadilan tinggi, sejauh prinsip-prinsip yang diambil dari kasus-kasus tersebut dengan esensi logis dari suatu keputusan, adalah masuk akal, serta sesuai pula dengan keadaan-keadaan kontemporer. Pengadilan-pengadilan yang berbeda menerapkan *policy* umum tersebut dengan derajat keketatan yang berbeda. Misalnya : pengadilan-pengadilan di Inggris lebih ketat dan lebih bersemangat dalam menerapkan doktrin *stare decisis* daripada pengadilan-pengadilan di Amerika.

Pada pihak lain, *civil law* adalah berorientasi pada kitab undang-undang produk *legislative*, yakni perumusan ketentuan-ketentuan hukum yang komprehensif terhadap semua hukum dasar di negara yang bersangkutan. Jika suatu kasus diajukan ke pengadilan atau kepada pengacara, maka problem yang segera muncul adalah mendapatkan ketentuan yang layak dari undang-undang yang meliputi situasi dalam kasus tersebut, dan seterusnya menerapkan kepada kasus yang bersangkutan. Kasus-kasus pengadilan yang telah ditetapkan sebelumnya tidak sama sekali diabaikan hanya saja kasus-kasus tersebut tidak mempunyai kekuatan mengikat terhadap para hakim.

2.2. Kedudukan Undang-undang Dalam Yurisdiksi Common Law.

Common law berpegang pada undang-undang seperti juga pada putusan-putusan pengadilan. Untuk meningkatkan peranan dari undang-undang dan memperluas jangkauannya, sehingga undang-undang tersebut dapat mencakup problem-problem hukum dalam proporsi yang luas. Di Amerika, mereka menggabungkan beberapa undang-undang menjadi apa yang mereka namakan sebagai "*code*". Tambahan lagi, bagian-bagian tertentu dari hukum dikodifikasikan di seluruh yurisdiksi, sehingga muncullah seperti kodifikasi hukum pidana (*criminal code*), undang-undang tentang surat berharga, undang-undang tentang jual-beli. Akhir-akhir ini juga

ada kodifikasi hukum dagang yang meliputi spectrum hukum dagang dalam arti luas.

(a) Penafsiran Undang-undang;

Seperti di *civil law*, pengadilan-pengadilan *common law* mempunyai hak untuk menafsirkan undang-undang, tetapi ketentuan-ketentuan tentang Interpelasi undang-undang tersebut sangat kompleks dan sulit diterapkan. Di USA, *policy* umum adalah untuk berusaha menafsirkan undang-undang dengan berpegang pada "kehendak" dari pihak pembentuk undang-undang (*legislative*). Sebaliknya di Inggris, pengadilan-pengadilan telah sering berprinsip bahwa undang-undang harus dibaca tanpa rujukan kepada kehendak pembentuk undang-undang.

(b) Judicial Review:

Hak uji materiel adalah lebih populer dengan sebutan "*Judicial Review*". Pengadilan-pengadilan di USA, bersama-sama dengan pengadilan di Jerman Barat dan Australia, dapat bertindak lebih maju dari sekedar menafsirkan undang-undang. Mereka dapat menetapkan bahwa suatu undang-undang adalah tidak sah karena undang-undang tersebut bertentangan dengan konstitusi tertulis mereka. Hak menguji materiel terhadap suatu produk *legislative* adalah sesuatu yang asing bagi kebanyakan negara *civil law*. Konsekuensinya, pembentuk undang-undang membuat keputusan terakhir terhadap konstitusional atau inkonstitusional suatu produk *legislative*. Jerman Barat adalah suatu kekecualan, dan Brasil, Burma serta Jepang juga mempunyai hak uji materiel sampai batas-batas tertentu. Sejak tahun 1958, Perancis mempunyai Badan Konstitusi, dengan kewenangan seperti hak uji materiel, walaupun badan tersebut sebenarnya bukan merupakan bagian dari system hukum Perancis. Inggris tidak mempunyai konstitusi tertulis, tetapi bentuk pemerintahannya merupakan campuran dari kebiasaan dan undang-undang kuno, yang merupakan konstitusi tidak tertulis mereka dan ini tidak kurang pastinya dari suatu konstitusi tertulis. Faktor yang merupakan arahan dari Pemerintah Inggris adalah system kabinetnya yang murni berasal dari hukum kebiasaannya dan tidak bergantung pada otoritas perundang-undangan. Keterbatasan-keterbatasan terhadap pemerintah adalah unsur penting dari system Pemerintah Inggris, dan salah

satu bagian dari konstitusi tertulis di USA, yang disebut "*Bill of Right*", juga mempunyai kesamaan-kesamaan dan banyak segi dengan Inggris.

Hakim-hakim Inggris beranggapan bahwa tidak ada pengadilan di Inggris yang dapat menetapkan bahwa suatu undang-undang batal dengan alasan bahwa undang-undang tersebut tidak konstitusional. Hal tersebut tidak berarti pengadilan-pengadilan Inggris tidak dapat melaksanakan kontrol terhadap undang-undang. Melalui perangkat interpretasi misalnya, apakah dalam civil law maupun dalam common law setiap pengadilan dapat searah dengan prinsip-prinsip yang umum diterima dan bahkan seringkali mengebiri undang-undang tersebut.

(c) Common Law dan Equity.

Sebutan *common law* digunakan juga untuk membedakan suatu bagian dari hukum Anglo Amerika dengan bagian lainnya yang disebut "*Equity*".

Selama berabad-abad, system hukum Inggris telah mempunyai dua tipe pengadilan, yang keberadaannya saling berdampingan. Yang lebih tua dikenal dengan Pengadilan *common law*. Kelompok pengadilan yang lain, termasuk pengadilan *Chancery* dan *Star Chamber* mengembangkan prinsip-prinsip hukum yang sekarang dikenal dengan *Equity*.

Pada dasarnya, pengadilan-pengadilan yang menerapkan prinsip-prinsip *equity* bertindak jika pengadilan-pengadilan *common law* tidak mau bertindak atau jika pengadilan-pengadilan *common law* tersebut sangat kaku dan sangat teknis, sehingga menimbulkan hal-hal yang tidak adil. Hasil akhir dari aktivitas pengadilan-pengadilan *equity* adalah terciptanya seperangkat prinsip-prinsip hukum untuk diterapkan jika *common law* tidak menyediakan ganti rugi (*remedy*) yang layak terhadap kesalahan-kesalahan tertentu. Masih merupakan teori yang mendasar, bahwa seseorang tidak dapat mempunyai ganti rugi secara *equity* kalau terdapat ganti rugi yang layak menurut *common law*.

Equity mempunyai aspek-aspek substantif maupun prosedural. Misalnya sebuah pertanyaan muncul dari penerapan sebuah "*TRUST*" yaitu suatu pengaturan dengan mana seseorang atau badan hukum dipercaya untuk mengurus

sesuatu harta kekayaan untuk kepentingan pihak lain. Hal ini merupakan bagian yang diatur oleh *equity*. Sebab suatu Pengadilan *Chancery* tempo dulu yang mengembangkan hukum tentang *Trust*, dan pada waktu itu, pengadilan-pengadilan *common law* tidak memberlakukannya.

Beberapa yurisdiksi di USA, misalnya yurisdiksi Federal dan New York, telah menghapuskan perbedaan antara pengadilan *common law* dengan pengadilan *equity* dan kedua jenis pengadilan tersebut digabung ke dalam satu jenis pengadilan saja. Beberapa yurisdiksi di New Jersey masih sepenuhnya memisahkan antara pengadilan *common law* dengan pengadilan *equity*. Di yurisdiksi lain seperti Pennsylvania, seorang hakim duduk secara alternatif sebagai hakim *common law* dan hakim *equity*.

Perbedaan antara *common law* dengan *equity* sebenarnya sudah ketinggalan zaman, tetapi bahkan di tempat di mana pengadilan *common law* dan *equity* sudah bersatu, prinsip-prinsip hukum dari masing-masing tetap dipisahkan. Alasannya, semua jaminan dari konstitusi USA terhadap pengadilan oleh juri untuk kasus-kasus perdata, adalah hanya terhadap kasus-kasus dalam jangkauan prinsip-prinsip *common law*. Juri tidak dipergunakan oleh Pengadilan *Chancery* dahulu di Inggris, dan sekarang tidak digunakan terhadap kasus-kasus *equity*. Baik penghapusan sistem juri terhadap kasus-kasus perdata, maupun perluasan jangkauan juri terhadap kasus-kasus *equity* diperlukan agar pemisahan antara dua langkah tersebut akan terjadi minimal dalam kurun waktu di masa depan.

2.3. Doktrin Precedent

(a) Pengertian:

Hukum Anglo - Amerika (*common law*) menerapkan doktrin *precedent* yaitu doktrin yang sudah ada sejak tempo dulu, yang mengajarkan bahwa kasus-kasus sekarang harus diputus dengan cara yang sama dengan yang telah diputuskan di masa lalu. Nama lain dari doktrin *precedent* adalah "*Stare Decisis*" (*Stare decisis et non quita movera*);

(b) Efisiensi :

Precedent menolong para hakim melaksanakan tugasnya secara lebih efisien daripada jika setiap isu yang tidak jelas dilingkupi oleh undang-undang, diproses dari permulaan pada setiap kasus. Keputusan-keputusan terdahulu menyediakan rujukan yang cepat kepada keputusan-keputusan pengadilan mengenai problem-problem dewasa ini.

(c) Daya Penafsiran;

Berpegang pengadilan kepada keputusan-keputusan terdahulu akan menolong terciptanya litigasi dari setiap problem secara lebih predictable. Misalnya : seorang konsultan hukum merancang sebuah kontrak, maka dia akan meyakini bahwa kemungkinan besar keputusan sebelumnya tentang klausula ganti rugi dengan jumlah yang pasti (liquidated damage clause) akan diikuti, sehingga ia akan menempatkan klausula tersebut dalam kontrak yang akan dibuatnya. Predictability akan mengurangi risiko yang berhubungan dengan berbagai macam aktivitas hidup yang mungkin berakhir di pengadilan. Pengurangan risiko tersebut akan membuat berfungsinya masyarakat secara lebih efisien dan karenanya sesuai tujuan akan mudah dicapai. Predictability juga akan mengurangi jumlah litigasi. Jika timbul problem, perkara akan cenderung berkurang seandainya para pihak tahu bagaimana agaknya hasil dari litigasi yang bersangkutan. Hal ini akan mendorong terciptanya perdamaian yang akan menahan sesuatu kasus tetap berada di luar pengadilan, sehingga dapat menghemat sumber daya social yang sangat berharga itu.

(d) Unifikasi.

Dengan perlakuan yang sama terhadap para pihak bersengketa yang mempunyai problem serupa, *doktrin stare decisis* akan menjamin pelayanan yang adil, tidak membedakan para pihak yang bersengketa.



L A M P I R A N

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 5 TAHUN 1999
TENTANG
LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN
PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT
DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang:
- a. bahwa pembangunan bidang ekonomi harus diarahkan kepada terwujudnya kesejahteraan rakyat berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
 - b. bahwa demokrasi dalam bidang ekonomi menghendaki adanya kesempatan yang sama bagi setiap warga negara untuk berpartisipasi di dalam proses produksi dan pemasaran barang dan atau jasa, dalam iklim usaha yang sehat, efektif, dan efisien sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan bekerjanya ekonomi pasar yang wajar;
 - c. bahwa setiap orang yang berusaha di Indonesia harus berada dalam situasi persaingan yang sehat dan wajar, sehingga tidak menimbulkan adanya pemusatan kekuatan ekonomi pada pelaku usaha tertentu, dengan tidak terlepas dari

kesepa-katan yang telah dilaksanakan oleh negara Republik Indonesia terhadap perjanjian-perjanjian internasional;

- d. bahwa untuk mewujudkan seba-gaimana yang dimaksud dalam huruf a, huruf b, dan huruf c, atas usul inisiatif Dewan Perwakilan Rakyat perlu disusun Undang- Undang tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tdak Sehat;

Mengingat : Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 27 ayat (2), dan Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945;

Dengan persetujuan

DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA

MEMUTUSKAN:

Menetapkan: UNDANG-UNDANGTENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam undang-undang ini yang dimaksud dengan:

1. Monopoli adalah penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha.
2. 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 dapat merugikan kepentingan umum.
3. Pemusatan kekuatan ekonomi adalah pengua-saan yang nyata atas suatu pasar bersangkutan oleh satu atau lebih pelaku usaha sehingga dapat menentukan harga barang dan atau jasa.

4. Posisi dominan 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.

5. Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.

6. Persaingan usaha tidak sehat adalah persaing-an antarpelaku 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.

7. Perjanjian adalah suatu perbuatan satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikatkan diri terhadap satu atau lebih pelaku usaha lain dengan nama apa pun, baik tertulis maupun tidak tertulis.

8. Persekongkolan atau konspirasi usaha adalah bentuk kerja sama yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan pelaku usaha lain dengan mak-sud untuk menguasai pasar bersangkutan bagi kepentingan pelaku usaha yang bersekongkol.

9. Pasar adalah lembaga ekonomi di mana para pembeli dan penjual baik secara langsung maupun tidak langsung dapat melakukan transaksi perdagangan barang dan atau jasa.

10. Pasar bersangkutan adalah pasar yang berkait-an dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu oleh pelaku usaha atas barang dan atau jasa yang sama atau sejenis atau substitusi dari barang dan atau jasa tersebut.

11. Struktur pasar adalah keadaan pasar yang memberikan petunjuk tentang aspek-aspek yang memiliki pengaruh penting terhadap perilaku pelaku usaha dan kinerja pasar, antara lain

jumlah penjual dan pembeli hambatan masuk dan keluar pasar, keragaman produk, sistem distribusi, dan penguasaan pangsa pasar.

12. Perilaku pasar adalah tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam kapasitasnya sebagai pemasok atau pembeli barang dan atau jasa untuk mencapai tujuan perusahaan, antara lain pencapaian laba, pertumbuhan aset, target penjualan, dan metode persaingan yang digunakan.
13. Pangsa pasar adalah persentase nilai jual atau beli barang atau jasa tertentu yang dikuasai oleh pelaku usaha pada pasar bersangkutan dalam tahun kalender tertentu.
14. Harga pasar adalah harga yang dibayar dalam transaksi barang dan atau jasa sesuai kesepakatan antara para pihak di pasar bersangkutan.
15. Konsumen adalah setiap pemakai dan atau pengguna barang dan atau jasa baik untuk kepentingan diri sendiri maupun untuk kepentingan pihak lain.
16. Barang adalah setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha.
17. Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang diperdagangkan dalam masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha.
18. Komisi Pengawas Persaingan Usaha adalah komisi yang dibentuk untuk mengawasi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya agar tidak melakukan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
19. Pengadilan Negeri adalah pengadilan, sebagai mana dimaksud dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku, di tempat kedudukan hukum usaha pelaku usaha.

BAB II ASAS DAN TUJUAN

Pasal 2

Pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum.

Pasal 3

Tujuan pembentukan undang-undang ini adalah untuk:

- a. menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- b. mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil;
- c. mencegah praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha; dan
- d. terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

BAB III PERJANJIAN YANG DILARANG

Bagian Pertama

Oligopoli

Pasal 4

- (1) 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.
- (2) Pelaku usaha patut diduga atau dianggap secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan atau pemasaran barang

dan atau jasa, sebagaimana dimaksud 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.

Bagian Kedua

Penetapan Harga

Pasal 5

- (1) 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.
- (2) Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) tidak berlaku bagi:
 - a. suatu perjanjian yang dibuat dalam suatu usaha patungan; atau
 - b. suatu perjanjian yang didasarkan undang-undang yang berlaku.

Pasal 6

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.

Pasal 7

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.

Pasal 8

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.

Bagian Ketiga

Pembagian Wilayah

Pasal 9

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.

Bagian Keempat

Pemboikotan

Pasal 10

- (1) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian, dengan pelaku usaha pesaingnya, yang dapat menghalangi pelaku usaha lain untuk melakukan usaha yang sama, baik untuk tujuan pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri.
- (2) 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
 - b. membatasi pelaku usaha lain dalam menjual atau membeli setiap barang dan atau jasa dari pasar bersangkutan.

Bagian Kelima

Kartel

Pasal 11

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian, dengan pelaku usaha pesaingnya, yang bermaksud untuk mempengaruhi harga dengan mengatur produksi dan atau pemasaran suatu barang dan atau jasa, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Bagian Keenam

Trust

Pasal 12

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk melakukan kerja sama 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 alas barang dan atau jasa, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Bagian Ketujuh

Oligopsoni

Pasal 13

- (1) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang bertujuan untuk secara 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.
- (2) 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.

Bagian Kedelapan

Integrasi Vertikal

Pasal 14

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.

Bagian Kesembilan

Perjanjian Tertutup

Pasal 15

- (1) 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.
- (2) 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.
- (3) 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 pelaku 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.

Bagian Kesepuluh

Perjanjian dengan Pihak Luar Negeri

Pasal 16

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.

BAB IV
KEGIATAN YANG DILARANG

Bagian Pertama

Monopoli

Pasal 17

- (1) 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.
- (2) 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
 - 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.

Bagian Kedua

Monopsoni

Pasal 18

- (1) Pelaku usaha dilarang menguasai penerimaan pasokan atau menjadi pembeli tunggal atas barang dan atau jasa dalam pasar bersangkutan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
- (2) Pelaku usaha patut diduga atau dianggap menguasai penerimaan pasokan atau menjadi pembeli tunggal sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) apabila satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dan 50% (lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

Bagian Ketiga

Penguasaan Pasar

Pasal 19

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 bersangkutan atau
- b. menghalangi konsumen atau pelanggan pelaku usaha pesaingnya untuk tidak melakukan hubungan usaha dengan pelaku usaha pesaingnya itu atau
- c. membatasi peredaran dan atau penjualan barang dan atau jasa pada pasar bersangkutan, atau
- d. melakukan praktek diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu.

Pasal 20

Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Pasal 21

Pelaku usaha dilarang melakukan kecurangan dalam menetapkan biaya produksi dan biaya lainnya yang menjadi bagian dari komponen harga barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.

Bagian Keempat

Persekongkolan

Pasal 22

Pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk mengatur dan atau menentukan pemenang tender sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.

Pasal 23

Pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk mendapatkan informasi kegiatan usaha pesaingnya yang diklasifikasikan sebagai rahasia perusahaan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.

Pasal 24

Pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk menghambat produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa pelaku usaha pesaingnya dengan maksud agar barang dan atau jasa yang ditawarkan atau dipasok di pasar bersangkutan menjadi berkurang baik dari jumlah, kualitas, maupun ketepatan waktu yang dipersyaratkan.

BAB V

POSISI DOMINAN

Bagian Pertama

Umum

Pasal 25

- (1) 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.
- (2) Pelaku usaha memiliki posisi dominan sebagai-mana dimaksud ayat (1) apabila:
 - a. satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai 50% (lima puluh persen) atau lebih pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu; atau
 - b. dua atau tiga pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai 75% (tujuh puluh lima persen) atau lebih pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

Bagian Kedua

Jabatan Rangkap

Pasal 26

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.

Bagian Ketiga

Pemilik Saham

Pasal 27

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:

- 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.

Bagian Keempat

Penggabungan, Peleburan, dan Pengambilalihan

Pasal 28

- (1) Pelaku usaha dilarang melakukan penggabungan atau peleburan

badan usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

- (2) Pelaku usaha dilarang melakukan pengambilalihan saham perusahaan lain apabila tindakan tersebut dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai penggabungan atau peleburan badan usaha yang dilarang sebagaimana dimaksud ayat (1), dan ketentuan mengenai pengambilalihan saham perusahaan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2), diatur dalam Peraturan Pemerintah.

Pasal 29

- (1) Penggabungan atau peleburan badan usaha, atau pengambilalihan saham sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 yang berakibat nilai aset dan atau nilai penjualannya melebihi jumlah tertentu, wajib diberitahukan kepada Komisi, selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari sejak tanggal penggabungan, peleburan atau pengambilalihan tersebut.
- (2) Ketentuan tentang penetapan nilai aset dan atau nilai penjualan serta tata cara pemberitahuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), diatur dalam Peraturan Pemerintah.

BAB VI

KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA

Bagian Pertama

Status

Pasal 30

- (1) Untuk mengawasi pelaksanaan undang-undang ini dibentuk Komisi Pengawas Persaingan Usaha yang selanjutnya disebut Komisi.
- (2) Komisi adalah suatu lembaga independen yang terlepas dari pengaruh dan kekuasaan Pemerintah serta pihak lain.
- (3) Komisi bertanggung jawab kepada Presiden.

Bagian Kedua

Keanggotaan

Pasal 31

- (1) Komisi terdiri atas seorang Ketua merangkap anggota, seorang Wakil Ketua merangkap anggota, dan sekurang-kurangnya 7 (tujuh) orang anggota.
- (2) Anggota Komisi diangkat dan diberhentikan oleh Presiden atas persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat.
- (3) Masa jabatan anggota Komisi adalah 5 (lima) tahun dan dapat diangkat kembali untuk 1 (satu) kali masa jabatan berikutnya.
- (4) Apabila karena berakhimya masa jabatan akan terjadi kekosongan dalam keanggotaan Komisi, maka masa jabatan anggota dapat diperpanjang sampai pengangkatan anggota baru.

Pasal 32

Persyaratan keanggotaan Komisi adalah:

- a. warga negara Republik Indonesia, berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun dan setinggi-tingginya 60 (enam puluh) tahun pada saat pengangkatan;
- b. setia kepada Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
- c. beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa;
- d. jujur, adil, dan berkelakuan baik;
- e. bertempat tinggal di wilayah negara Republik Indonesia;
- f. berpengalaman dalam bidang usaha atau mempunyai pengetahuan dan keahlian di bidang hukum dan atau ekonomi;
- g. tidak pernah dipidana;
- h. tidak pernah dinyatakan pailit oleh pengadilan; dan
- i. tidak terafiliasi dengan suatu badan usaha.

Pasal 33

Keanggotaan Komisi berhenti, karena:

- a. meninggal dunia;
- b. mengundurkan diri atas permintaan sendiri;

- c. bertempat tinggal di luar wilayah negara Republik Indonesia;
- d. sakit jasmani atau rohani terus menerus;
- e. berakhirnya masa jabatan keanggotaan Komisi; atau
- f. diberhentikan.

Pasal 34

- (1) Pembentukan Komisi serta susunan organisasi, tugas, dan fungsinya ditetapkan dengan Keputusan Presiden.
- (2) Untuk kelancaran pelaksanaan tugas, Komisi dibantu oleh sekretariat.
- (3) Komisi dapat membentuk kelompok kerja.
- (4) Ketentuan mengenai susunan organisasi, tugas, dan fungsi sekretariat dan kelompok kerja diatur lebih lanjut dengan keputusan Komisi.

Bagian Ketiga

Tugas

Pasal 35

Tugas Komisi meliputi:

- a. melakukan penilaian terhadap perjanjian yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 16;
- b. melakukan penilaian terhadap kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 17 sampai dengan Pasal 24;
- c. melakukan penilaian terhadap ada atau tidak adanya penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 25 sampai dengan Pasal 28;
- d. mengambil tindakan sesuai dengan wewenang Komisi sebagaimana diatur dalam Pasal 36;
- e. memberikan saran dan pertimbangan terhadap kebijakan

Pemerintah yang berkaitan dengan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;

- f. menyusun pedoman dan atau publikasi yang berkaitan dengan undang-undang ini;
- g. memberikan laporan secara berkala atas hasil kerja Komisi kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat.

Bagian Keempat

Wewenang

Pasal 36

Wewenang Komisi meliputi:

- a. menerima laporan dan masyarakat dan atau dari pelaku usaha tentang dugaan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
- b. melakukan penelitian tentang dugaan adanya kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
- c. melakukan penyelidikan dan atau pemeriksaan terhadap kasus dugaan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang dilaporkan oleh masyarakat atau oleh pelaku usaha atau yang ditemukan oleh Komisi sebagai hasil dari penelitiannya;
- d. menyimpulkan hasil penyelidikan dan atau pemeriksaan tentang ada atau tidak adanya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
- e. memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap ketentuan undang-undang ini;
- f. memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli, dan setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap ketentuan undang-undang ini;
- g. meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud huruf e dan huruf f, yang tidak bersedia memenuhi panggilan Komisi;

- h. meminta keterangan dari instansi Pemerintah dalam kaitannya dengan penyelidikan dan atau pemeriksaan terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini;
- i. mendapatkan, meneliti, dan atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan atau pemeriksaan;
- j. memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak pelaku usaha lain atau masyarakat;
- k. memberitahukan putusan Komisi kepada pelaku usaha yang diduga melakukan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
- l. menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini.

Bagian Kelima

Pembiayaan

Pasal 37

Biaya untuk pelaksanaan tugas Komisi dibebankan kepada Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan atau sumber-sumber lain yang diperbolehkan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku.

BAB VII

TATA CARA PENANGANAN PERKARA

Pasal 38

- (1) Setiap orang yang mengetahui telah terjadi atau patut diduga telah terjadi pelanggaran terhadap undang-undang ini dapat melaporkan secara tertulis kepada Komisi dengan keterangan yang jelas tentang telah terjadinya pelanggaran, dengan menyertakan identitas pelapor.
- (2) Pihak yang dirugikan sebagai akibat terjadinya pelanggaran terhadap undang-undang ini dapat melaporkan secara tertulis kepada Komisi dengan keterangan yang lengkap dan jelas tentang telah terjadinya pelanggaran serta kerugian yang ditimbulkan, dengan menyertakan identitas pelapor.

- (3) Identitas pelapor sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) wajib dirahasiakan oleh Komisi.
- (4) Tata cara penyampaian laporan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dan ayat (2) diatur lebih lanjut oleh Komisi.

Pasal 39

- (1) Berdasarkan laporan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 38 ayat (1) dan ayat (2), Komisi wajib melakukan pemeriksaan pendahuluan dan dalam waktu selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari setelah menerima laporan, Komisi wajib menetapkan perlu atau tidaknya dilakukan pemeriksaan lanjutan.
- (2) Dalam pemeriksaan lanjutan, Komisi wajib melakukan pemeriksaan terhadap pelaku usaha yang dilaporkan.
- (3) Komisi wajib menjaga kerahasiaan informasi yang diperoleh dari pelaku usaha yang dikategorikan sebagai rahasia perusahaan.
- (4) Apabila dipandang perlu Komisi dapat meminta keterangan saksi-saksi ahli, dan atau pihak lain.
- (5) Dalam melakukan kegiatan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dan ayat (4), anggota Komisi dilengkapi dengan surat tugas.

Pasal 40

- (1) Komisi dapat melakukan pemeriksaan terhadap pelaku usaha apabila ada dugaan terjadi pelanggaran undang-undang ini walaupun tanpa adanya laporan.
- (2) Pemeriksaan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilaksanakan sesuai dengan tata cara sebagaimana diatur dalam Pasal 39.

Pasal 41

- (1) Pelaku usaha dan atau pihak lain yang diperiksa wajib menyerahkan alat bukti yang diperlukan dalam penyelidikan dan atau pemeriksaan.
- (2) Pelaku usaha dilarang menolak diperiksa, menolak memberikan informasi yang diperlukan dalam penyelidikan dan atau pemeriksaan, atau menghambat proses penyelidikan dan atau pemeriksaan.

- (3) Pelanggaran terhadap ketentuan ayat (2), oleh Komisi diserahkan kepada penyidik untuk dilakukan penyidikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Pasal 42

Alat-alat bukti pemeriksaan Komisi berupa:

- a. keterangan saksi;
- b. keterangan ahli;
- c. surat dan atau dokumen;
- d. petunjuk;
- e. keterangan pelaku usaha.

Pasal 43

- (1) Komisi wajib menyelesaikan pemeriksaan lanjutan selambat-lambatnya 60 (enam puluh) hari sejak dilakukan pemeriksaan lanjutan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 39 ayat (1).
- (2) Bilamana diperlukan, jangka waktu pemeriksaan lanjutan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat diperpanjang paling lama 30 (tiga puluh) hari.
- (3) Komisi wajib memutuskan telah terjadi atau tidak terjadi pelanggaran terhadap undang-undang ini selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak selesainya pemeriksaan lanjutan sebgal-mana dimaksud dalam ayat (1) atau ayat (2).
- (4) Putusan Komisi sebagaimana dimaksud dalam ayat (3) harus dibacakan dalam suatu sidang yang dinyatakan terbuka untuk umum dan segera diberitahukan kepada pelaku usaha.

Pasal 44

- (1) Dalam waktu 30 (tiga puluh) hari sejak pelaku usaha menerima pemberitahuan putusan Komisi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 43 ayat (4), pelaku usaha wajib melaksanakan putusan tersebut dan menyampaikan laporan pelaksanaannya kepada Komisi.
- (2) Pelaku usaha dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri selambat-lambatnya 14 (empat belas) hari setelah menerima pemberitahuan putusan tersebut.

- (3) Pelaku usaha yang tidak mengajukan keberatan dalam jangka waktu sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dianggap menerima putusan Komisi.
- (4) Apabila ketentuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dan ayat (2) tidak dijalankan oleh pelaku usaha, Komisi menyerahkan putusan tersebut kepada penyidik untuk dilakukan penyidikan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (5) Putusan Komisi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 43 ayat (4) merupakan bukti permulaan yang cukup bagi penyidik untuk melakukan penyidikan.

Pasal 45

- (1) Pengadilan Negeri harus memeriksa keberatan pelaku usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 44 ayat (2), dalam waktu 14 (empat belas) hari sejak diterimanya keberatan tersebut.
- (2) Pengadilan Negeri harus memberikan putusan dalam waktu 30 (tiga puluh) hari sejak dimulainya pemeriksaan keberatan tersebut.
- (3) Pihak yang keberatan terhadap putusan Pengadilan Negeri sebagaimana dimaksud dalam ayat (2), dalam waktu 14 (empat belas) hari dapat mengajukan kasasi kepada Mahkamah Agung Republik Indonesia.
- (4) Mahkamah Agung harus memberikan putusan dalam waktu 30 (tiga puluh) hari sejak permohonan kasasi diterima.

Pasal 46

- (1) Apabila tidak terdapat keberatan, putusan Komisi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 43 ayat (3) telah mempunyai kekuatan hukum yang tetap.
- (2) Putusan Komisi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dimintakan penetapan eksekusi kepada Pengadilan Negeri.

BAB VIII
SANKSI
Bagian Pertama
Tindakan Administratif
Pasal 47

- (1) Komisi berwenang menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini.
- (2) Tindakan administratif sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat berupa:
 - a. penetapan pembatalan perjanjian sebagai-mana dimaksud dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 13, Pasal 15, dan Pasal 16; dan atau
 - b. perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan integrasi vertikal sebagai-mana dimaksud dalam Pasal 14; dan atau
 - c. perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan kegiatan yang terbukti menimbulkan praktek monopoli dan atau menyebabkan persaingan usaha tidak sehat dan atau merugikan masyarakat; dan atau
 - d. perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan penyalahgunaan posisi dominan; dan atau
 - e. penetapan pembatalan atas penggabungan atau peleburan badan usaha dan peng-ambilalihan saham sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28; dan atau
 - f. penetapan pembayaran ganti rugi; dan atau
 - g. pengenaan denda serendah-rendahnya Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah).

Bagian Kedua
Pidana Pokok

Pasal 48

- (1) Pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 4, Pasal 9 sampai dengan Pasal 14, Pasal 16 sampai dengan Pasal 19, Pasal 25, Pasal 27, dan Pasal 28 diancam pidana denda serendah-rendahnya Rp 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 100.000.000.000,00 (seratus miliar rupiah), atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 6 (enam) bulan.
- (2) Pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 5 sampai dengan Pasal 8, Pasal 15, Pasal 20 sampai dengan Pasal 24, dan Pasal 26 undang-undang ini diancam pidana denda serendah-rendahnya Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah), atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 5 (lima) bulan.
- (3) Pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 41 undang-undang ini diancam pidana denda serendah-rendahnya Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah), atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 3 (tiga) bulan.

Bagian Ketiga
Pidana Tambahan

Pasal 49

Dengan menunjuk ketentuan Pasal 10 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, terhadap pidana sebagai-mana diatur dalam Pasal 48 dapat dijatuhkan pidana tambahan berupa:

- a. pencabutan izin usaha; atau
- b. larangan kepada pelaku usaha yang telah terbukti melakukan pelanggaran terhadap undang-undang ini untuk menduduki jabatan direksi atau komisaris sekurang-kurangnya 2 (dua) tahun dan selama-lamanya 5 (lima) tahun; atau
- c. penghentian kegiatan atau tindakan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian pada pihak lain.

BAB IX KETENTUAN LAIN

Pasal 50

Yang dikecualikan dan ketentuan undang-undang ini adalah:

- a. perbuatan dan atau perjanjian yang bertujuan melaksanakan peraturan perundang-undangan yang berlaku; atau
- b. perjanjian yang berkaitan dengan hak atas kekayaan intelektual seperti lisensi, paten, merek dagang, hak cipta, desain produk industri, rangkaian elektronik terpadu, dan rahasia dagang, serta perjanjian yang berkaitan dengan waralaba; atau
- c. perjanjian penetapan standar teknis produk barang dan atau jasa yang tidak mengekang dan atau menghalangi persaingan; atau
- d. perjanjian dalam rangka keagenan yang isinya tidak memuat ketentuan untuk memasok kembali barang dan atau jasa dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan; atau
- e. perjanjian kerja sama penelitian untuk peningkatan atau perbaikan standar hidup masyarakat luas; atau
- f. perjanjian Internasional yang telah diratifikasi oleh Pemerintah Republik Indonesia; atau
- g. perjanjian dan atau perbuatan yang bertujuan untuk ekspor yang tidak mengganggu kebutuhan dan atau pasokan pasar dalam negeri; atau
- h. pelaku usaha yang tergolong dalam usaha kecil; atau
- i. kegiatan usaha koperasi yang secara khusus bertujuan untuk melayani anggotanya.

Pasal 51

Monopoli dan atau pemusatan kegiatan yang berkaitan dengan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang menguasai hajat hidup orang banyak serta cabang-cabang produksi yang penting bagi negara diatur dengan undang-undang dan diselenggarakan oleh Badan Usaha Milik Negara dan atau badan atau lembaga yang dibentuk atau ditunjuk oleh Pemerintah.

BAB X KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 52

- (1) Sejak berlakunya undang-undang ini, semua peraturan perundang-undangan yang mengatur atau berkaitan dengan praktek monopoli dan atau persaingan usaha dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan atau belum diganti dengan yang baru berdasarkan undang-undang ini.
- (2) Pelaku usaha yang telah membuat perjanjian dan atau melakukan kegiatan dan atau tindakan yang tidak sesuai dengan ketentuan undang-undang ini diberi waktu 6 (enam) bulan sejak undang-undang ini diberlakukan untuk melakukan penyesuaian.

BAB XI KETENTUAN PENUTUP

Pasal 53

Undang-undang ini mulai berlaku terhitung 1 (satu) tahun sejak tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan undang-undang ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Disahkan di Jakarta

pada tanggal 5 Maret 1999

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

ttd.

BACHARUDDIN JUSUF HABIBIE

Diundangkan di Jakarta
pada tanggal 5 Maret 1999

MENTERI NEGARA SEKRETARIS NEGARA
REPUBLIK INDONESIA

ttd.

AKBAR TANDJUNG

LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA
TAHUN 1999 NOMOR 33

Salinan sesuai dengan aslinya
SEKRETARIAT KABINET RI
Kepala Biro Peraturan
Perundang-undangan
Lamboek V. Nahattands.

**PENJELASAN
ATAS
UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 5 TAHUN 1999
TENTANG
LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN
USAHA TIDAK SEHAT**

UMUM

Pembangunan ekonomi pada Pembangunan Jangka Panjang Pertama telah menghasilkan banyak kemajuan, antara lain dengan meningkatnya kesejahteraan rakyat. Kemajuan pembangunan yang telah dicapai di atas, didorong oleh kebijakan pembangunan di berbagai bidang, termasuk kebijakan pembangunan bidang ekonomi yang tertuang dalam Garis-Garis Besar Haluan Negara dan Rencana Pembangunan Lima Tahunan, serta berbagai kebijakan ekonomi lainnya.

Meskipun telah banyak kemajuan yang dicapai selama Pembangunan Jangka Panjang Pertama, yang ditunjukkan oleh pertumbuhan ekonomi yang tinggi, tetapi masih banyak pula tantangan atau persoalan, khususnya dalam pembangunan ekonomi yang belum terpecahkan, seiring dengan adanya kecenderungan globalisasi perekonomian serta dinamika dan perkembangan usaha swasta sejak awal tahun 1990-an.

Peluang-peluang usaha yang tercipta selama tiga dasawarsa yang lalu dalam kenyataannya belum membuat seluruh masyarakat mampu dan dapat berpartisipasi dalam pembangunan di berbagai sektor ekonomi. Perkembangan usaha swasta selama periode tersebut, di satu sisi diwarnai oleh berbagai bentuk kebijakan Pemerintah yang kurang tepat sehingga pasar menjadi terdistorsi. Di sisi lain, perkembangan usaha swasta dalam kenyataannya sebagian besar merupakan perwujudan dari kondisi persaingan usaha yang tidak sehat.

Fenomena di atas telah berkembang dan didukung oleh adanya hubungan yang terkait antara pengambil keputusan dengan para pelaku usaha, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga lebih memperburuk keadaan. Penyelenggaraan ekonomi nasional kurang mengacu kepada amanat Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945, serta cenderung menunjukkan corak yang sangat monopolistik.

Para pengusaha yang dekat dengan elit kekuasaan mendapatkan kemudahan-kemudahan yang berlebihan sehingga berdampak kepada kesenjangan sosial. Munculnya konglomerasi dan sekelompok kecil pengusaha kuat yang tidak didukung oleh semangat kewirausahaan sejati merupakan salah satu faktor yang mengakibatkan ketahanan ekonomi menjadi sangat rapuh dan tidak mampu bersaing.

Memperhatikan situasi dan kondisi tersebut di atas, menuntut kita untuk mencermati dan menata kembali kegiatan usaha di Indonesia, agar dunia usaha dapat tumbuh serta berkembang secara sehat dan benar, sehingga tercipta iklim persaingan usaha yang sehat, serta terhindarnya pemusatan kekuatan ekonomi pada perorangan atau kelompok tertentu, antara lain dalam bentuk praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang merugikan masyarakat, yang bertentangan dengan cita-cita keadilan sosial.

Oleh karena itu, perlu disusun Undang-Undang tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang dimaksudkan untuk menegakkan aturan hukum dan memberikan perlindungan yang sama bagi setiap pelaku usaha di dalam upaya untuk menciptakan persaingan usaha yang sehat.

Undang-undang ini memberikan jaminan kepastian hukum untuk lebih mendorong percepatan pembangunan ekonomi dalam upaya meningkatkan kesejahteraan umum, serta sebagai implementasi dari semangat dan jiwa Undang-Undang Dasar 1945.

Agar implementasi undang-undang ini serta peraturan pelaksanaannya dapat berjalan efektif sesuai asas dan tujuannya, maka perlu dibentuk Komisi Pengawas Persaingan Usaha, yaitu lembaga independen yang terlepas dari pengaruh pemerintah dan pihak lain, yang berwenang melakukan pengawasan persaingan usaha dan menjatuhkan sanksi. Sanksi tersebut berupa tindakan administratif, sedangkan sanksi pidana adalah wewenang pengadilan.

Secara umum, materi dari Undang-Undang tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat ini mengandung 6 (enam) bagian pengaturan yang terdiri dari:

1. perjanjian yang dilarang;
2. kegiatan yang dilarang;
3. posisi dominan;
4. Komisi Pengawas Persaingan Usaha;
5. penegakan hukum;
6. ketentuan lain-lain.

Undang-undang ini disusun berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945, serta berasaskan kepada demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum dengan tujuan untuk menjaga kepentingan umum dan melindungi konsumen; menumbuhkan iklim usaha yang kondusif melalui terciptanya persaingan usaha yang sehat, dan menjamin kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi setiap orang; mencegah praktek-praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan pelaku usaha; serta menciptakan efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha dalam rangka meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat.

PASAL DEMI PASAL

Pasal 1

Angka 1

Cukup jelas.

Angka 2

Cukup jelas.

Angka 3

Cukup jelas.

Angka 4

Cukup jelas.

Angka 5

Cukup jelas.

Angka 6

Cukup jelas.

Angka 7

Cukup jelas.

Angka 8

Cukup jelas.

Angka 9

Cukup jelas.

Angka 10

Cukup jelas.

Angka 11

Cukup jelas.

Angka 12

Cukup jelas.

Angka 13

Cukup jelas.

Angka 14

Cukup jelas.

Angka 15

Cukup jelas.

Angka 16

Cukup jelas.

Angka 17

Cukup jelas.

Angka 18

Cukup jelas.

Angka 19

Cukup jelas.

Pasal 2

Cukup jelas.

Pasal 3

Cukup jelas.

Pasal 4

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 5

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 6

Cukup jelas.

Pasal 7

Cukup jelas.

Pasal 8

Cukup jelas.

Pasal 9

Perjanjian dapat bersifat vertikal atau horisontal. Perjanjian ini dilarang karena pelaku usaha meniadakan atau mengurangi persaingan dengan cara membagi wilayah pasar atau alokasi pasar. Wilayah pemasaran dapat berarti wilayah negara Republik Indonesia atau bagian wilayah negara Republik Indonesia 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, me-netapkan dari siapa saja dapat memperoleh atau memasok barang, jasa, atau barang dan jasa.

Pasal 10

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 11

Cukup jelas.

Pasal 12

Cukup jelas.

Pasal 13

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 14

Yang dimaksud dengan *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. Praktek seperti ini dilarang sepanjang menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan atau merugikan masyarakat.

Pasal 15

Ayat (1)

Yang termasuk dalam pengertian *memasok* adalah menyediakan pasokan, baik barang maupun jasa, dalam kegiatan jual beli, sewa menyewa, sewa beli, dan sewa guna usaha (*leasing*).

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Pasal 16

Cukup jelas.

Pasal 17

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Yang dimaksud dengan *pelaku usaha lain* adalah pelaku usaha yang mempunyai kemampuan bersaing yang signifikan dalam pasar bersangkutan.

Huruf c

Cukup jelas.

Pasal 18

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 19

Huruf a

Menolak atau menghalangi pelaku usaha tertentu tidak boleh dilakukan dengan cara yang tidak wajar atau dengan alasan non-ekonomi, misalnya karena perbedaan suku, ras, status sosial, dan lain-lain.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Cukup jelas.

Pasal 20

Cukup jelas.

Pasal 21

Kecurangan dalam menetapkan biaya produksi dan biaya lainnya adalah pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku untuk memperoleh biaya faktor-faktor produksi yang lebih rendah dari seharusnya.

Pasal 22

Tender adalah tawaran mengajukan harga untuk memborong suatu pekerjaan, untuk mengadakan barang-barang, atau untuk menyediakan jasa.

Pasal 23

Cukup jelas.

Pasal 24

Cukup jelas.

Pasal 25

Ayat (1)

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Ayat (2)

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Pasal 26

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Perusahaan-perusahaan memiliki *keterkaitan yang erat* apabila perusahaan-perusahaan tersebut saling mendukung atau berhubungan langsung dalam proses produksi, pemasaran, atau produksi dan pemasaran.

Huruf c

Cukup jelas.

Pasal 27

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Pasal 28

Ayat (1)

Badan usaha adalah perusahaan atau bentuk usaha, baik yang berbentuk badan hukum (misalnya perseroan terbatas) maupun bukan badan hukum, yang menjalankan suatu jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus dengan tujuan untuk memperoleh laba.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Pasal 29

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 30

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Pasal 31

Ayat (1)

Ketua dan Wakil Ketua Komisi dipilih dari dan oleh Anggota Komisi.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Perpanjangan masa keanggotaan Komisi untuk menghindari kekosongan tidak boleh lebih dari 1 (satu) tahun.

Pasal 32

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Cukup jelas.

Huruf e

Cukup jelas.

Huruf f

Cukup jelas.

Huruf g

Yang dimaksud dengan *tidak pernah dipidana* adalah tidak pernah dipidana karena melakukan kejahatan berat atau karena melakukan pelanggaran kesusilaan.

Huruf h

Cukup jelas.

Huruf i

Yang dimaksud *tidak terafiliasi dengan suatu badan usaha* adalah bahwa sejak yang bersangkutan menjadi anggota Komisi tidak menjadi:

1. anggota dewan komisaris atau pengawas, atau direksi suatu perusahaan;
2. anggota pengurus atau badan pemeriksa suatu koperasi;
3. pihak yang memberikan layanan jasa kepada suatu perusahaan, seperti konsultan, akuntan publik, dan penilai;
4. pemilik saham mayoritas suatu perusahaan.

Pasal 33

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Dinyatakan dengan surat keterangan dokter yang berwenang.

Huruf e

Cukup jelas.

Huruf f

Diberhentikan, antara lain dikarenakan tidak lagi memenuhi persyaratan keanggotaan Komisi sebagaimana dimaksud Pasal 32.

Pasal 34

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Yang dimaksud *sekretariat* adalah unit organisasi untuk mendukung atau membantu pelaksanaan tugas Komisi.

Ayat (3)

Yang dimaksud *kelompok kerja* adalah tim profesional yang ditunjuk oleh Komisi untuk membantu pelaksanaan tugas tertentu dalam waktu tertentu.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Pasal 35

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Cukup jelas.

Huruf e

Cukup jelas.

Huruf f

Cukup jelas.

Huruf g

Cukup jelas.

Pasal 36

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Cukup jelas.

Huruf e

Cukup jelas.

Huruf f

Cukup jelas.

Huruf g

Yang dimaksud dengan *penyidik* adalah penyidik sebagaimana dimaksudkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1981.

Huruf h

Cukup jelas.

Huruf i

Cukup jelas.

Huruf j

Cukup jelas.

Huruf k

Cukup jelas.

Huruf l

Cukup jelas.

Pasal 37

Pada dasarnya Negara bertanggung jawab terhadap operasional pelaksanaan tugas Komisi dengan memberikan dukungan dana melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara. Namun,

mengingat ruang lingkup dan cakupan tugas Komisi yang demikian luas dan sangat beragam, maka Komisi dapat memperoleh dana dari sumber lain yang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku yang sifatnya tidak mengikat serta tidak akan mempengaruhi kemandirian Komisi.

Pasal 38

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Pasal 39

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Ayat (5)

Cukup jelas.

Pasal 40

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 41

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Yang diserahkan oleh Komisi kepada penyidik untuk dilakukan penyidikan tidak hanya perbuatan atau tindak pidana sebagaimana dimaksud ayat (2), tetapi juga termasuk pokok perkara yang sedang diselidiki dan diperiksa oleh Komisi.

Pasal 42

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Cukup jelas.

Huruf e

Cukup jelas.

Pasal 43

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Pengambilan keputusan Komisi sebagai-mana dimaksud ayat (3) dilakukan dalam suatu sidang Majelis yang beranggotakan sekurang-kurangnya 3 (tiga) orang anggota Komisi.

Ayat (4)

Yang dimaksud *diberitahukan* adalah penyampaian petikan putusan Komisi kepada pelaku usaha.

Pasal 44

Ayat (1)

30 (tiga puluh) hari dihitung sejak diterimanya petikan putusan Komisi oleh pelaku usaha atau kuasa hukumnya.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Ayat (5)

Cukup jelas.

Pasal 45

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Pasal 46

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 47

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Penghentian integrasi vertikal antara lain dilaksanakan dengan pembatalan perjanjian, pengalihan sebagian perusahaan kepada pelaku usaha lain, atau perubahan bentuk rangkaian produksinya.

Huruf c

Yang diperintahkan untuk dihentikan adalah kegiatan atau tindakan tertentu dan bukan kegiatan usaha pelaku usaha secara keseluruhan.

Huruf d

Cukup jelas.

Huruf e

Cukup jelas.

Huruf f

Ganti rugi diberikan kepada pelaku usaha dan kepada pihak lain yang dirugikan.

Huruf g

Cukup jelas.

Pasal 48

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Pasal 49

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Pasal 50

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Cukup jelas.

Huruf e

Cukup jelas.

Huruf f

Cukup jelas.

Huruf g

Cukup jelas.

Huruf h

Pelaku usaha yang tergolong dalam usaha kecil adalah sebagaimana dimaksud Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil.

Huruf i

Yang dimaksud *dengan melayani anggota-tanya* adalah memberi pelayanan hanya kepada anggotanya dan bukan kepada masyarakat umum untuk pengadaan kebutuhan pokok, kebutuhan sarana produksi termasuk kredit dan bahan baku, serta pelayanan untuk memasarkan dan mendistribusikan hasil produksi anggota yang tidak mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Pasal 51

Cukup jelas.

Pasal 52

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 53

Cukup jelas.

TAMBAHAN LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 3817

KEPUTUSAN PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 75 TAHUN 1999
TENTANG
KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

Merimbang : bahwa dalam rangka pelaksanaan ketentuan Pasal 34 ayat (1) Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, perlu ditetapkan Keputusan Presiden mengenai pembentukan, susunan organisasi, tugas dan fungsi Komisi Pengawas Persaingan Usaha.

Mengingat : 1. Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945;
2. Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817).

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : KEPUTUSAN PRESIDEN TENTANG KOMISI
PENGAWAS PERSAINGAN USAHA

BAB I

PEMBENTUKAN, TUJUAN, TUGAS DAN FUNGSI

Pasal 1

(1) Dengan Keputusan Presiden ini dibentuk Komisi Pengawas Persaingan Usaha, yang selanjutnya disebut dengan Komisi.

- (2) Komisi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan lembaga non struktural yang terlepas dari pengaruh dan kekuasaan pemerintah serta pihak lain.

Pasal 2

Tujuan pembentukan Komisi adalah untuk mengawasi pelaksanaan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Pasal 3

- (1) Komisi berkedudukan di Ibu Kota Negara Republik Indonesia.
- (2) Apabila diperlukan, Komisi dapat membuka kantor perwakilan di propinsi.
- (3) Persyaratan dan tata kerja kantor perwakilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) diatur lebih lanjut oleh Komisi.

Pasal 4

Tugas Komisi meliputi:

- a. melakukan penilaian terhadap perjanjian yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 16 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999;
- b. melakukan penilaian terhadap kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 17 sampai dengan Pasal 24 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999;
- c. melakukan penilaian terhadap ada atau tidak adanya penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 25 sampai dengan Pasal 28 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999;

- d. mengambil tindakan sesuai dengan wewenang Komisi sebagaimana diatur dalam Pasal 36 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999;
- e. memberikan saran dan pertimbangan terhadap kebijakan pemerintah yang berkaitan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
- f. menyusun pedoman dan atau publikasi yang berkaitan dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999;
- g. memberikan laporan secara berkala atas hasil kerja Komisi kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat.

Pasal 5

Fungsi Komisi sesuai dengan tugas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4, meliputi:

- a. penilaian terhadap perjanjian, kegiatan usaha, dan penyalahgunaan posisi dominan;
- b. pengambilan tindakan sebagai pelaksanaan kewenangan;
- c. pelaksanaan administratif.

Pasal 6

- (1) Dalam menangani perkara, anggota Komisi bebas dari pengaruh dan kekuasaan pemerintah serta pihak lain.
- (2) Anggota Komisi yang menangani perkara dilarang:
 - a. mempunyai hubungan sedarah atau semenda sampai derajat ketiga dengan salah satu pihak yang berperkara; atau
 - b. mempunyai kepentingan dengan perkara yang bersangkutan.
- (3) Anggota Komisi yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) wajib menolak untuk menangani perkara.

- (4) Apabila terbukti anggota Komisi memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) pihak yang berperkara berhak menolak anggota Komisi yang bersangkutan untuk memeriksa atau memutuskan perkara dengan melampirkan bukti-bukti tertulis.

Pasal 7

- (1) Untuk menyelesaikan suatu perkara, Komisi mengadakan sidang majelis.
- (2) Pengambilan keputusan Komisi dilakukan dalam sidang majelis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yang beranggotakan sekurang-kurangnya 3 (tiga) orang anggota Komisi.
- (3) Keputusan Komisi sebagaimana dimaksud pada ayat (2) ditandatangani oleh seluruh anggota majelis.

BAB II ORGANISASI

Pasal 8

Susunan organisasi Komisi terdiri dari:

- a. anggota Komisi;
- b. Sekretariat.

Pasal 9

Komisi terdiri atas Ketua merangkap anggota, seorang Wakil Ketua merangkap anggota, dan sekurang-kurangnya, 7 (tujuh) orang anggota.

Pasal 10

Tata cara pelaksanaan tugas dan wewenang Komisidatur lebih lanjut dengan keputusan Komisi.

Pasal 11

- (1) Anggota Komisi wajib melaksanakan tugas berdasarkan pada asas keadilan dan perlakuan yang sama
- (2) Dalam menjalankan tugas, anggota Komisi wajib mematuhi tata tertib Komisi.
- (3) Tata tertib Komisi sebagaimana dimaksud pada ayat (2), disusun oleh Komisi.

Pasal 12

- (1) Untuk kelancaran pelaksanaan tugas, Komisi dibantu oleh sekretariat.
- (2) Ketentuan mengenai susunan organisasi, tugas dan fungsi sekretariat diatur lebih lanjut dengan keputusan Komisi.

Pasal 13

- (1) Apabila diperlukan, Komisi dapat membentuk kelompok kerja sesuai dengan kebutuhan.
- (2) Kelompok kerja sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri dari orang-orang yang berpengalaman dan ahli sesuai bidang masing-masing yang diperlukan dalam menangani perkara tertentu dalam waktu tertentu.
- (3) Ketentuan mengenai keanggotaan, fungsi dan tugas Kelompok Kerja diatur lebih lanjut oleh Komisi.

BAB III PENGANGKATAN DAN PEMBERHENTIAN

Pasal 14

- (1) Anggota Komisi diangkat dan diberhentikan oleh Presiden atas persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat berdasarkan usul pemerintah.

- (2) Usul pemerintah kepada Dewan Perwakilan Rakyat sebagaimana dimaksud pada ayat (1), diajukan dalam jumlah sekurang-kurangnya dua kali dari jumlah anggota Komisi yang akan diangkat.
- (3) Ketua dan Wakil Ketua Komisi dipilih dari dan oleh anggota Komisi.

BAB IV
TATA KERJA

Pasal 15

Semua unsur di lingkungan Komisi dalam melaksanakan tugasnya wajib menerapkan prinsip koordinasi, integrasi dan sinkronisasi.

BAB V
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 16

Keputusan Presiden ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Jakarta Pada tanggal 8 Juli 1999

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

BACHRUDDIN JUSUF HABIBIE

Tidak ada Isi Penjelasan untuk Peraturan ini

KEPUTUSAN PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

NOMOR 162/M TAHUN 2000

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang :
- a. Bahwa berdasarkan Surat Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 29/MPPP/I/ 2000, tanggal 18 Januari 2000, dan sebagai tindak lanjut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan Keputusan Presiden Nomor 75 Tahun 1999 tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha, perlu mengangkat Anggota Komisi Pengawas Persaingan Usaha masa jabatan tahun 2000-2005,-
 - b. Bahwa mereka yang namanya tercantum pada diktum PERTAMA Keputusan Presiden ini telah mendapatkan persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat sebagaimana tertuang dalam Surat Ketua Dewan Perwakilan Rakyat Nomor KD.02/2235/DPR RI/2000, tanggal 31 Mei 2000 dan dianggap memenuhi syarat-syarat untuk diangkat sebagai Anggota Komisi Pengawas Persaingan Usaha masa jabatan tahun 2000-2005.
- Mengingat :
1. Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Dasar
 2. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Tahun 1999 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3817);
 3. Keputusan Presiden Nomor 75 Tahun 1999 tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha.

MEMUTUSKAN:

Menetapkan :

PERTAMA : Mengangkat dalam keanggotaan Komisi Pengawas Persaingan Usaha masa jabatan Tahun 2000-2005, masing-masing:

1. Sdr. Dr. Didik Junaedi Rachbini - sebagai Anggota;
2. Sdr. In H. Tadjuddin Noersaid - sebagai Anggota;
3. Sdr. Faisal Hasab Basri, S.E., M.A. - sebagai Anggota;
4. Sdr. Dr. Syamsul Maarif, S.H., U.M. - sebagai Anggota;
5. Sdr. Nabel Makarim - sebagai Anggota;
6. Sdr. It. H. Moh. Igbal - sebagai Anggota;
7. Sdr. Dr. Pande Radja Silalahi - sebagai Anggota;
8. Sdr. Dr. Soy Martua Pardede, S.E. - sebagai Anggota;
9. Sdr. Erwin Syahril, S.H. - sebagai Anggota;
10. Sdr. Dr. It. Bambang Purnomo Adiwiyoto, M. Sc. - sebagai Anggota;
11. Sdr. Dr. Ir. Sutrisno Iwantono, M.A. - sebagai Anggota.

KEDUA : Pelaksanaan lebih lanjut Keputusan Presiden ini diserahkan kepada Menteri Perindustrian dan Perdagangan.

KETIGA : Keputusan ini berlaku mulai tanggal ditetapkan.

SALINAN Keputusan Presiden Ini disampaikan kepada:

1. Ketua Majelis Permusyawaratan Rakyat;
2. Ketua Dewan Perwakilan Rakyat;
3. Ketua Dewan Pertimbangan Agung;
4. Ketua Badan Pemeriksa Keuangan;
5. Ketua Mahkamah Agung;
6. Para Menteri Negara Kabinet periode Tahun 1999-2004; 7. Para Pimpinan

PETIKAN Keputusan Presiden ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Jakarta
Pada tanggal 7 Juni 2000

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

ABDURRAHMAN WAHID

Tida ada Isi Penjelasan untuk Peraturan ini.

KEPUTUSAN KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA
NOMOR 05/KPPU/KEP/IX/2000 TAHUN 2000
TENTANG
TATA CARA PENYAMPAIAN LAPORAN DAN
PENANGANAN DUGAAN PELANGGARAN TERHADAP
UNDANG-UNDANG NOMOR 5
TAHUN 1999
KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA,

- Menimbang : Bahwa dalam upaya melaksanakan ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, perlu ditetapkan tata cara penyampaian laporan dan penanganan dugaan pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.
- Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1981 tentang Hukum Acara Pidana (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1981 Nomor 76, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817);
 2. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817);
 3. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 75 Tahun 1999 tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha
 4. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 162/M Tahun 2000 tentang Pengangkatan dalam Keanggotaan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Masa Jabatan 2000-2005;

5. Keputusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 04/KPPU/KEP/VIII/2000 tentang Sekretariat Komisi Pengawas Persaingan Usaha.

- Memperhatikan :
1. Pendapat dan saran Penegak Hukum, Praktisi, Pengamat, dan Akademisi dalam Seminar tentang Tata cara Penyampaian Laporan dan Penanganan Dugaan Pelanggaran Terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 pada tanggal 6 September 2000;
 2. Hasil rapat Komisi pada tanggal 8 September 2000.

MEMUTUSKAN:

- Menetapkan : **TATA CARA PENYAMPAIAN LAPORAN DAN PENANGANAN DUGAAN PELANGGARAN TERHADAP UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999**

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam keputusan ini yang dimaksud dengan:

1. Hari Kerja adalah hari Senin sampai dengan hari Jumat kecuali hari libur nasional;
2. Komisi adalah Komisi Pengawas Persaingan Usaha sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999;
3. Laporan adalah pemberitahuan yang disampaikan Pelapor kepada Komisi mengenai telah terjadi dan atau patut telah terjadi pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;

4. Laporan Lengkap adalah laporan yang memenuhi ketentuan Pasal 3 Keputusan ini;
5. Laporan Tidak Lengkap adalah laporan yang tidak memenuhi ketentuan Pasal 3 Keputusan ini;
6. Majelis Komisi adalah suatu forum yang dibentuk oleh Komisi sekurang-kurangnya terdiri dari 3 (tiga) orang anggota Komisi untuk melaksanakan Pemeriksaan Lanjutan;
7. Pelanggaran adalah suatu perbuatan yang dilakukan oleh satu atau lebih pelaku usaha yang tidak sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999;
8. Pemeriksaan adalah tindakan yang dilakukan Majelis Komisi untuk memeriksa Pelapor, Terlapor, Saksi, Saksi Ahli, serta pihak lain di Kantor Komisi dan atau tempat lain yang ditentukan oleh Komisi sebagai tempat pemeriksaan untuk memperoleh keterangan dan atau bukti yang diperlukan dalam pengambilan keputusan;
9. Pemeriksaan Pendahuluan adalah tindakan Komisi untuk meneliti dan atau memeriksa Laporan untuk menilai perlu atau tidak perlu Pemeriksaan Lanjutan;
10. Pemeriksaan Lanjutan adalah serangkaian pemeriksaan dan atau penyelidikan yang dilakukan oleh Majelis Komisi sebagai tindak lanjut Pemeriksaan Pendahuluan;
11. Penyelidikan adalah kegiatan Anggota Majelis Komisi dan atau Tim Penyidik untuk mendapatkan bukti dan atau informasi di lokasi atau tempat yang diduga atau patut diduga sebagai tempat disimpannya atau beradanya alat bukti;
12. Penilaian adalah pendapat Komisi tentang perlu atau tidak perlu dilakukan Pemeriksaan Lanjutan;
13. Penasihat Hukum adalah Advokat atau Pengacara yang mempunyai izin praktek dan atau konsultan hukum yang terdaftar pada instansi yang berwenang di Indonesia;
14. Penyidik adalah Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia atau Pejabat Pegawai negeri Sipil tertentu yang diberi wewenang khusus oleh undang-undang untuk melakukan Penyidikan;
15. Putusan Komisi adalah penetapan yang dibacakan oleh Majelis Komisi dalam suatu sidang yang dinyatakan terbuka untuk umum;

16. Pelapor adalah setiap orang dan atau pihak lain yang menyampaikan laporan kepada Komisi adanya kegiatan dan atau perjanjian yang diduga atau patut diduga melanggar Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999;
17. Panitia Majelis adalah pegawai Sekretariat Komisi yang mendapatkan tugas untuk membantu Majelis Komisi di dalam melakukan Pemeriksaan dalam sidang Majelis Komisi;
18. Sekretariat Komisi adalah unit administrasi dan teknis operasional Komisi sebagaimana dimaksud Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999;
19. Saksi adalah seseorang yang mengetahui atau dianggap mengetahui terjadinya Pelanggaran;
20. Saksi Ahli adalah seseorang yang memiliki keahlian khusus yang memberikan keterangan kepada Majelis Komisi;
21. Sidang Komisi adalah pertemuan yang dihadiri oleh sejumlah anggota Komisi yang memenuhi kourum untuk melakukan pengambilan Putusan Komisi;
22. Tim Penyidik adalah anggota Majelis Komisi dan atau staf Sekretariat Komisi yang ditugaskan untuk melakukan Penyidikan dan atau Pemeriksaan terhadap para pihak dan atau pihak lain berkaitan dugaan pelanggaran;
23. Terlapor adalah setiap orang atau pihak yang dilaspor oleh Pelapor;
24. Undang-Undang adalah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

BAB II

PENYAMPAIAN LAPORAN

Pasal 2

- (1) Laporan diajukan secara tertulis dengan ditandatangani oleh Pelapor dalam bahasa Indonesia dan disampaikan kepada Komisi.

- (2) Dalam hal Komisi telah memiliki kantor perwakilan di daerah, laporan sebagaimana dimaksud Ayat (1) Pasal ini ditujukan kepada Ketua Komisi dan dapat disampaikan melalui kantor perwakilan Komisi di daerah.

Pasal 3

- (1) Laporan dibuat dengan uraian yang jelas mengenai telah terjadi atau dugaan terjadinya pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.
- (2) Laporan harus dilengkapi dengan:
 - a. Nama dan alamat lengkap Pelapor; dan
 - b. Surat dan atau dokumen serta informasi pendukung lain yang memperkuat dugaan telah terjadi Pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.
- (3) Komisi menjaga kerahasiaan identitas Pelapor.

Pasal 4

- (1) Laporan yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud Pasal 3 akan diproses lebih lanjut oleh Komisi dan untuk itu Komisi akan memberitahukan kepada Pelapor.
- (2) Komisi memberitahukan kepada Pelapor apabila diketahui bahwa Laporan tidak memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud Pasal 3 dan memberikan penjelasan ketidaklengkapan laporan dimaksud.
- (3) Apabila Pelapor tidak memberikan uraian yang jelas mengenai dugaan pelanggaran dalam waktu 10 (sepuluh) hari kerja terhitung sejak tanggal diterimanya pemberitahuan sebagaimana dimaksud Ayat (2) Pasal ini, maka Laporan dianggap sebagai Laporan Tidak Lengkap.
- (4) Apabila dalam waktu 10 (sepuluh) hari kerja sejak tanggal diterimanya Laporan, Komisi tidak memberitahu Pelapor tentang kekurangan Laporan, maka Laporan dianggap lengkap.

BAB III

TUGAS DAN WEWENANG

Bagian Kesatu

Tugas dan Wewenang Ketua Komisi

Pasal 5

- (1) Ketua Komisi mempunyai tugas untuk:
 - a. Meminta Sekretariat Komisi melakukan penelitian kelengkapan Laporan;
 - b. Menyampaikan berkas Laporan kepada sidang Komisi;
 - c. Meminta sidang Komisi melakukan Pemeriksaan Pendahuluan; dan
 - d. Menindaklanjuti Putusan Komisi.
- (2) Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud Ayat (1), Ketua Komisi melakukan tindakan yang diperlukan.

Wakil Ketua Komisi

Pasal 6

- (1) Wakil Ketua Komisi melaksanakan tugas-tugas Ketua Komisi sebagaimana dimaksud Pasal 5 dalam hal Ketua Komisi berhalangan.
- (2) Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud Ayat (1) Pasal ini, Wakil Ketua Komisi berwenang mengambil tindakan sesuai dengan kewenangan Ketua Komisi.

Majelis Komisi

Pasal 7

- (1) Majelis Komisi mempunyai tugas:
 - a. Melakukan Pemeriksaan Lanjutan;

- b. Menilai ada atau tidak ada Pelanggaran;
 - c. Meneliti dan menilai alat-alat bukti;
 - d. Menyimpulkan dan menetapkan hasil Pemeriksaan Lanjutan;
 - e. Menyusun, menandatangani, dan membacakan Putusan Komisi dalam sidang Majelis yang dinyatakan terbuka untuk umum; dan
 - f. Memberitahukan Putusan Komisi kepada Terlapor.
- (2) Dalam rangka melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud Ayat (1) Pasal ini, Majelis Komisi mempunyai wewenang:
- a. Menetapkan hari sidang Komisi;
 - b. Memanggil Terlapor, memanggil dan menghadirkan Saksi, Saksi Ahli, dan pihak lain;
 - c. Meminta pembentukan Tim Penyelidik dan atau Kelompok Kerja;
 - d. Melakukan dan atau memerintahkan Penyidikan;
 - e. Meminta bantuan Penyidik;
 - f. Meminta keterangan dari pihak yang dianggap perlu;
 - g. Mendapatkan surat, dokumen, alat bukti lain yang diperlukan dalam Pemeriksaan dan Penyidikan;
 - h. Menjatuhkan sanksi;
 - i. Memberikan keterangan kepada media massa berkaitan dengan Laporan yang sedang ditangani; dan
 - j. Menandatangani berita acara sidang Majelis Komisi.

Panitera Majelis

Pasal 8

- (1) Panitera Majelis mempunyai tugas:
- a. Membantu Majelis Komisi memanggil para pihak untuk hadir dalam suatu pemeriksaan dalam persidangan;

- b. Mencatat jalannya Pemeriksaan dalam persidangan;
 - c. Menyimpan berkas laporan;
 - d. Menjaga barang bukti;
 - e. Membantu Majelis Komisi menyusun Putusan Komisi;
 - f. Membantu penyampaian Putusan Komisi kepada Terlapor; dan
 - g. Membuat berita acara Pemeriksaan.
- (2) Panitia Majelis wajib menjaga kerahasiaan dokumen dan atau informasi yang disampaikan oleh Terlapor dan atau pihak lain serta yang didapatkan dalam Pemeriksaan dan atau persidangan.

Tim Penyidik

Pasal 9

- (1) Tim Penyidik mempunyai tugas:
- a. Mendapatkan bukti-bukti guna pengambilan Putusan Komisi;
 - b. Menyusun hasil penyidikan dan temuan secara sistematis untuk memudahkan Majelis Komisi dalam pengambilan Putusan Komisi; dan atau
 - c. Membuat dan menandatangani Berita Acara Penyidikan.
- (2) Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud Ayat (1) Pasal ini, Tim Penyidik berwenang:
- a. Merencanakan langkah-langkah dan teknik Penyelidikan;
 - b. Mencari keterangan dan atau informasi guna pengambilan Putusan Komisi; dan
 - c. Meneliti hasil Penyelidikan.
- (3) Tim Penyidik berkewajiban untuk melengkapi diri dengan surat tugas serta menjaga kerahasiaan dokumen dan informasi yang diperlukan untuk kepentingan penyidikan.

Kelompok Kerja

Pasal 10

Tugas dan kewenangan serta kewajiban kelompok kerja diatur dalam Keputusan tersendiri.

BAB IV

PENERIMAAN DAN PENELITIAN LAPORAN

Bagian Kesatu

Penerima Laporan

Pasal 11

- (1) Semua Laporan yang masuk ke Komisi dan dibacakan oleh Ketua Komisi.
- (2) Dalam waktu selambat-lambatnya 2 (dua) hari kerja setelah menerima Laporan, Ketua Komisi melalui nota dinas menugaskan Sekretariat Komisi untuk melakukan penelitian kelengkapan Laporan.

Bagian Kedua

Penelitian Laporan

Pasal 12

- (1) Sekretariat Komisi meneliti kelengkapan Laporan selambat-lambatnya 3 (tiga) hari kerja setelah menerima nota dinas dari Ketua Komisi.
- (2) Sekretariat Komisi mencatat Laporan yang sudah lengkap ke dalam Buku Daftar Perkara (Buku I) dan membuat resume Laporan.
- (3) Sekretariat Komisi menyampaikan berkas Laporan Lengkap dan resume Laporan kepada sidang Komisi melalui Ketua Komisi selambat-lambatnya 10 (sepuluh) hari kerja sejak diterimanya nota dinas ketua Komisi.
- (4) Sekretariat Komisi memberitahukan kepada Pelapor tentang tanggal dimulainya Pemeriksaan Pendahuluan.

Pasal 13

- (1) Apabila ditemukan Laporan Tidak Lengkap, Sekretariat Komisi memberitahukan kepada Pelapor selambat-lambatnya 5 (lima) hari kerja terhitung sejak diterimanya Laporan.
- (2) Dalam surat pemberitahuan sebagaimana dimaksud Ayat (1) Pasal ini, Sekretariat Komisi menguraikan tentang ketidaklengkapan Laporan dan meminta untuk melengkapi Lapornya.
- (3) Kelengkapan sebagaimana dimaksud Ayat (2) Pasal ini, harus disampaikan kepada Sekretariat Komisi selambat-lambatnya 10 (sepuluh) hari kerja sejak diterimanya pemberitahuan.
- (4) Apabila dalam waktu sebagaimana dimaksud Ayat (3) Pasal ini, Pelapor tidak melengkapi Lapornya, maka Laporan dimaksud dianggap sebagai Laporan Tidak Lengkap.
- (5) Sekretariat Komisi mencatat Laporan Tidak Lengkap sebagaimana dimaksud Ayat (4) Pasal ini dalam Buku Daftar Laporan (Buku II).
- (6) Komisi menentukan tindak lanjut penanganan Laporan Tidak Lengkap.

BAB V

PEMERIKSAAN PENDAHULUAN

Pemeriksaan Berkas Laporan, Penilaian,
dan Jangka Waktu

Bagian Kesatu

Pemeriksaan Berkas Laporan

Pasal 14

- (1) Segera setelah menerima Laporan Lengkap dan resume Laporan dari Sekretariat Komisi, Ketua Komisi menyampaikan berkas laporan tersebut kepada Komisi dengan disertai permintaan agar Komisi melakukan Pemeriksaan Pendahuluan.
- (2) Berdasarkan berkas Laporan sebagaimana dimaksud Ayat (1) Pasal ini, Sidang Komisi menilai perlu atau tidak perlu dilakukan Pemeriksaan Lanjutan.

- (3) Dalam melakukan penilaian Sidang Komisi dapat memanggil Pelapor dan atau Terlapor untuk diminta keterangannya.

Bagian Kedua

Penilaian dan Jangka Waktu

Pasal 15

Penilaian sebagaimana dimaksud Pasal 14 ayat (2) dibuat selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari kerja terhitung sejak diterimanya berkas Laporan dari Ketua Komisi.

BAB VI

PEMERIKSAAN LANJUTAN

Tindakan Majelis Komisi dan Jangka Waktu Penyelesaian

Bagian Kesatu

Tindakan Majelis Komisi

Pasal 16

- (1) Majelis Komisi melakukan penilaian terjadi atau tidak terjadi pelanggaran yang dilakukan oleh Terlapor dan atau ada atau tidak ada kerugian sebagai akibat dari Pelanggaran dimaksud.
- (2) Dalam melakukan Pemeriksaan, Majelis Komisi dibantu oleh Panitera Majelis.

Pasal 17

Dalam melakukan Penilaian sebagaimana dimaksud Pasal 16, Majelis Komisi dapat:

- a. Melakukan penelitian, penyelidikan, dan atau pemeriksaan terhadap Terlapor dan atau pihak lain;
- b. Membentuk Tim Penyidik dan atau Kelompok Kerja;
- c. Memanggil Terlapor, memanggil dan menghadirkan Saksi, Saksi Ahli, dan setiap orang yang dianggap mengetahui Pelanggaran yang dilakukan oleh Terlapor;

- d. Meminta bantuan Penyidik menghadirkan Saksi, Saksi AM, dan setiap orang yang dianggap mengetahui Pelanggaran yang dilakukan oleh Terlapor;
- e. Mendapatkan, meneliti dan atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna Penyidikan dan atau Pemeriksaan terhadap Terlapor;
- f. Meminta keterangan dari instansi pemerintah berkaitan dengan dugaan Pelanggaran yang dilakukan oleh Terlapor;
- g. Menyimpulkan hasil Penyidikan dan atau Pemeriksaan terhadap Terlapor dan atau pihak lain; dan atau
- h. Menjatuhkan sanksi sebagaimana dimaksud Pasal 47 Undang-Undang.

Pasal 18

Penilaian Alat Bukti

- (1) Majelis Komisi menentukan sah atau tidak sahnya suatu alat bukti.
- (2) Dalam menilai kebenaran alat bukti, Majelis Komisi memperhatikan persesuaian antara alat bukti yang satu dengan alat bukti yang lain.

Pasal 19

- (1) Pembentukan Tim Penyelidik sebagaimana dimaksud Pasal 9 Ayat (2) dilakukan oleh Sekretariat Komisi setelah melakukan konsultasi terlebih dahulu dengan Majelis Komisi.
- (2) Pembentuk Kelompok Kerja sebagaimana dimaksud Pasal 9 Ayat (2) dilakukan oleh Majelis Komisi setelah melakukan koordinasi dengan Sekretariat Komisi.

Pasal 20

Penasihat Hukum

Para pihak dan atau pihak lain yang diperiksa dan atau diminta keterangannya berhak untuk didampingi oleh Penasihat Hukum.

Bagian Kedua

Jangka Waktu Penyelesaian Pemeriksaan

Pasal 21

- (1) Majelis Komisi menyelesaikan Pemeriksaan Lanjutan selambat-lambatnya 60 (enam puluh) hari kerja terhitung sejak berakhirnya Pemeriksaan Pendahuluan.
- (2) Jangka waktu Pemeriksaan Lanjutan sebagaimana dimaksud Ayat (1) Pasal ini, dapat diperpanjang oleh Majelis Komisi paling lama 30 (tiga puluh) hari kerja.

BAB VII

PUTUSAN KOMISI

Cara Pengambilan Putusan Komisi dan Jangka Waktu Putusan Komisi

Bagian Kesatu

Cara Pengambilan Putusan Komisi

Pasal 22

- (1) Majelis Komisi memutuskan telah terjadi atau tidak terjadi Pelanggaran terhadap Undang-Undang berdasarkan alat bukti yang diperoleh dalam Pemeriksaan dan Penyidikan.
- (2) Dalam putusan sebagaimana dimaksud Ayat (1) Pasal ini, majelis Komisi memberikan alasan atau pertimbangannya.
- (3) Apabila dikehendaki alasan atau pertimbangan Anggota Majelis Komisi yang mempunyai pendapat yang berbeda dengan pendapat Anggota Majelis mayoritas (dissent opinion) dapat dimasukkan dalam Putusan Komisi.
- (4) Seluruh Anggota Majelis wajib menandatangani Putusan Komisi.
- (5) Bentuk Putusan Komisi akan diatur lebih lanjut oleh Komisi.

Bagian Kedua

Jangka Waktu Putusan

Pasal 23

- (1) Putusan Komisi tentang telah terjadi atau tidak terjadi Pelanggaran Undang-Undang, diambil selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari kerja terhitung sejak selesainya Pemeriksaan Lanjutan.
- (2) Putusan Komisi sebagaimana dimaksud dalam Ayat (1) Pasal ini, dibacakan dalam sidang Majelis Komisi yang dinyatakan terbuka untuk umum.

BAB VIII

PELAKSANAAN PUTUSAN KOMISI

Pasal 24

- (1) Setelah membacakan Putusan Komisi, Majelis Komisi segera memberitahukan Putusan Komisi kepada Terlapor.
- (2) Dalam waktu 30 (tiga puluh) hari kerja diterimanya pemberitahuan Putusan Komisi, Terlapor wajib melaksanakan Putusan Komisi tersebut dan melaporkan pelaksanaannya kepada Komisi.

Pasal 25

- (1) Terlapor dapat mengajukan keberatan terhadap Putusan Komisi dalam waktu selambat-lambatnya 14 (empat belas) hari terhitung sejak menerima pemberitahuan.
- (2) Terlapor yang tidak mengajukan keberatan dalam jangka waktu sebagaimana dimaksud Ayat (1) Pasal ini, dianggap menerima Putusan Komisi.
- (3) Putusan Komisi sebagaimana dimaksud pada Ayat (2) Pasal ini, telah mempunyai kekuatan hukum yang tetap.
- (4) Terhadap Putusan Komisi yang telah mempunyai kekuatan hukum yang tetap, Komisi mengajukan permohonan penetapan eksekusi kepada Pengadilan Negeri.

- (5) Permohonan penetapan eksekusi dapat dilakukan oleh Komisi segera setelah batas waktu berakhir pengajuan keberatan terhadap Putusan Komisi.
- (6) Apabila ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Ayat (2) dan (3) Pasal ini, tidak dijalankan oleh Terlapor, Komisi dapat menyerahkan Putusan Komisi tersebut kepada penyidik untuk dilakukan penyidikan sesuai dengan ketentuan peraturan per-undang-undangan yang berlaku.

BAB IX
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 26

Hal-hal yang belum diatur dalam Keputusan ini diatur lebih lanjut dalam Keputusan Komisi.

Keputusan ini berlaku sejak ditetapkan.

Ditetapkan di Jakarta

Pada tanggal 8 September 2000

KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA

Ketua,

ttd.

BAMBANG P ADIWIYOTO

Tidak ada Isi Penjelasan untuk Peraturan ini

KEPUTUSAN KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA
NOMOR 06/KPPU/KEP/XI/2000 TAHUN 2000
TENTANG
KODE ETIK DAN MEKANISME KERJA
KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA
KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA,

- Menimbang :
- a. Bahwa dalam rangka melaksanakan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, perlu ditetapkan kode etik dan mekanisme kerja Komisi Pengawas Persaingan Usaha;
 - b. bahwa untuk itu perlu dikeluarkan Keputusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha.
- Mengingat :
- 1. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817);
 - 2. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 75 Tahun 1999 tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha;
 - 3. Keputusan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia Nomor 22/DPRRI/IV/ 1999-2000 tentang Persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia Terhadap Pengusulan Calon Anggota Komisi Pengawas Persaingan Usaha;
 - 4. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 162/M Tahun 2000 tentang Pengangkatan dalam Keanggotaan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Masa Jabatan 2000-2005;

MEMUTUSKAN:

Menetapkan

PERTAMA : Kode etik dan mekanisme kerja sebagaimana tercantum pada Lampiran Keputusan ini adalah pedoman yang wajib dipatuhi oleh anggota Komisi Pengawas Persaingan Usaha dalam bertindak dan berperilaku selama menjadi anggota Komisi.

KEDUA : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Jakarta.

Pada tanggal 7 November 2000

KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA,

Ketua,

ttd.

BAMBANG P ADIWIYOTO

KEPUTUSAN KOMISI

PENGAWAS PERSAINGAN USAHA

NOMOR 07/KPPU/KEP/XI/2000 TAHUN 2000

TENTANG

KELOMPOK KERJA

KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA,

Menimbang : Bahwa untuk membantu kelancaran pelaksanaan penanganan perkara serta sesuai dengan ketentuan Pasal 13 Keputusan Presiden Nomor 75 Tahun 1999 tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha, perlu ditetapkan Keputusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha tentang Keanggotaan, Fungsi dan Tugas Kelompok Kerja.

Mengingat : Pasal 34 ayat (3) dan (4) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : KEPUTUSAN KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA TENTANG KELOMPOK KERJA

Pasal 1

- (1) Untuk membantu Komisi Pengawas Persaingan Usaha yang selanjutnya disebut Komisi dalam menangani suatu perkara tertentu serta tugas-tugas lain dan dalam waktu tertentu dibentuk Kelompok Kerja.
- (2) Kelompok Kerja bertanggung jawab kepada Komisi.

Pasal 2

Keanggotaan

- (1) Keanggotaan Kelompok Kerja ditentukan oleh Komisi melalui Rapat Komisi.
- (2) Anggota Kelompok Kerja terdiri atas orang-orang yang berpengalaman dan ahli sesuai dengan bidang masing-masing yang diperlukan dalam menangani perkara tertentu dan dalam waktu tertentu.
- (3) Apabila Anggota Kelompok Kerja lebih dari seorang sebagaimana dimaksud pada ayat (2), Kelompok Kerja dipimpin oleh seorang anggota Kelompok Kerja yang bersangkutan yang ditunjuk oleh Komisi.
- (4) Jumlah Anggota Kelompok Kerja sebagaimana dimaksud pada ayat (2) ditentukan berdasarkan kebutuhan dan beban kerja.

Pasal 3

Tugas dan Tanggung Jawab

- (1) Kelompok Kerja mempunyai tugas membantu Komisi dalam menangani suatu perkara tertentu serta tugas-tugas lain dan dalam waktu tertentu.
- (2) Kelompok Kerja bertanggung jawab untuk membuat rencana dan realisasi kegiatan dalam rangka melaksanakan tugasnya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Pasal ini, dan
- (3) Kelompok Kerja dalam melaksanakan tugasnya berkoordinasi dengan Direktur Eksekutif.

Pasal 4

Fungsi

Fungsi Kelompok Kerja:

1. menggali dan mendalami informasi yang diperlukan oleh Komisi dalam rangka melaksanakan tugas Komisi,
2. melakukan analisa terhadap data/informasi yang berkaitan dengan perkara tertentu,
3. mempersiapkan kemungkinan-kemungkinan solusi/rekomendasi untuk memutuskan suatu perkara, dan

4. melakukan kegiatan/kegiatan lain yang ditugaskan Komisi.

Pasal 5

Hubungan Kerja

Kelompok Kerja melaksanakan pekerjaannya berdasarkan sistem Kontrak Kerja yang dibuat antara Komisi dengan Kelompok Kerja.

Pasal 6

Laporan dan Penilaian

- (1) Kelompok Kerja melaporkan secara tertulis hasil pelaksanaan pekerjaannya kepada Komisi.
- (2) Komisi melakukan penilaian terhadap hasil pelaksanaan pekerjaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

Pasal 7

Pembiayaan

Biaya untuk pelaksanaan kegiatan Kelompok Kerja dibebankan kepada anggaran Komisi Pengawas Persaingan Usaha atau sumber-sumber lain yang diperbolehkan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pasal 8

Penutup

- (1) Hal-hal lain yang belum diatur dalam keputusan ini akan diatur lebih lanjut dalam Keputusan Komisi secara terpisah.
- (2) Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Jakarta

Pada tanggal 7 November 2000

KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA

Ketua,

ttt.

BAMBANG P ADIWIYOTO

Tidak ada Isi Penjelasan untuk Peraturan ini.

**KEPUTUSAN KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA
NOMOR 08/KPPU/KEP/XI/2000 TAHUN 2000
TENTANG
TATA CARA DENGAR PENDAPAT KOMISI KOMISI
PENGAWAS PERSAINGAN USAHA,**

- Menimbang : Bahwa dalam upaya melaksanakan ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, perlu di-tetapkan tata cara dengan pendapat Komisi.
- Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817);
 2. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 75 Tahun 1999 tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha;
 3. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 162/M Tahun 2000 tentang Pengangkatan dalam Keanggotaan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Masa Jabatan 2000-2005;
 4. Keputusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 05/KPPU/KEP/IX/2000 tentang Tata Cara Penyampaian Laporan dan Penanganan *Dugaan* Pelanggaran terhadap Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999.
- Memperhatikan : Hasil Rapat Anggota Komisi Pengawas Persaingan Usaha tanggal 7 November 2000.

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : TATA CARA DENGAN PENDAPAT KOMISI

**BAB I
KETENTUAN UMUM**

Pasal 1

Dalam Keputusan ini yang dimaksud dengan:

1. Dengan Pendapat adalah pertemuan terbuka yang diselenggarakan oleh Komisi untuk mendapatkan informasi dari peserta dan atau pihak terkait dalam rangka pelaksanaan Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999.
2. Pelanggaran adalah suatu perbuatan yang dilakukan oleh satu atau lebih pelaku usaha yang tidak sesuai dengan ketentuan Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999;
3. Laporan adalah pemberitahuan yang disampaikan pelapor kepada Komisi mengenai telah terjadi dan atau patut diduga telah terjadi pelanggaran terhadap Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999;
4. Inisiatif adalah upaya Komisi mencari informasi tentang dugaan pelanggaran terhadap Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 yang diperoleh dari laporan yang tidak lengkap dan atau pihak-pihak terkait serta pengetahuan Komisi sendiri;
5. Pertanyaan adalah permasalahan tentang dugaan ada atau tidak adanya tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang dirangkum dari laporan masyarakat dan atau pihak-pihak yang terkait;
6. Peserta adalah pihak-pihak yang diundang secara resmi dan diminta oleh Anggota Komisi untuk menjawab pertanyaan yang disampaikan Anggota Komisi pada acara Dengar Pendapat dalam waktu dan tempat yang telah ditentukan oleh Komisi;
7. Peninjau adalah pihak yang diundang oleh Komisi untuk hadir dalam acara Dengar Pendapat dan tidak mempunyai hak

bertanya serta menjawab pertanyaan yang diajukan oleh Anggota Komisi;

8. Risalah Resmi adalah catatan acara Dengar Pendapat yang dibuat secara lengkap dan berisi seluruh jalannya pembicaraan yang dilakukan dalam acara Dengar Pendapat serta dilengkapi dengan catatan tentang hari dan tanggal Dengar Pendapat, tempat, waktu pembukaan dan penutupan, Pimpinan dan Sekretaris, jumlah dan nama Anggota Komisi yang menandatangani daftar hadir dan Undangan yang hadir;
9. Undang-undang adalah Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;
10. Komisi adalah Komisi Pengawas Persaingan Usaha.

BAB II

TUJUAN, HAK DAN KEWAJIBAN, SERTA TATA TERTIB

Bagian Kesatu

Tujuan

Pasal 2

- (1) Dalam upaya Komisi mendapatkan masukan dari berbagai kalangan masyarakat atas dugaan adanya pelanggaran terhadap Undang-undang yang telah menjadi pembicaraan umum dan menyangkut kepentingan umum, Komisi menyelenggarakan acara Dengar Pendapat di kantor Komisi pada tempat dan waktu yang telah ditentukan.
- (2) Dengar Pendapat sebagaimana dimaksud pada Ayat (1) dilakukan secara terbuka guna memperoleh keterangan dari Peserta tentang dugaan terjadinya pelanggaran terhadap Undang-undang.
- (3) Keterangan sebagaimana dimaksud Ayat (2) merupakan dasar bagi Komisi untuk pembahasan dalam Rapat Komisi guna melakukan penilaian ada atau tidak adanya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Bagian Kedua

Hak dan Kewajiban

Pasal 3

Dalam acara Dengar Pendapat, Anggota Komisi berhak untuk mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan atau meminta klarifikasi kepada seseorang dan atau beberapa Peserta Dengar Pendapat yang diduga mengetahui dugaan terjadinya pelanggaran terhadap Undang-undang.

Pasal 4

- (1) Peserta Dengar Pendapat yang dimintakan jawaban atas pertanyaan Komisi wajib memberikan jawaban di hadapan Komisi, baik secara tertulis maupun lisan.
- (2) Peserta Dengar Pendapat yang dimintakan klarifikasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 wajib memberi keterangan dan atau penjelasan kepada Komisi.

Bagian Ketiga

Tata Tertib

Pasal 5

- (1) Sebelum acara Dengar Pendapat dimulai, Anggota Komisi, Peserta dan Peninjau, wajib mengisi dan menandatangani daftar hadir.
- (2) Peserta dan Peninjau Dengar Pendapat wajib datang tepat pada waktunya.
- (3) Acara Dengar Pendapat dipimpin, dibuka, dan ditutup oleh Anggota Komisi yang ditunjuk dalam Rapat Komisi.
- (4) Pimpinan Dengar Pendapat sebagaimana dimaksud Ayat (3) menunjuk Sekretaris untuk mencatat jalannya acara Dengar Pendapat.
- (5) Peserta dan Peninjau Dengar Pendapat tidak diperbolehkan meninggalkan ruang rapat tanpa alasan yang kuat sebelum acara dinyatakan selesai oleh Pimpinan Acara.

- (6) Peserta dan Peninjau, wajib menaati tata tertib Dengar Pendapat dan atau ketentuan lain yang diatur oleh Komisi.

Pasal 6

Sebelum Acara Dengar Pendapat dibuka sebagaimana dimaksud Pasal 5 Ayat (3), Pimpinan Dengar Pendapat menjelaskan tentang maksud dan tujuan diselenggarakannya Acara Dengar Pendapat.

BAB III

PERTANYAAN DAN JAWABAN

Bagian Kesatu

Pertanyaan

Pasal 7

- (1) Sebelum Acara Dengar Pendapat, Anggota Komisi memper-siapkan daftar pertanyaan tertulis terlebih dahulu dan telah disampaikan kepada Peserta selambat-lambatnya 3 (tiga) hari sebelum Dengar Pendapat dilaksanakan.
- (2) Pertanyaan tidak tertulis yang akan diajukan oleh Anggota Komisi dalam Dengar Pendapat, disampaikan setelah jawaban Peserta secara tertulis disampaikan kepada Komisi pada acara Dengar Pendapat.
- (3) Pertanyaan yang disampaikan secara lisan dan diajukan oleh Anggota Komisi tidak boleh diganggu atau disela oleh Peserta Dengar Pendapat.

Pasal 8

- (1) Dalam mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara lisan kepada Peserta Dengar Pendapat, Anggota Komisi tidak boleh menyimpang dari pokok permasalahan.
- (2) Pertanyaan sebagaimana dimaksud Ayat (1) disampaikan secara singkat dan jelas.

Bagian Kedua

J a w a b a n

Pasal 9

- (1) Pimpinan Dengar Pendapat dapat menentukan lamanya Peserta menjawab pertanyaan dan atau berbicara.
- (2) Apabila Dengar Pendapat yang melampaui batas waktu menjawab yang telah ditentukan sebagaimana dimaksud pada Ayat (1), Pimpinan Dengar Pendapat memperingatkan dan meminta supaya yang bersangkutan mengakhiri pembicaraannya.
- (3) Apabila Peserta Dengar Pendapat dalam menjawab pertanyaan Anggota Komisi menurut pendapat Pimpinan Dengar Pendapat menyimpang dari pokok pembicaraan, Pimpinan Dengar Pendapat memperingatkan dan meminta supaya kembali pada pokok pembicaraan.

Pasal 10

Apabila Peserta Dengar Pendapat dalam menyampaikan jawaban menggunakan kata-kata yang tidak layak atau melakukan perbuatan yang mengganggu ketertiban, Pimpinan acara Dengar Pendapat memperingatkan agar yang bersangkutan menghentikan perbuatannya dan atau memberikan kesempatan untuk menarik kembali kata-katanya.

Pasal 11

- (1) Apabila Peserta Dengar Pendapat tidak memenuhi peringatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pimpinan Acara Dengar Pendapat melarang yang bersangkutan meneruskan kalimatnya dan atau pembicaraannya.
- (2) Apabila larangan sebagaimana dimaksud pada Ayat (1) masih juga tidak diindahkan oleh yang bersangkutan, Pimpinan Acara Dengar Pendapat meminta kepada yang bersangkutan meninggalkan Ruang Acara di mana Dengar Pendapat diselenggarakan.

- (3) Apabila yang bersangkutan tidak mengindahkan permintaan sebagaimana dimaksud pada Ayat (2), maka dikeluarkan dengan paksa dari ruang Acara Dengar Pendapat diselenggarakan.

Pasal 12

- (1) Apabila terjadi peristiwa sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 dan Pasal 11, serta Pimpinan acara berpendapat bahwa Dengar Pendapat tidak mungkin dilanjutkan, Pimpinan menutup atau menunda acara Dengar Pendapat tersebut.
- (2) Lama penundaan sebagaimana dimaksud Ayat (1) tidak boleh melebihi 24 jam.

BAB IV

RISALAH RESMI DENGAR PENDAPAT

Pasal 13

- (1) Untuk setiap acara Dengar Pendapat, dibuat Risalah Resmi yang ditandatangani oleh Pimpinan Dengar Pendapat.
- (2) Setelah acara Dengar Pendapat selesai, Sekretaris sebagaimana dimaksud dalam pasal 5 ayat (4) secepatnya menyusun Risalah Resmi dan segera dibagikan kepada Anggota Komisi.
- (3) Risalah sebagaimana dimaksud Ayat (1) berisi pendapat-pendapat dan bukan berisi kesimpulan dan atau pendapat Anggota Komisi.

BAB V

PENYELESAIAN DAN TINDAK LANJUT HASIL DENGAR PENDAPAT

Pasal 14

Apabila dari hasil Dengar Pendapat Komisi memperoleh informasi yang jelas dan lengkap dari Peserta Dengar Pendapat tentang dugaan pelanggaran terhadap Undang-undang, maka Komisi akan memproses lebih lanjut dugaan pelanggaran sesuai dengan Tata

Cara Penyampaian Laporan dan Penanganan Dugaan Pelanggaran terhadap Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 sebagaimana dimaksud dalam ketentuan Keputusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 05/KPPU/KEP/IX/2000.

BAB VI

KETENTUAN PENUTUP

Pasal 15

Hal-hal yang belum diatur dalam Keputusan ini diatur lebih lanjut dalam Keputusan Komisi.

Pasal 16

Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Jakarta.

Pada tanggal 7 November 2000

KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA Ketua,

ttd.

BAMBANG P ADIWIYOTO

Tidak ada Isi Penjelasan untuk Peraturan ini

Daftar Pustaka

- Bertens, K., *Etika Bisnis*, Seri Filsafat Atmajaya, Kanisius, Yogyakarta, 2000.
- Fuady, Munir., *Hukum Anti Monopoli (Menyongsong Era Persaingan Sehat)*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003.
- , *Hukum Bisnis (Dalam Teori dan Praktek)*, Buku Kedua, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1994.
- , *Hukum Bisnis (Dalam Teori dan Praktek)*, Buku Keempat, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1997.
- Ibrahim, Johnny., *Hukum Persaingan Usaha (Filosofi, Teori, Dan Implikasi Penerapannya di Indonesia)*, Bayu Media, Malang, 2006.
- Keraf, A. Sonny., *Etika Bisnis (Tuntutan dan Relevansinya)*, Pustaka Filsafat, Kanisius, Yogyakarta, 1998.
- Muslich, *Etika Bisnis (Pendekatan Substantif dan Fungsional)*, Ekonisia, Kampus Fakultas Ekonomi UJI, Yogyakarta, 1998.
- Pratley, Peter., *The Essence of Business Ethics (Etika Bisnis)*, Andi, Yogyakarta, 1997
- Siagian, Sondang P., *Etika Bisnis*, PT. Pustaka Binaman Pressindo, PT. Ikrar Mandiri Abadi, Jakarta Pusat, 1996.
- Usman, Rachmadi., *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2004.
- Watioly, Aholiab., *Tanggung Jawab Pengetahun*, Pustaka Filsafat, Kanisius, Yogyakarta, 2001.
- Undang – undang Nomor : 5 Tahun 1999 tentang *Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, disahkan di Jakarta, tanggal 5 Maret 1999, oleh Presiden Republik Indonesia, tertanda.



Prof. Dr. Lanny Kusumawati, Dra., S.H., M.Hum.

Adalah seorang Guru Besar pada Fakultas Hukum Universitas Surabaya, alumni Program Pascasarjana, Program Doktor, Studi Ilmu Hukum, Universitas Airlangga Surabaya pada tahun 2001.

Profesi yang ditekuni saat ini adalah sebagai dosen yang mengajar di berbagai Perguruan Tinggi Swasta maupun Negeri, termasuk pengajar pada Program Pascasarjana, program studi Magister Kenotariatan maupun Magister Hukum di beberapa Universitas.

Selain itu, praktek sebagai Notaris dan Pejabat Pembuat Akta Tanah di wilayah Kota Surabaya.

ISBN : 978-979-25-2684-9