



Tantangan dan Pengaturan Price Discrimination: Studi Komparatif Indonesia dan Malaysia

Artina Wahyu Dwi Nugrahaeni

Fakultas Hukum Universitas Diponegoro Semarang

E-mail: artinanugrahaeni@ymail.com

Abstract: Globalization is characterized by the existence of openness and freedom in various fields of life which results in changes in various aspects of life that take place very quickly. Through globalization and information disclosure, economic activities become open and free so as to provide the widest opportunity for people to take part in business activities. For this reason the Law of the Republic of Indonesia Number 5 of 1999 was established concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition (Anti-Monopoly Law) which provides restrictions on activities that should not be carried out by business actors so that fair competition can be realized. Almost all countries already have competition policies in protecting market activities. To maintain a perfect market, anti-monopoly laws and antitrust laws were formed. The Antitrust Laws have been described as a comprehensive charter on economic freedom which aims to establish free competition as a trading rule.

Keywords: Business Competition Commission; Price Discrimination; Indonesia; Malaysia

Abstrak: Globalisasi ditandai dengan adanya keterbukaan dan kebebasan dalam berbagai bidang kehidupan yang mengakibatkan perubahan dalam berbagai aspek kehidupan yang berlangsung dengan sangat cepat. Melalui globalisasi serta keterbukaan informasi maka kegiatan ekonomi menjadi bersifat terbuka dan bebas sehingga memberikan peluang seluas-luasnya bagi masyarakat untuk ikut ambil bagian dalam kegiatan usaha. Untuk itulah dibentuk Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (UU Anti Monopoli) yang memberikan batasan-batasan kegiatan yang tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha agar persaingan sehat dapat terwujud. Hampir di seluruh negara telah memiliki kebijakan persaingan dalam melindungi kegiatan pasar. Untuk menjaga pasar yang sempurna ini dibentuklah undang-undang anti monopoli dan persaingan usaha tidak sehat (antitrust laws). Antitrust Laws telah diuraikan sebagai sebuah piagam yang komprehensif mengenai kebebasan ekonomi yang bertujuan untuk membangun persaingan bebas sebagai aturan perdagangan.

Kata Kunci: Komisi Persaingan Usaha; Price Discriminatio; Indonesia; Malaysia

A. Pendahuluan

Perkembangan ekonomi yang belakangan ini tumbuh dengan sangat cepat dan efektif hingga memunculkan integrasi ekonomi dunia dapat dikatakan sebagai salah satu dampak dari globalisasi yang telah menjadi pendorong utamanya. Globalisasi mendorong masuknya barang/jasa dari negara lain dan membanjiri pasar domestic, hingga akhirnya memunculkan persaingan antara pelaku usaha asing dengan usaha lokal dan antar pelaku usaha lokal itu sendiri. Perekonomian yang berkembang dengan maju dapat dilihat berdasarkan pada persaingan yang berlangsung antar pelaku usaha. Ketika terdapat persaingan antar pelaku usaha dalam suatu negara, dapat dipastikan negara tersebut maju dengan pesat karena pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi disebabkan oleh pemanfaatan teknologi dan peningkatan produktifitas yang didorong oleh pasar yang kompetitif.

Persaingan merupakan inti dari operasi pasar, dan mendorong inovasi, produktivitas dan pertumbuhan yang dapat menciptakan kesejahteraan. Pasar yang efisien dan adil sangat penting untuk meningkatkan atau mempercepat pembangunan sektor swasta dan pertumbuhan ekonomi. Dapat dipahami mengapa dalam pasar bebas harus dicegah penguasaan pasar oleh satu, dua, atau beberapa pelaku usaha saja (monopoli dan oligopoly), hal ini dikarenakan dalam pasar yang hanya dikuasai oleh sejumlah pelaku usaha maka terbuka peluang untuk menghindari atau mematikan bekerjanya mekanisme pasar, sehingga harga-harga ditetapkan secara sepihak dan dapat merugikan konsumen.¹ Pelaku usaha yang jumlahnya sedikit dapat membuat berbagai kesepakatan untuk membagi wilayah pemasaran, mengatur harga, kualitas, dan kuantitas barang dan jasa yang ditawarkan (kartel) guna memperoleh keuntungan yang setinggi-tingginya dalam waktu yang relative singkat.² Persaingan diantara pelaku usaha juga dapat terjadi secara curang (*unfair competition*) sehingga merugikan konsumen bahkan negara.³

Persaingan sempurna merupakan struktur pasar yang paling ideal, karena sistem pasar ini dianggap merupakan struktur pasar yang akan menjamin terwujudnya efisiensi kegiatan memproduksi barang atau jasa. Pasar ini didefinisikan sebagai struktur pasar atau industri dimana terdapat banyak penjual dan pembeli, dan setiap penjual dan pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan pasar. Selain itu, karakteristik dari pasar yang bersaing secara sempurna adalah dengan memberikan informasi secara luas kepada penjual maupun pembeli, mudahnya untuk masuk dan keluar dari pasar, infrastruktur didalam pasar layak, dan kontrak yang dibuat antara penjual dan pembeli dapat dengan mudah dilaksanakan. Ketika semua karakteristik ini terpenuhi, maka akan tercapailah maksimalisasi keuntungan yang akan diterima oleh pelaku usaha maupun konsumennya.

Dari sudut pandang pelaku usaha, persaingan kuat memberikan banyak keuntungan. Namun disisi lain, persaingan seringkali membuat orang bekerja dengan memberikan yang terbaik, memberikan tantangan yang sering kali menghasilkan respon yang benar-benar inovatif, dan dapat memberikan sesuatu yang terbaik dari sebuah perusahaan. Dalam persaingan sempurna, jumlah pelaku

¹ Andi Fahmi Lubis, et al, 2009, *Hukum Persaingan Usaha Antar Teks dan Konteks*, Jakarta: Deutsche Gesellschaft fur Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH, hlm. 3.

² *Ibid*, hlm 12

³ *Ibid*, hlm 15

usaha sangat banyak dan kemampuan setiap pelaku usaha dianggap sedemikian kecilnya, sehingga tidak mampu mempengaruhi pasar. Beberapa karakteristik agar sebuah pasar dapat dikatakan pasar persaingan sempurna, yaitu:⁴

1. Semua pelaku usaha memproduksi barang yang homogeny (homogenitas produk). Produk yang homogeny adalah produk yang mampu memberikan kepuasan (utilitas) kepada konsumen tanpa perlu mengetahui siapa produsennya;
2. Produsen dan konsumen memiliki pengetahuan atau informasi sempurna (perfect knowledge). Para pelaku ekonomi (konsumen dan produsen) memiliki pengetahuan sempurna tentang harga produk dan input yang dijual sehingga konsumen tidak akan mengalami perlakuan harga jual yang berbeda dari satu pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya;
3. Output sebuah perusahaan relative lebih kecil disbanding output pasar (*small relatively output*). Jumlah output perusahaan secara individu dianggap relative kecil dibandingkan dengan jumlah output seluruh perusahaan dalam industry.
4. Perusahaan menerima harga yang ditentukan pasar (*price taken*). Perusahaan menjual produknya dengan berpatokan pada harga yang ditetapkan pasar karena perusahaan tidak mampu mempengaruhi pasar.
5. Semua perusahaan bebas masuk dan keluar pasar. Dalam pasar persaingan sempurna, factor mobilitasnya tidak terbatas dan tidak ada yang harus dikeluarkan untuk memindahkan factor produksi.

Semua ini bertujuan untuk menumbuh kembangkan kapasitas pengusaha nasional yang handal dan kuat bersaing dipasar regional dan internasional. Selain itu, kebijakan ekonomi pemerintah mampu meyakinkan para investor asing dan eksportir luar negeri mendapat kesempatan yang sama untuk bersaing di pasar dalam negeri dengan pengusaha lokal atau nasional dalam mekanisme pasar yang sehat.

Dalam persaingan usaha merupakan sebuah proses dimana para pelaku usaha dipaksa menjadi perusahaan yang efisien dengan penawaran pilihan-pilihan produk dan jasa dalam harga yang lebih rendah. Persaingan hanya ada bila ada dua pelaku usaha atau lebih yang menawarkan produk dan jasa kepada para pelanggan dalam sebuah pasar. Untuk merebut hati konsumen, para pelaku usaha berusaha menawarkan produk dan jasa yang menarik baik dari segi harga, kualitas dan pelayanan.⁵ Fungsi penegakan hukum bertujuan untuk menghilangkan berbagai hambatan persaingan berupa perilaku bisnis yang tidak sehat. Sementara proses pemberian saran pertimbangan kepada pemerintah akan mendorong proses reformasi regulasi menuju tercapainya kebijakan persaingan yang efektif di seluruh sektor ekonomi. Selama ini, baik dalam proses penegakan hukum maupun dalam analisis kebijakan Pemerintah, seringkali ditemui bahwa kebijakan menjadi sumber dari lahirnya berbagai praktek persaingan usaha tidak sehat di beberapa sektor.

Agar pasar tetap bersaing, tidak boleh ada hambatan yang tidak perlu masuk kedalamnya sehingga perusahaan baru bisa masuk ketika mereka melihat peluang bisnis. Hambatan untuk keluar tidak boleh berlebihan, memungkinkan perusahaan untuk meninggalkan pasar ketika tidak dapat berjalan secara efektif. Sebuah kebijakan persaingan yang efektif juga harus melindungi hak-hak pengusaha untuk masuk dan meninggalkan pasar.⁶ Pembuatan undang-undang dilakukan oleh pemerintah untuk

⁴ Masyhurri, 2007, *Ekonomi Mikro*, Malang: UIN Press, hlm. 201.

⁵ Ditha Wiradiputra, 2008, *Hukum Persaingan Usaha; Suatu pengantar*, Bahan Ajaran Hukum Persaingan Usaha Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

⁶ *Ibid.*,

mengatur berbagai perdagangan dengan mencegah dari perbuatan yang melanggar hukum, penetapan harga dan monopoli, untuk menyelenggarakan persaingan, dan untuk mendorong produksi barang dan jasa yang berkualitas dengan harga yang rendah dengan tujuan utama untuk menjaga kesejahteraan masyarakat dengan memastikan bahwa tuntutan konsumen akan dipenuhi oleh pembuatan dan penjualan barang pada harga yang wajar.⁷

Di Indonesia, *antitrust laws* diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Lembar Negara Republik Indonesia Nomor 33 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang kemudian disebut UU Anti Monopoli.⁸ Untuk mewujudkan konsep perekonomian yang menganut sistem ekonomi pasar dan persaingan sehat seperti yang diinginkan oleh dunia usaha serta program pemulihan ekonomi Indonesia maka bulan Januari 1998 dilakukan penandatanganan Momerandum Kesepakatan antara pemerintah Indonesia dengan *International Monetary Fund* (IMF), yang kemudian dipertegas dan dituangkan dalam Momerandum Tambahan mengenai Kebijakan Ekonomi dan Keuangan Pemerintah RI (*Supplementary Momerandum of Economic and Financial Policies/MEEP of the Government of Indonesia*) pada 10 April 1998.⁹ Pemerintah Indonesia menyepakati untuk melaksanakan berbagai pembaharuan structural, salah satunya adalah untuk mengubah ekonomi Indonesia menjadi suatu ekonomi yang terbuka, kompetitif dan efisien.¹⁰ Suatu UU Anti Monopoli yang efektif merupakan prasyarat mutlak bagi berjalannya ekonomi pasar. Undang-undang ini melarang perjanjian yang menghambat persaingan, penyalahgunaan kekuasaan monopoli dan penggabungan perusahaan-perusahaan besar yang menguasai pasar, serta undang-undang ini juga menjamin terbukanya akses pasar untuk semua pihak.¹¹

Pemerintah Indonesia dalam hal ini juga membentuk sebuah Komisi yang bertugas untuk mengawasi kegiatan usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha dari tindakan-tindakan atau kegiatan-kegiatan yang dilarang oleh UU Persaingan usaha. Komisi ini dinamakan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (yang selanjutnya disebut KPPU) yang didasarkan pada Pasal 34 UU Antimonopoli dan Persaingan Usaha yang menginstrusikan bahwa pembentukan susunan organisasi, tugas dan fungsi komisi ditetapkan melalui keputusan Presiden. Status Komisi sebagaimana Pasal 30 disebutkan bahwa untuk mengawasi pelaksanaan UU No. 5 Tahun 1999 dibentuk Komisi Pengawas Persaingan Usaha, yaitu suatu lembaga independen yang terlepas dari pengaruh dan kekuasaan Pemerintah serta pihak lain. Adapun dalam konteks ketatanegaraan, KPPU merupakan lembaga negara komplementer (*state auxiliary organ*) yang mempunyai wewenang berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999 untuk melakukan penegakan hukum persaingan usaha.

Selain akan membahas mengenai KPPU yang ada di Indonesia, dalam penulisan makalah ini penulis juga akan membahas mengenai komisi pengawas persaingan usaha yang ada di Negara Malaysia yang hingga saat ini belum terbentuk oleh pemerintahnya dan akan mencoba membandingkan keduanya (antara Negara Indonesia dan Negara

⁷ Gregory Mankiw, 2006, *Pengantar Ekonomi Mikro*, Jakarta: Penerbit Salemba Empat, hlm. 405.

⁸ Sutan Remi Sjahdeni, 2002, *Latar Belakang, Sejarah dan Tujuan Undang-Undang Larangan Monopoli*, Jakarta: Jurnal Hukum Bisnis May-Juni, hlm. 13.

⁹ L. Budi Kagramanto, 2008, *Larangan Persekongkolan Tender (Perspektif Hukum Persaingan Usaha)*, Yogyakarta: Srikandi, hlm. 7.

¹⁰ Thee Kian Wie, *Aspek-Aspek Ekonomi Yang Perlu Diperhatikan Dalam Implementasi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999*, Jakarta: Jurnal Hukum Bisnis Vol.7, hlm. 64.

¹¹ Kartee, 2002, *Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Jakarta: Etcetera&Katalis, hlm. 1.

Malaysia). Serta penulis juga akan membahas mengenai pengaturan tentang *Price Discrimination* di Negara Indonesia dengan Negara Malaysia.

B. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, maka dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana perbandingan eksistensi komisi persaingan usaha yang ada di Negara Indonesia dengan lembaga di Negara Malaysia?
2. Bagaimanakah pengaturan mengenai tindakan price discrimination di Negara Indonesia dan Negara Malaysia?

C. Metode Pendekatan

Penyusunan penulisan ini menggunakan pendekatan yuridis normatif (*normative legal research*) dikarenakan penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan atau studi dokumen yang dilakukan atau ditujukan hanya pada peraturan-peraturan yang tertulis atau bahan hukum yang lain.

Pendekatan Normatif adalah pendekatan yang menelaah hukum sebagai kaidah yang dianggap sesuai dengan penelitian yuridis normatif atau penelitian hukum tertulis atau penelitian hukum yang doktrinal, yang bekerja untuk menemukan jawaban-jawaban yang benar dengan pembuktian kebenaran yang dicari dari preskripsi-preskripsi hukum yang tertulis di undang-undang. Dengan singkatnya bahwa penelitian yuridis normatif membahas doktrin-doktrin atau asas-asas dalam ilmu hukum.¹²

D. Pembahasan

1. Eksistensi Lembaga Komisi Persaingan Usaha yang ada di Negara Indonesia dengan lembaga di Negara Malaysia

Status Komisi sebagaimana Pasal 30 disebutkan bahwa untuk mengawasi pelaksanaan UU Nomor 5 Tahun 1999 dibentuk Komisi Pengawas Persaingan Usaha, yaitu suatu lembaga independen yang terlepas dari pengaruh dan kekuasaan Pemerintah serta pihak lain. Adapun dalam konteks ketatanegaraan, KPPU merupakan lembaga negara komplementer (*state auxiliary organ*)¹³ yang mempunyai wewenang berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999 untuk melakukan penegakan hukum persaingan usaha. Secara sederhana, *state auxiliary organ* adalah lembaga negara yang dibentuk di luar konstitusi dan merupakan lembaga yang membantu pelaksanaan tugas lembaga negara pokok (Eksekutif, Legislatif, dan Yudikatif) yang juga sering disebut dengan lembaga independen semu negara (*quasi*). Peran sebuah lembaga independen semu negara (*quasi*) menjadi penting sebagai upaya responsif bagi negara-negara yang tengah transisi dari otoriterisme ke demokrasi.

Sebagai pelaksanaan pasal 34, maka guna pengaturan lebih lanjut mengenai pembentukan, susunan organisasi, tugas, dan fungsi Komisi ditetapkan melalui Keputusan Presiden Nomor 75 Tahun 1999 tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Dalam Pasal 8 Keppres tersebut, tercantum

¹² Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1994, hlm. 36.

¹³ L. Budi Kagramanto, 2007, *Implementasi UU No 5 Tahun 1999 Oleh KPPU*, Jurnal Ilmu Hukum Yustisia: p.2.

bahwa Komisi terdiri dari Anggota Komisi dan Sekretariat. Keanggotaan Komisi terdiri atas seorang ketua merangkap anggota, seorang Wakil Ketua merangkap anggota, dan sekurang-kurangnya 7 (tujuh) orang anggota. Pengangkatan dan pemberhentian anggota atau Komisioner dilaksanakan oleh Presiden atas persetujuan DPR dengan masa jabatan selama 5 (lima) tahun dan dapat diangkat kembali untuk 1 kali masa jabatan berikutnya. Pada saat ini merupakan masa jabatan Komisi yang kedua untuk periode tahun 2006-2011 sebagaimana telah susunannya telah ditetapkan dalam Peraturan Presiden Nomor 59/P Tahun 2006.

Dengan demikian, penegakan hukum Antimonopoli dan persaingan usaha berada dalam kewenangan KPPU. Namun demikian, tidak berarti bahwa tidak ada lembaga lain yang berwenang menangani perkara monopoli dan persaingan usaha. Pengadilan Negeri (PN) dan Mahkamah Agung (MA) juga diberi wewenang untuk menyelesaikan perkara tersebut. PN diberi wewenang untuk menangani keberatan terhadap putusan KPPU dan menangani pelanggaran hukum persaingan yang menjadi perkara pidana karena tidak dijalkannya putusan KPPU yang sudah in kracht. MA diberi kewenangan untuk menyelesaikan perkara pelanggaran hukum persaingan apabila terjadi kasasi terhadap keputusan PN tersebut. Sebagai suatu lembaga independen, dapat dikatakan bahwa kewenangan yang dimiliki Komisi sangat besar yang meliputi juga kewenangan yang dimiliki oleh lembaga peradilan. Kewenangan tersebut meliputi penyidikan, penuntutan, konsultasi, memeriksa, mengadili, dan memutus perkara.¹⁴

Selanjutnya, KPPU merupakan suatu organ khusus yang mempunyai tugas ganda selain menciptakan ketertiban dalam persaingan usaha juga berperan untuk menciptakan dan memelihara iklim persaingan usaha yang kondusif. Meskipun KPPU mempunyai fungsi penegakan hukum khususnya Hukum Persaingan Usaha, namun KPPU bukanlah lembaga peradilan khusus persaingan usaha. Dengan demikian KPPU tidak berwenang menjatuhkan sanksi baik pidana maupun perdata. Kedudukan KPPU lebih merupakan lembaga administrative karena kewenangan yang melekat padanya adalah kewenangan administratif, sehingga sanksi yang dijatuhkan merupakan sanksi administratif.¹⁵

Adanya kendala tersebut mengakibatkan KPPU belum dapat secara optimal melaksanakan kewenangan yang dimilikinya. Selain mengatasi permasalahan-permasalahan di atas, tantangan yang harus dijawab selanjutnya adalah memperjelas status kelembagaan KPPU dalam sistem ketatanegaraan. Hal ini penting karena ketidakjelasan status KPPU dalam sistem ketatanegaraan menyebabkan Komisi ini menjadi rentan untuk diperdebatkan keberadaannya utamanya ketika komisi ini menjalankan tugas dan fungsinya.

Secara garis besar perkara terkait dugaan pelanggaran UU Nomor 5 Tahun 1999 bermula melalui diterimanya laporan dari masyarakat atau inisiatif Komisi yang berasal dari hasil monitoring. Atas laporan atau hasil monitoring dilakukan penelitian/klarifikasi terhadap pihak-pihak kemudian dilakukan pemberkasan dan gelar laporan untuk menilai kelayakan perkara masuk ke tahap Pemeriksaan Pendahuluan. Tahap Pemeriksaan Pendahuluan lebih

¹⁴ Andi Fahmi Lubis, et. Al, *Op.Cit.*, hlm. 311.

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 313

difokuskan untuk mendapatkan pengakuan dan/atau bukti awal yang cukup. Apabila dinilai perlu, maka perkara dapat dilanjutkan ke tahap Pemeriksaan Lanjutan untuk mendapatkan bukti-bukti pelanggaran. Selanjutnya hasil Pemeriksaan Lanjutan akan dibahas dalam Sidang Majelis Komisi untuk mendapatkan Putusan. Atas Putusan tersebut, para pihak terkait dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri atau Mahkamah Agung di tingkat kasasi. Salah satu keunikan dalam penanganan perkara di KPPU adalah adanya batasan waktu yang ketat untuk masing-masing tahap, hal ini ditekankan guna menyesuaikan dengan tuntutan dunia usaha yang dinamis dan membutuhkan kepastian dalam menjalankan aktivitasnya.

Persaingan yang adil dan terbuka membawa kepada pasar yang sehat dengan harga yang kompetitif, di mana lebih banyak barang dan jasa sampai ke lebih banyak pengguna. Kebijakan persaingan di Malaysia mengambil langkah maju yang signifikan dengan pemberlakuan UU Competition 2010 (CA2010) atau disebut juga UU Anti Persaingan 2010 (AP 2010). Undang-undang dasar Malaysia pertama yaitu hukum persaingan nasional yang komprehensif (atau undang-undang antitrust). Dengan diberlakukannya hukum, Malaysia sekarang memiliki instrumen penting dalam kebijakan persaingan. Kunci dari tujuan hukum persaingan adalah untuk “mempromosikan pembangunan ekonomi dengan mempromosikan dan melindungi proses persaingan”. AP 2010 bersama-sama dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen 1999 (CPA 1999) dapat dianggap sebagai dua pilar utama perlindungan konsumen di Malaysia.¹⁶ Kedua undang-undang yang dalam artian saling melengkapi, AP 2010 yang berfokus pada sisi penawaran sementara CPA 1999 di sisi permintaan (OECD, 2010).

Sejak Akta Persaingan 2010 (AP 2010) diberlakukan pada 1 Januari 2012, komisi Persaingan Malaysia telah berkembang maju sebagai pelaksana penegak undang-undang persaingan di Malaysia. Komisi Persaingan Malaysia (yang selanjutnya disebut MyCC) adalah lembaga penegak hukum untuk AP 2010 tersebut. Akta Persaingan 2010, telah memperkuat MyCC yang ditempatkan di bawah Departemen Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan untuk memastikan kepatuhan kepada Akta Persaingan (AP) 2010, menyelidiki keluhan tentang tingkah laku antipersaingan, melakukan penelitian pasar dan mendenda perusahaan-perusahaan yang melanggar peraturan. Pelaksanaan AP 2010 adalah satu dari Inisiatif Reformasi Strategis (*Strategic Reform Initiatives, SRI*) yang telah diidentifikasi di bawah Rencana Transformasi Ekonomi (*Economic Transformation Plan, ETP*), yang bertujuan untuk mendorong persaingan yang sehat dan berkembang dalam ekonomi Malaysia.¹⁷

MyCC adalah terdiri dari seorang Ketua dan perwakilan pemerintah dari Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Konsumerisme, Unit Perancang Ekonomi, Departemen Perdana Menteri, Jaksa Agung dan

¹⁶ Other laws that protect consumers include the Trade Descriptions Act 1972, the Hire-Purchase Act 1967, the Weights and Measures Act 1972, the Direct Sales Act 1993, and the Money Lenders Act, 1951.

¹⁷ [http://portal.parlimen.gov.my/ipms/modules/risalat/res/risalat/2014/Laporan%20Tahunan%20dan%20Penyata%20Kewangan%20Suruhanjaya%20Persaingan%20Malaysia%20\(MyCC\)%20Bagi%20Tahun%202013.pdf](http://portal.parlimen.gov.my/ipms/modules/risalat/res/risalat/2014/Laporan%20Tahunan%20dan%20Penyata%20Kewangan%20Suruhanjaya%20Persaingan%20Malaysia%20(MyCC)%20Bagi%20Tahun%202013.pdf), di akses pada tanggal 10 Juli 2015 pukul 18.35 WIB.

Kementerian Perdagangan Internasional dan Industri. MyCC juga memiliki lima orang anggota dari sektor swasta. Anggota MyCC adalah terdiri dari ahli dalam beberapa bidang seperti bidang undang-undang, ekonomi, bisnis, industri, perdagangan, administrasi publik, persaingan serta perlindungan pengguna. Semua usaha telah dilakukan untuk memastikan berbagai sektor diwakili bagi memungkinkan MyCC mencapai aspirasinya.

MyCC telah membentuk enam komite kerja untuk membantu dalam melaksanakan fungsi utamanya:

- a. Komite Keuangan dan Akuisisi
- b. Komite Sumber Daya Manusia
- c. Komite Advokasi
- d. Komite Publisitas dan Komunikasi
- e. Komite Pedoman Internal (*Internal guidelines*)
- f. Komite Pedoman Eksternal (*External guidelines*)

Sejak awal, MyCC telah aktif dalam menjalankan tugasnya. MyCC mendorong sektor publik dan swasta sehingga mengamalkan persaingan. MyCC juga menerbitkan pedoman tentang pelaksanaan dan penegakan AP 2010, melakukan penelitian yang terkait dengan persaingan dalam ekonomi Malaysia atau sektor-sektor ekonomi tertentu, dan mendidik dan meningkatkan kesadaran di kalangan masyarakat tentang penegakan AP 2010 dan bagaimana ia akan menguntungkan negara.

MyCC diberi kuasa oleh UU Komisi Persaingan 2010 untuk memastikan kepatuhan kepada AP 2010, menyelidiki keluhan tentang perilaku antipersaingan, melakukan penelitian pasar dan memberikan hukuman pada perusahaan-perusahaan yang ditemukan melanggar hukum persaingan. MyCC juga memiliki kekuasaan untuk menetapkan biaya atau biaya untuk layanan yang disediakan; memberi pinjaman, beasiswa dan uang muka kepada warga kerjanya; bekerjasama dengan badan korporasi lain atau lembaga pemerintah dan meminta informasi dari perusahaan untuk membantu dalam pelaksanaan fungsi-fungsinya; atau melakukan tugas apapun yang sifatnya incidental dengan fungsi dan kewenangannya.

Meskipun penegakan merupakan kegiatan inti MyCC, MyCC juga memegang tanggung jawab lain dalam misinya untuk menjaga kepentingan persaingan semua bisnis di Malaysia. Dalam tahun yang dikaji, MyCC mempertahankan momentumnya dalam upaya advokasi, mendorong pertanyaan akademik, melakukan survei pasar, mengeluarkan garis panduan tentang aplikasi dan implikasi AP 2010, dan menargetkan pihak-pihak yang berkepentingan seperti perusahaan kecil dan menengah (UKM) dan asosiasi perdagangan. Sebagai persiapan untuk menghadapi tantangan yang kian meningkat dari pasar-pasar dukungan yang kompetitif, MyCC meningkatkan kehadiran digital, meningkatkan jumlah warga, menyelenggarakan konferensi dan lokakarya, dan berpartisipasi secara aktif dalam kerjasama dan berbagi pengetahuan dengan badan-badan berkuasa lain.

Sebelum berlakunya UU Persaingan tanggal 1 Januari 2012, MyCC memfokuskan kegiatannya pada tiga bidang utama, yaitu, advokasi, pembangunan kapasitas dan penyusunan pedoman operasional. Kegiatan advokasi jelas sangat penting untuk menciptakan kesadaran di antara berbagai pemangku kepentingan seperti konsumen, LSM, asosiasi industri dan media.

Setelah mengantisipasi efek-efek ini ke atas lingkungan bisnis Malaysia, kami dapat meramalkan perlunya untuk kesadaran yang lebih tinggi di antara perusahaan besar dan kecil, serta asosiasi-asosiasi bisnis. Banyak orang menyatakan mereka tidak tahu tentang AP 2010, sementara yang lain masih memiliki salah tanggapan bahwa MyCC adalah bertentangan dengan bisnis. Inilah tantangan utama yang kami harus atasi melalui advokasi. Taruhan adalah tinggi, karena keberhasilan pelaksanaan undang-undang persaingan adalah salah satu bagian penting dalam transformasi ekonomi negara kita. Bila lebih banyak bisnis mendapat tahu tentang manfaat pasar yang adil dan kompetitif dengan bantuan MyCC, mereka akan menjadi lebih inovatif, efisien dan mampu bersaing di tingkat global.

Usaha-usaha advokasi kami adalah bagian dari proses yang berkelanjutan, dan masih banyak yang harus dilakukan untuk berkomunikasi tentang kepentingan AP 2010 kepada pihak-pihak yang kepentingan dalam sektor swasta dan publik. Kami telah menerbitkan dua buku panduan baru pada tahun lalu, UU Persaingan 2010: Panduan untuk Bisnis, dan UU Persaingan 2010: Garis Panduan Kepatuhan. Buku-buku panduan ini akan ditambahkan ke koleksi pedoman ada tentang AP 2010 dan merupakan alat yang tidak ternilai untuk bisnis yang ingin memahami AP 2010. Sebagai suatu Komisi yang relatif baru, MyCC masih memiliki perjalanan yang panjang. Pihak-pihak yang berkepentingan memiliki harapan tinggi terhadap apa yang dapat dicapai oleh MyCC dalam waktu singkat, meskipun kapasitas terbatas. Namun, dalam tahun 2013 telah mengambil langkah ke depan dalam menegakkan AP 2010. Antara pencapaian penting yang paling signifikan sejauh ini, MyCC telah mengeluarkan dua Keputusan Yang Dicadangkan mengingat adanya praktik antipersaingan yang berpotensi memberikan dampak besar kepada pengguna. Ini menunjukkan komitmen kami untuk membantu dan melindungi persaingan untuk semua pihak. Media massa telah mengambil perhatian pada kasus ini dan telah memberi dukungan kuat dalam menyampaikan mandat penegakan kami kepada publik.

Sebagai salah satu kegiatan MyCC yang dimandatkan di bawah AP 2010, Ulasan Pasar tetap alat penting untuk mengidentifikasi elemen-elemen antipersaingan dalam pasar tertentu. Detik penting utama MyCC dalam bidang Ulasan Pasar adalah studi tentang penetapan harga dalam industri layanan profesional, yang dilakukan dalam analisis pasar pada Juli 2013. Tambahan lagi, MyCC mencapai dua detik penting utama dengan menghasilkan publikasi yang ditargetkan untuk membantu bisnis memahami kebutuhan AP 2010. "UU Persaingan 2010: Panduan untuk Bisnis" memberi penjelasan sederhana tentang peristilahan hukum AP 2010, sementara "UU Persaingan 2010: Pedoman Kepatuhan" membantu pemilik bisnis dalam melaksanakan program kepatuhan hukum persaingan. Penerbitan telah tersedia untuk diunduh dari situs MyCC, yang tetap menjadi pusat referensi untuk semua pihak yang tertarik tentang hal-hal yang terkait dengan undang-undang persaingan. Kami juga mengembangkan keterlibatan dengan masyarakat melalui platform media sosial, yang telah memfasilitasi akses ke informasi tentang AP 2010 dan MyCC.

Misi MyCC yaitu untuk memajukan budaya persaingan dan mendidik pihak-pihak yang berkepentingan mencapai saat keunggulan ketika kami

menganjurkan Konferensi pertama kami berkenaan undang-undang persaingan. Pada 25 September 2013, Wakil Perdana Menteri Malaysia, YAB Tan Sri Dato 'Muhyiddin Yassin melancarkan Konferensi Hukum Persaingan MyCC yang pertama, satu acara detik penting untuk saling bertukar pengetahuan dalam hukum persaingan dan isu-isu persaingan. Konferensi dua hari ini, yang bertemakan “Standar Baru Menjalankan Bisnis di Malaysia” (*New Standards of Doing Business in Malaysia*) telah menemukan ahli dari seluruh dunia dengan peserta industry untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang isu-isu saat ini persaingan dan pengalaman yang berbeda untuk mencapai kepatuhan. Sebagian dari aktivitas pertumbuhan dan berbagi pengetahuan MyCC adalah mengambil bagian secara aktif dalam perjalanan, bengkel dan pertemuan internasional serta program kaitan. Keterlibatan kami dalam kegiatan ini telah memberi warga MyCC pandangan dan keterampilan yang berharga untuk beroperasi dalam lingkungan persaingan yang berubah-ubah.

Program advokasi kami akan terus ditargetkan ke bidang-bidang utama ini, terutama perusahaan kecil dan menengah (UKM) serta asosiasi perdagangan yang masih tidak menyadari tentang pentingnya mematuhi AP 2010. Usaha MyCC adalah sangat penting dalam menunjukkan kepada PKS lokal bagaimana AP 2010 melindungi mereka, dengan hasil akhirnya PKS akan mematuhi AP 2010 dan memiliki daya saing yang lebih. MyCC juga akan terus fokus pada tipuan tawaran, salah satu dari isu persaingan paling serius yang dihadapi oleh ekonomi-ekonomi di seluruh dunia. Menyusul restrukturisasi tim penegakan, MyCC akan terus memberi penekanan untuk pelatihan dan pembangunan kapasitas. MyCC juga akan menerbitkan pedoman tentang rezim relaksasi kami untuk mendorong pemberi informasi untuk bekerjasama dalam penyelidikan. Dengan menciptakan lingkungan yang bebas dari kegiatan antipersaingan yang melibatkan perusahaan-perusahaan lokal, yang kita adalah bahwa penegakan AP 2010 akan menciptakan sebuah ekonomi yang mendorong perkembangan inovasi. Pasar yang lebih sehat dan kompetitif ini akan menawarkan berbagai barang berkualitas tinggi kepada rakyat dan pada harga yang kompetitif sementara perusahaan-perusahaan Malaysia yang inovatif akan menghasilkan produk Dengan menciptakan lingkungan yang bebas dari kegiatan antipersaingan yang melibatkan perusahaan-perusahaan lokal, yang kita adalah bahwa penegakan AP 2010 akan menciptakan sebuah ekonomi yang mendorong perkembangan inovasi dan layanan ke tingkat internasional.

Melalui perannya sebagai penegak AP 2010, MyCC telah bertindak dalam mempromosikan dan memfasilitasi budaya persaingan yang sehat di Malaysia. Dalam melaksanakan mandatnya, MyCC telah memperoleh banyak prestasi yang membanggakan dalam tahun 2013 terutama ketika ia mengeluarkan dua Keputusan Yang Dicapangkan dan menerbitkan Pedoman untuk membantu perusahaan-perusahaan mematuhi AP 2010. MyCC juga sukses menyelenggarakan konferensi undang-undang persaingan Malaysia yang pertama untuk mengembangkan lagi suasana hukum persaingan di negara ini. Melalui kegiatan investigasi, penegakan, advokasi dan program bantuan kemasyarakatan, MyCC juga memainkan peran penting dalam mengubah pikiran bisnis Malaysia dan memacu budaya kompetisi. Saya menyarankan

perusahaan-perusahaan besar atau kecil untuk mengambil perhatian tentang penegakan tegas AP 2010 oleh MyCC, karena tindakan antipersaingan tidak lagi akan dibiarkan berkelanjutan dalam pasar. Dengan munculnya AP 2010, Malaysia telah bergabung dengan barisan 140 badan berwenang lainnya yang memiliki hukum persaingan nasional. Pertumbuhan berkelanjutan MyCC setimpal dengan peningkatan kepentingan hukum persaingan dalam upaya membangun negara yang kompetitif ditingkat global. Pemerintah Malaysia telah membuat AP 2010 untuk memastikan bahwa perusahaan-perusahaan kecil dan besar dilindungi dari praktek yang tidak adil. Dengan memperjuangkan hak bisnis untuk beroperasi dalam lingkungan kompetisi yang adil, AP 2010 akan membantu memperkuat ekonomi berbasis kualitas, efisiensi dan kepiawaian. Beberapa tantangan saja yang tinggal untuk diatasi. Mendeteksi dan menyelidiki kasus membutuhkan Bila lebih banyak bisnis mendapat tahu tentang faedah-faedah pasar yang adil dan kompetitif dengan bantuan MyCC, mereka akan menjadi lebih inovatif, efisien dan mampu bersaing di tingkat global. keahlian ekonomi dan legislatif yang tinggi; oleh itu MyCC terus menghadapi kendala dengan sumbernya yang terbatas. Untungnya, keanggotaan Malaysia dalam Organisasi Negara-Negara Asia Tenggara (ASEAN) menyediakan *platform* penting bagi kerjasama dalam bidang hukum dan kebijakan persaingan. Melalui berbagai kerjasama yang lintas batas dan kegiatan membangun kapasitas, MyCC telah mendapat pemahaman yang lebih mendalam tentang hal-hal teknis dan kesulitan dalam menegakkan AP 2010.

2. Pengaturan Mengenai Tindakan *Price Discrimination* di Negara Indonesia dan Negara Malaysia

Masalah diskriminasi harga (*Price Discrimination*) menyita banyak perhatian karena tindakan membedakan harga nominal dari produk atau jasa yang identik sangat mudah dijumpai dimana-mana, mulai dari iklan di media-media massa hingga penawaran berlangganan berbagai publikasi.¹⁸ Tetapi, perbedaan harga nominal tidaklah secara otomatis berarti tindakan anti persaingan. Perbedaan harga yang tidak memiliki landasan yang jelas, terutama dari sudut biaya, apalagi jika dipayungi dengan perjanjian, atau dilakukan oleh perusahaan yang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi pasar, sangat bisa jadi bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.¹⁹

Dalam perspektif teori Ekonomi, Diskriminasi harga pada dasarnya merupakan bagian dari strategi perusahaan untuk menghasilkan tambahan uang dengan mengisolasi pelanggan atau kelompok pelanggannya, dan mengenakan tingkat harga yang berbeda sesuai dengan elastisitas permintaan dari pelanggan atau kelompok pelanggan yang bersangkutan. Robinson (1979) mendefinisikan diskriminasi harga sebagai “*the act of selling the same article, produced under a single control, at different prices to different buyers...*”. Dengan definisi di atas, diskriminasi harga hanya terjadi jika tindakan memenuhi kondisi bahwa harga yang berbeda dikenakan terhadap artikel (barang) yang sama. Unit-unit

¹⁸ M. Nawir Messi, 2000, dalam *Untaian Pemikiran Sewindu Hukum Persaingan Usaha*, Komisi Pengawasan Persaingan Usaha, hlm. 73.

¹⁹ *Ibid*, hlm 76

identik secara fisik dari barang yang diperjual belikan adalah merupakan artikel yang berbeda secara ekonomi, jika dijual pada pasar yang berbeda. Jika terdapat perbedaan biaya di dalam memasarkan produk pada pasar yang berbeda, maka dengan kondisi pasar bersaing unit-unit identik secara fisik dari produk tersebut bisa jadi akan masuk ke pasar yang berbeda-beda dengan harga yang berbeda-beda pula. Karena itu, perbedaan-perbedaan harga dari suatu barang bisa jadi bukan merupakan tindakan diskriminasi harga, kecuali jika transaksi jual belinya dilakukan pada kondisi biaya yang identik. Di sisi lain, diskriminasi harga terjadi jika unit-unit identik secara fisik dari suatu jenis barang atau produk dijual pada harga yang sama di pasar yang biaya transaksi per unitnya berbeda-beda.

Diskriminasi harga secara sporadis (*sporadic price discrimination*) adalah karakteristik dari proses penyesuaian pasar yang bersaing menuju keseimbangan. Produser pada umumnya mengetahui kondisi pasar seperti apa yang terjadi pada tingkat harga yang sedang berlangsung. Tetapi produser pada umumnya tidak mengetahui jika kondisi pasar berubah, atau bagaimana pasar akan bereaksi terhadap perubahan-perubahan harga yang nyata. Eksperimen dengan perbedaan-perbedaan harga akan menghasilkan informasi pasar yang dibutuhkan oleh produser untuk membuat keputusan mengenai output dan harga yang pada gilirannya akan menggiring pasar dari suatu keseimbangan ke keseimbangan yang baru.

Oleh sebab itu, perhatian terhadap tindakan diskriminasi harga di dalam kebijakan persaingan usaha bukanlah terhadap tindakan diskriminasi sporadic maupun yang bersifat persisten pada pasar yang bersaing. Tetapi, yang lebih penting adalah perhatian terhadap tindakan sistematis diskriminasi harga yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang memiliki kekuatan pasar (*market power*). Analisis klasik dari fenomena-fenomena tersebut membedakan 3 (tiga) jenis diskriminasi harga:

a. *First Degree Price Discrimination*²⁰

Jenis pertama diskriminasi harga adalah berdasarkan kemampuan penjual menentukan secara tepat kemauan dari setiap pembeli atau konsumen untuk membayar (*willingnes to pay*, WTP) terhadap barang yang ditawarkan. Setiap konsumen memiliki preferensi dan daya beli yang berbeda. Karena itu WTP dari konsumen terhadap suatu barang atau jasa bisa jadi melebihi atau lebih besar dari (satu) harga di pasar yang bersaing. Perbedaan ini kemudian dikenal dengan surplus konsumen. *First degree price discrimination* yang diterapkan oleh suatu perusahaan pada dasarnya adalah upaya untuk mengekstrak surplus konsumen sebanyak-banyaknya. Praktek yang mengenakan harga yang berbeda pada setiap pembeli berdasarkan WTPnya dikenal sebagai *perfect first-degree price discrimination*. Di dalam praktek, hampir tidak mungkin menjalankan *perfect first-degree price discrimination*. Pertama, biasanya menjadi sangat tidak praktis mengenakan harga yang berbeda-beda kepada setiap konsumen. Kedua, perusahaan biasanya tidak mengetahui WTP dari setiap konsumen. Tetapi, penjual atau produser sewaktu-waktu dapat melakukan diskriminasi dengan menawarkan beberapa harga berbeda konsumennya.

²⁰ *Ibid.*, hlm. 74.

Hal ini misalnya dilakukan oleh professional seperti dokter, akuntan, atau arsitek yang mengenal kliennya dengan baik.

b. *Second Degree Price Discrimination*²¹

Di beberapa pasar, setiap konsumen membeli sejumlah barang atau jasa dalam suatu periode waktu tertentu, maka permintaan tambahan konsumen terhadap barang tersebut terus menurun. Sebagai contoh permintaan terhadap listrik dan air. Konsumen bisa jadi membeli beberapa ratus kilowatt listrik sebulan, tetapi WTPnya akan menurun bersamaan dengan kenaikan konsumsinya. Seratus kilowatt pertama bisa jadi sangat berarti bagi konsumen dan oleh karena itu WTPnya secara relatif akan sangat tinggi dibandingkan WTP terhadap unit-unit tambahan konsumsi berikutnya. Dalam situasi seperti ini, perusahaan dapat mendiskriminasikan harga berdasarkan jumlah unit yang dikonsumsi. Harga per unit yang lebih rendah diberikan terhadap blok pembelian atau konsumsi berikutnya. Tindakan ini dikenal dengan *second degree price discrimination*. Salah satu contoh dari *second degree discrimination* adalah *block pricing* oleh perusahaan tenaga listrik. Jika terdapat *economies of scale* di perusahaan bersangkutan yang memungkinkan penurunan biaya rata-rata dan biaya marginal, otoritas yang mengontrol harga listrik dapat mendorong *block pricing strategy*. Dengan peningkatan output yang pada gilirannya mendorong pencapaian *economies of scale*, kesejahteraan konsumen dapat ditingkatkan bersamaan dengan kecenderungan peningkatan keuntungan bagi perusahaan. Bertolak dari hal ini, maka dapat dikatakan bahwa tindakan *second degree price discrimination* cenderung menguntungkan produsen sekaligus konsumen.

c. *Third Degree Price Discrimination*²²

Jenis diskriminasi harga yang terakhir (*third degree price discrimination*) terjadi apabila perusahaan mampu memilah-milah pelanggannya ke dalam dua atau lebih segmen pasar, dimana setiap segmen pasar didefinisikan berdasarkan karakteristiknya yang unik. Beberapa dari pasar tersebut bisa jadi *price sensitive*, sementara segmen lainnya bersifat *price insensitive* atau *less sensitive*. Beberapa contoh *third degree price discrimination* antara lain adalah *regular vs. spesial airline tariff*, diskon bagi pelajar dan lansia. Agar strategi diskriminasi menjadi efektif, perusahaan harus memiliki instrumen yang mampu mencegah pihak lain menjadi perantara atas arus barang dari suatu segmen pasar (kelompok pembeli) ke segmen pasar lainnya. Dengan kata lain pasar harus terpisah. Sebagaimana halnya tindakan diskriminasi lain yang telah disinggung sebelumnya, *third degree price discrimination* juga cenderung memberikan keuntungan kepada produsen sekaligus kepada konsumen.

Sedangkan, *Price Discrimination* dalam perspektif Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat berkaitan dengan harga diatur di dalam dua kelompok aturan atau pasal, yakni diskriminasi harga yang disepakati di bawah payung perjanjian, dan diskriminasi harga yang dilakukan secara sepihak atau tanpa perjanjian.

²¹ *Ibid.*, hlm. 76

²² *Ibid.*, hlm. 78.

1. Diskriminasi harga yang disepakati di bawah payung perjanjian.

Ada dua pasal di dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang mengatur diskriminasi harga yang disepakati di bawah perjanjian, yakni Pasal 5 ayat 1 dan Pasal 6.

Pasal 6 sebagai berikut: *“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 ini melarang perjanjian-perjanjian yang dapat menimbulkan diskriminasi. Perjanjian yang dimaksud disini menurut Hansen dkk adalah terbatas pada perjanjian dalam hubungan vertical, karena itu sebagai pihak-pihak yang membuat perjanjian, pelaku usaha tidak berada satu sama lain dalam hubungan persaingan aktual atau potensial.²³ Hubungan tersebut misalnya terjadi antara pemasok dan agen atau produsen dan distributor. Sebagai contoh, pembeli tertentu diberikan kemudahan sistem pembayaran dibanding pembeli-pembeli lain. Hubungan antara pembeli dan penjual (produsen) adalah hubungan vertikal. Menurut Hansen dkk., interpretasi di atas merupakan konsekuensi dari rumusan *“...pembeli harus membayar dengan harga yang berbeda ...”*. Namun jika ini landasan penafsirannya, maka pembeli harus membayar dengan harga yang berbeda tidak hanya disebabkan oleh perjanjian dalam hubungan vertikal, tetapi juga dimungkinkan oleh perjanjian dalam hubungan horizontal. Misalnya saja, perjanjian eksklusif antara perusahaan kartu kredit X dengan jasa angkutan penerbangan udara Y dalam hubungan horizontal menyebabkan diskriminasi harga bagi pemegang kartu kredit non X. Meskipun demikian, pemeriksaan terhadap contoh kasus terakhir hendaknya tidak dilakukan dengan menggunakan Pasal 6, melainkan dengan Pasal 5 ayat 1.

Pasal 5 ayat (1) sebagai berikut: *“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.”*

Pasal 5 ayat 1 pada dasarnya merupakan larangan terhadap setiap perjanjian harga yang bersifat horizontal. Salah satu jenis perjanjian harga horizontal adalah perjanjian harga untuk memperlakukan pembeli tertentu berbeda dalam hal harga dengan pembeli atau pelanggan lainnya.

2. Diskriminasi harga tanpa perjanjian

Pasal 19 ayat (d), sebagai berikut: *“Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain yang dapat menyebabkan terjadi praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat berupa: (d) melakukan praktek diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu.”*

²³ Hansen, Knud, dkk, 2002, *Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Law Concerning prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition)*, Jakarta: GTZ kerjasama dengan Katalis, Cetakan Kedua, hlm. 101.

Rumusan Pasal 19 berada di bawah judul Penguasaan Pasar, oleh banyak kalangan diterjemahkan sebagai sinonim dari “posisi dominan”. Oleh karena itu, Pasal 19 ayat d pada dasarnya merupakan larangan bagi pelaku usaha yang mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi pasar, baik sendiri maupun secara bersama-sama dengan pelaku usaha lain. Jika dikaitkan dengan potensi bahaya yang ditimbulkan oleh tindakan diskriminasi harga yang dilakukan secara sistemik oleh pelaku yang memiliki kekuatan pasar sebagaimana diuraikan di bagian depan, maka potensi bahaya tersebut telah memiliki perangkat pemeriksaan melalui pasal ini.

Diskriminasi harga dalam bentuk lain, sebagaimana disebutkan di bagian awal bahwa mengikuti kriteria Martin, tindakan diskriminasi harga yang bersifat anti persaingan juga berlangsung jika unit-unit identik secara fisik dari suatu jenis barang atau produk dijual pada harga yang sama di pasar yang biaya produksi dan pemasaran per unitnya berbeda-beda. Atau dengan kata lain, tindakan diskriminasi harga terjadi manakala produsen menjual dengan tingkat harga yang sama meskipun dengan *price-cost* ratio yang berbeda.

Di dunia nyata, fenomena tersebut di atas banyak ditemui pada upaya perusahaan untuk mencegah persaingan antar distributor di tiap wilayah pemasaran yang dapat mengakibatkan mengalirnya produk dari suatu wilayah pemasaran ke wilayah pemasaran lainnya. Untuk mencegah arus produk antar wilayah tersebut, perusahaan menetapkan kebijakan harga yang sama, meskipun biaya yang terjadi pada kedua wilayah tadi berbeda, paling tidak karena perbedaan biaya pengiriman atau transportasi. Meskipun ruang lingkup dan definisi diskriminasi harga meliputi fenomena tersebut di atas, namun Pasal 6 tidak memberi ruang untuk itu. Meskipun demikian Pasal 8 UU Nomor 5 Tahun 1999 tampaknya lebih relevan merespon persoalan-persoalan persaingan demikian itu.

Perbedaan harga mungkin diperlukan, misalnya untuk alasan pasar yang terpencil menyebabkan biaya transportasi lebih tinggi atau karena pembelian massal oleh pembeli memungkinkan biaya pasokan menjadi lebih rendah. Namun di Negara Malaysia, hal itu menjadi penyalahgunaan posisi dominan ketika diskriminasi harga bukan disebabkan faktor ekonomi dan adalah tidak adil. Diskriminasi harga terjadi di mana produk yang sama dijual dengan berbeda harga dan perbedaan harga tersebut tidak terkait dengan biaya memasok produk. Ini termasuk menjual produk yang sama untuk pelanggan yang berbeda dengan harga yang berbeda dan menjual produk ke pelanggan yang sama dengan harga yang berbeda. Diskriminasi harga dapat memiliki efek buruk pada konsumen. Misalnya, di mana perusahaan dominan menetapkan harga rendah untuk produk persaingan yang ketat dan lintas mensubsidi margin yang lebih rendah dari daerah di mana ada kurangnya persaingan dan oleh ini memaksa perusahaan-perusahaan kecil dari pasar yang kompetitif. Dalam Akta Persaingan 2010 Perjanjian Antipersaingan bagian 4, perusahaan yang bersaing di pasar dilarang memasuki perjanjian atau kesepakatan (*horizontal agreement*) yang memiliki tujuan atau efek yang dapat membatasi dan membatasi proses persaingan. Bagian 4 (2) menguraikan contoh perjanjian yang secara jelas memiliki tujuan membatasi persaingan seperti penetapan harga, pembagian pasar, membatasi output dan sebagainya. Untuk perjanjian

yang serius seperti ini, Komisi Persaingan tidak perlu membuat analisis ekonomi yang detail untuk membuktikan bahwa perjanjian tersebut memiliki dampak ekonomi terhadap persaingan karena perjanjian kartel ini sudah jelas memiliki tujuan yang satu, yaitu untuk membatasi persaingan antara perusahaan di pasar.²⁴

Sebagai contoh, perjanjian antara perusahaan yang bersaing di pasar untuk menetapkan harga suatu produk atau layanan adalah jelas bertujuan untuk membatasi persaingan harga di pasar. Penetapan harga membatasi perusahaan dari bersaing menurunkan atau menaikkan harga berdasarkan kondisi permintaan dan penawaran di pasar. Harga produk atau layanan tidak dapat diturunkan berdasarkan efisiensi dan inovasi masing-masing. Penetapan harga juga tidak mendorong perusahaan bersaing menggunakan teknologi terbaru dan berinovasi untuk menghasilkan produk atau jasa yang bermutu tinggi dengan harga yang rendah. Efeknya, pengguna harus menikmati harga produk atau layanan yang tinggi dari yang seharusnya. Pembagian pasar pula jelas bertujuan membatasi perusahaan dari bersaing di daerah tertentu. Kondisi ini mencegah pengguna dari membuat pilihan sendiri serta terpaksa akur dengan harga yang ditetapkan meskipun tinggi karena tidak memiliki pilihan lain.

Perusahaan dapat membuat sesuatu perjanjian yang bersifat anti persaingan jika perusahaan tersebut dapat membuktikan bahwa:²⁵

- a. Perjanjian tersebut memiliki manfaat dari segi teknologi, efisiensi dan sosial di bawah bagian 5 UU Persaingan 2010.
- b. Manfaat tersebut tidak dapat dicapai selain memasuki perjanjian antipersaingan tersebut.
- c. Efek terhadap persaingan adalah seimbang dengan manfaat yang bakal diperoleh.
- d. Perjanjian tersebut tidak menghapus keseluruhan proses persaingan sama sekali.

Untuk tujuan ini, perusahaan juga dapat menerapkan pengecualian individu terhadap perjanjian yang mungkin melanggar UU Persaingan dengan syarat semua kriteria tersebut terpenuhi. Dalam mempertimbangkan permohonan untuk mendapatkan pengecualian individu, Komisi Persaingan juga akan mempertimbangkan apakah perjanjian tersebut memberikan manfaat kepada pengguna akhir.²⁶ Sebagai contoh, perjanjian penetapan harga mungkin diizinkan untuk tujuan menstabilkan harga suatu produk di pasar. Perang harga dapat menyebabkan harga suatu produk jatuh terlalu rendah. Perang harga juga dapat menyebabkan kerugian terhadap perusahaan di pasar atau mendorong perusahaan tersebut memasarkan produk yang tidak berkualitas dan tidak sesuai spesifikasi tertentu kepada para pengguna. Perjanjian penetapan harga diizinkan jika dapat meningkatkan efisiensi produktivitas dan inovasi berikutnya dapat memberikan manfaat kepada pengguna dalam bentuk produk yang bermutu tinggi pada harga yang wajar.

²⁴ Nasarudin Abdul Rahman, 2013, *Ulasan Perundangan: Undang-Undang Persaingan Di Malaysia: Kajian Terhadap Akta Persaingan 2010*, Malaysia: Universiti Islam Antarabangsa Malaysia, hlm. 296.

²⁵ *Ibid.*, hlm. 297.

²⁶ *Ibid.*, 299

Berdasarkan pedoman yang dikeluarkan oleh Komisi Persaingan, UU Persaingan tidak berlaku untuk perjanjian yang dibuat oleh perusahaan yang bersaing di pasar jika kombinasi bagian pasar (*market share*) perusahaan tersebut tidak melebihi 20 persen dari keseluruhan pangsa pasar di pasar. UU Persaingan juga tidak berlaku untuk perjanjian vertikal (perjanjian antara perusahaan yang tidak saling berkompetisi sendiri di pasar seperti produsen dengan distributor) jika bagian pasar setiap individu (produsen atau distributor) tidak melebihi 25 persen dari keseluruhan pangsa pasar di pasar. Pengecualian ini sangat penting untuk melindungi perusahaan kecil yang memiliki pangsa pasar yang kecil. Biasanya, perjanjian antara perusahaan kecil tidak memiliki dampak yang besar terhadap persaingan di pasar. Lembaga pengawas persaingan di Malaysia yaitu MyCC akan memeriksa harga dan bentuk-bentuk diskriminasi pada kasus-perkasus. MyCC mengakui bahwa diskriminasi harga tidak selalu kasar dan dapat bermanfaat dalam beberapa kasus. Dengan memasok lebih untuk kelompok yang lebih baik dapat membelinya, diskriminasi harga bisa menyebabkan output yang lebih tinggi dengan pengisian kurang untuk menurunkan kelompok pendapatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan.

E. Penutup

Di Indonesia, status Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) sebagaimana Pasal 30 disebutkan bahwa untuk mengawasi pelaksanaan UU Nomor 5 Tahun 1999 dibentuk Komisi Pengawas Persaingan Usaha, yaitu suatu lembaga independen yang terlepas dari pengaruh dan kekuasaan Pemerintah serta pihak lain. Adapun dalam konteks ketatanegaraan, KPPU merupakan lembaga negara komplementer (*state auxiliary organ*) yang mempunyai wewenang berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999 untuk melakukan penegakan hukum persaingan usaha. Sebagai pelaksanaan pasal 34, maka guna pengaturan lebih lanjut mengenai pembentukan, susunan organisasi, tugas, dan fungsi Komisi ditetapkan melalui Keputusan Presiden Nomor 75 Tahun 1999 tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Dalam Pasal 8 Keppres tersebut, tercantum bahwa Komisi terdiri dari Anggota Komisi dan Sekretariat. Keanggotaan Komisi terdiri atas seorang ketua merangkap anggota, seorang Wakil Ketua merangkap anggota, dan sekurang-kurangnya 7 (tujuh) orang anggota. Sedangkan di Malaysia, Komisi Persaingan Malaysia disebut juga MyCC adalah lembaga penegak hukum untuk Akta Persaingan 2010.

Akta Persaingan 2010, telah memperkuat MyCC yang ditempatkan di bawah Departemen Perdagangan dan Persaingan (AP) 2010, menyelidiki keluhan tentang tingkah laku antipersaingan, melakukan penelitian pasar dan mendenda perusahaan-perusahaan yang melanggar peraturan. MyCC adalah terdiri dari seorang Ketua dan perwakilan pemerintah n Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan untuk memastikan kepatuhan kepada Ak dari Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Konsumerisme, Unit Perancang Ekonomi, Departemen Perdana Menteri, Jaksa Agung dan Kementerian Perdagangan Internasional dan Industri. MyCC juga memiliki lima orang anggota dari sektor swasta. Anggota MyCC adalah terdiri dari ahli dalam beberapa bidang seperti bidang undang-undang, ekonomi, bisnis, industri, perdagangan, administrasi publik, persaingan serta perlindungan pengguna. MyCC diberi kuasa oleh UU

Komisi Persaingan 2010 untuk memastikan kepatuhan kepada AP 2010, menyelidiki keluhan tentang perilaku antipersaingan, melakukan penelitian pasar dan memberikan hukuman pada perusahaan-perusahaan yang ditemukan melanggar hukum persaingan. MyCC juga memiliki kekuasaan untuk menetapkan biaya atau biaya untuk layanan yang disediakan; memberi pinjaman, beasiswa dan uang muka kepada warga kerjanya; bekerjasama dengan badan korporasi lain atau lembaga pemerintah dan meminta informasi dari perusahaan untuk membantu dalam pelaksanaan fungsi-fungsinya; atau melakukan tugas apapun yang sifatnya incidental dengan fungsi dan kewenangannya.

Di dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, terdapat beberapa Pasal yang dapat dijadikan instrumen pemeriksaan kasus yang timbul sebagai akibat tindakan diskriminasi harga. Pasal-pasal tersebut antara lain Pasal 5 ayat 1, Pasal 6, dan Pasal 19 ayat d. Pasal 5 ayat 1 berkaitan dengan masalah diskriminasi harga yang terjadi sebagai akibat perjanjian dalam hubungan horizontal, Pasal 6 berkaitan dengan kasus diskriminasi harga sebagai akibat perjanjian yang bersifat verikal, sedangkan Pasal 19 ayat d adalah berkaitan dengan kasus diskriminasi harga yang dilakukan oleh perusahaan yang dapat mempengaruhi pasar. Sedangkan, didalam Akta Persaingan 2010 Malaysia Bagian 4 (2) menguraikan contoh perjanjian yang secara jelas memiliki tujuan membatasi persaingan seperti penetapan harga, pembagian pasar, membatasi output dan sebagainya. Diskriminasi harga dalam Akta Persaingan 2010 mungkin diizinkan untuk tujuan menstabilkan harga suatu produk di pasar, Perjanjian penetapan harga diizinkan jika dapat meningkatkan efisiensi produktivitas dan inovasi berikutnya dapat memberikan manfaat kepada pengguna dalam bentuk produk yang bermutu tinggi pada harga yang wajar.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Andi Fahmi Lubis, et al. 2009. Hukum Persaingan Usaha Antar Teks dan Konteks. Jakarta: Deutsche Gesellschaft fur Technishe Zusammenarbeit (GTZ) GmbH.

Ditha Wiradiputra. 2008. Hukum Persaingan Usaha; Suatu pengantar. Bahan Ajaran Hukum Persaingan Usaha Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

Gregory Mankiw. 2006. Pengantar Ekonomi Mikro. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Hansen, Knud, dkk., 2002. Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Law Concerning prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition) cet ke-2. Jakarta: GTZ kerjasama dengan Katalis.

Kartee. 2002. Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Jakarta: Etcetera&Katalis.

L. Budi Kagramanto. 2008. Larangan Persekongkolan Tender (Perspektif Hukum Persaingan Usaha). Yogyakarta: Srikandi.

-----2007. Implementasi UU No 5 Tahun 1999 Oleh KPPU. Jurnal Ilmu Hukum Yustisia.

M. Nawir Messi. 2008. Dalam Untaian Pemikiran Sewindu Hukum Persaingan Usaha, Komisi Pengawasan Persaingan Usaha. Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU).

Masyhurri. 2007. Ekonomi Mikro. Malang: UIN Press.

Thee Kian Wie. Aspek-Aspek Ekonomi Yang Perlu Diperhatikan Dalam Implementasi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Jakarta: Jurnal Hukum Bisnis Vol.7.

Sutan Remi Sjahdeni. 2002. Latar Belakang, Sejarah dan Tujuan Undang-Undang Larangan Monopoli. Jakarta: Jurnal Hukum Bisnis May-Juni.

Nasarudin Abdul Rahman. 2013. Ulasan Perundangan: UNDANG-UNDANG PERSAINGAN DI MALAYSIA: KAJIAN TERHADAP AKTA PERSAINGAN 2010. Malaysia: Universiti Islam Antarabangsa Malaysia.

Internet :

[http://portal.parlimen.gov.my/ipms/modules/risalat/res/risalat/2014/Laporan%20Tahunan%20dan%20Penyata%20Kewangan%20Suruhanjaya%20Persaingan%20Malaysia%20\(MyCC\)%20Bagi%20Tahun%202013.pdf](http://portal.parlimen.gov.my/ipms/modules/risalat/res/risalat/2014/Laporan%20Tahunan%20dan%20Penyata%20Kewangan%20Suruhanjaya%20Persaingan%20Malaysia%20(MyCC)%20Bagi%20Tahun%202013.pdf)

<http://www.eria.org/ERIA-DP-2014-02.pdf>