

Analysis of the Impact of Monopoly Practices in the Entertainment Sector

Nafis Dwi Kartiko^{1*}, Samuel Putra Soegiono²

Fakultas Hukum, Universitas Pelita Harapan, Surabaya, Indonesia

Corresponding Author: Nafis Dwi Kartiko nafisdwikartiko@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Monopoly,
Entertainment Sector,
Business Competition

Received : 25 January

Revised : 10 February

Accepted: 12 March

©2024 Kartiko, Soegiono: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This study aims to investigate the practice of monopoly in the entertainment sector in Indonesia. Specifically, it focuses on the alleged conspiracy between venue owners and sound system equipment rental vendors. This study investigates the extent to which exclusive cooperation can be categorized as a monopoly according to Law No. 5/1999 on the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition, using the Normative-Dogmatic Juridical method. The text also mentions the prohibition of monopolistic practices and unfair business competition. The focus is on analyzing analysis of existing legal norms, through a deductive approach to identify violations of the law that occur without connecting directly with the social context of society. Research Results: The study indicates that conspiracies in the entertainment industry reflect monopolistic practices that violate legal norms. These practices eliminate market diversity, limit consumer choice, and result in uncompetitive prices and reduced service quality. These findings contribute to the competition law literature by providing a new interpretation of monopolistic practices at a smaller scale and in a more contextualized manner. They also offer input for stakeholders in designing effective regulations to prevent monopolization, support innovation, and protect consumers.

Analisis Dampak Praktik Monopoli dalam Sektor Hiburan

Nafis Dwi Kartiko^{1*}, Samuel Putra Soegiono²

Fakultas Hukum, Universitas Pelita Harapan, Surabaya, Indonesia

Corresponding Author: Nafis Dwi Kartiko nafisdwikartiko@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Monopoli, Sektor Hiburan, Persaingan Usaha

Received : 25 Januari

Revised : 10 Februari

Accepted: 12 Maret

©2024 Kartiko, Soegiono: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menggali praktik monopoli di sektor hiburan Indonesia, khususnya dalam konteks persengkokolan antara pemilik venue dan vendor penyewaan perlengkapan sound system. Dengan menggunakan metode Yuridis Normatif-Dogmatik, studi ini menyelidiki sejauh mana kerjasama eksklusif ini dapat dikategorikan sebagai monopoli menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Fokusnya adalah pada analisis norma hukum yang ada, melalui pendekatan deduktif untuk mengidentifikasi pelanggaran hukum yang terjadi tanpa menghubungkan secara langsung dengan konteks sosial masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persengkokolan di sektor hiburan mencerminkan praktik monopoli yang melanggar norma hukum, mengeliminasi keberagaman pasar dan membatasi pilihan konsumen, yang berdampak pada harga tidak kompetitif dan penurunan kualitas layanan. Temuan ini tidak hanya berkontribusi pada literatur hukum persaingan usaha dengan menyediakan interpretasi baru mengenai praktik monopoli dalam skala usaha yang lebih kecil dan kontekstual, tetapi juga memberikan masukan bagi pemangku kepentingan dalam merancang regulasi yang efektif untuk mencegah monopoli, mendukung inovasi, dan melindungi konsumen.

PENDAHULUAN

Kemunculan pelaku usaha baru di berbagai sektor menjadi fenomena yang menonjol di era saat ini (Garg & Shivam, 2017; Purwatiningsih, 2021). Pemerintah memainkan peranan kunci dengan memberikan insentif dan program untuk merangsang pertumbuhan ekonomi, khususnya melalui peningkatan jumlah wirausaha dan penciptaan lapangan kerja (Kongolo, 2010; Sekhar & Radha, 2019). Pertumbuhan usaha yang cepat ini memaksa Pengusaha untuk mencari strategi efektif dalam memastikan keberlanjutan bisnis (Epstein & Roy, 2001; Zeithaml et al., 2001). Banyak dari mereka mengadopsi pendekatan inovasi dan pengembangan berkelanjutan (Valaskova et al., 2022). Produk atau jasa yang inovatif dan unik menjadi penting, tidak hanya menambah nilai bisnis tetapi juga sebagai strategi pemasaran tidak langsung. Namun, keputusan bisnis yang kurang tepat sering kali terjadi, termasuk tindakan yang merugikan dan melanggar etika bisnis (Pager & Priest, 2019; Sudrajat & Hanifa, 2023).

Permasalahan yang sering kali terjadi di Indonesia khususnya di Surabaya, adalah adanya perjanjian antara pemilik venue dan vendor tertentu pada penjelasan sebelumnya memberikan kerugian bagi konsumen, ditambah apabila konsumen tidak memahami betul terkait produk dan jasa yang ditawarkan, akan ada kesempatan bagi pelaku usaha untuk melakukan permainan harga. Penulis memandang perlu mengulas lebih lanjut praktik persengkokolan antara pemilik *venue* dan vendor acara dalam sektor hiburan secara khusus pada jasa rental perlengkapan *sound system* dan sejenisnya di Indonesia. Penelitian ini secara khusus mengulas larangan praktik monopoli pada sektor rental jasa *sound system* dan sejenisnya di Indonesia dan upaya yang dapat digunakan untuk menanggulangi permasalahan tersebut.

Mencermati dinamika sektor hiburan secara di Indonesia, kemunculan indikasi persengkokolan antara pemilik *venue* dengan salah satu *vendor* menimbulkan keresahan. Fenomena ini menciptakan batasan-batasan ketat, yaitu apabila menggunakan *venue* tertentu, konsumen tidak diizinkan untuk menggunakan *vendor* lain. Hal tersebut terdeteksi adanya semacam perjanjian gelap antara pemilik venue acara dengan vendor terpilih yang mengharuskan pelanggan untuk memilih vendor yang telah ditentukan, mengecualikan pilihan lain. Batasan ini menghalangi vendor lain untuk masuk ke dalam pasar, meskipun mereka mungkin menawarkan harga yang lebih kompetitif atau kualitas layanan yang lebih baik. Ini adalah bentuk monopoli pasar yang tak terlihat, di mana satu vendor mendapatkan kontrol eksklusif atas layanan di sebuah venue tertentu, menghalangi persaingan sehat dan meniadakan hak konsumen untuk memilih. Meskipun ada perjanjian, praktik ini jelas menciptakan ketidakadilan di dalam pasar, karena selain merugikan konsumen dalam bentuk harga yang lebih tinggi dan kualitas yang mungkin lebih rendah, namun para pengusaha lainnya dalam jenis usaha yang sama seakan-akan ditutup jalannya. Secara lebih mendalam, perilaku ini mendorong vendor lain untuk meninggalkan pasar, meningkatkan barier masuk yang mencegah pesaing baru muncul. Ini mengurangi diversifikasi dan pilihan di pasar, menciptakan stagnasi dan memungkinkan vendor yang memonopoli untuk mengendalikan harga dan kualitas tanpa tantangan. Keadaan ini menciptakan pasar yang

terdistorsi di mana konsumen terpaksa menerima apa yang ditawarkan tanpa kemampuan untuk mencari alternatif yang lebih baik.

Dalam konteks penelitian hukum persaingan usaha, terdapat sebuah kesenjangan penelitian yang belum banyak dieksplorasi, yaitu praktik monopoli yang terjadi dalam sektor hiburan di Indonesia. Penelitian sebelumnya cenderung fokus pada praktik monopoli dalam sektor-sektor besar dan lebih umum, namun kurang memperhatikan dinamika monopoli dalam sektor jasa yang lebih spesifik dan lokal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menyelidiki bagaimana persengkokolan antara pemilik venue dan vendor tertentu dalam sektor hiburan, khususnya penyewaan perlengkapan sound system, dapat dikategorikan sebagai praktik monopoli sesuai dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah memberikan pandangan baru dalam literatur hukum persaingan usaha, khususnya dalam menginterpretasikan praktik monopoli dalam skala usaha yang lebih kecil dan kontekstual. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pemangku kepentingan dalam merancang dan menerapkan regulasi yang lebih efektif untuk mencegah praktik monopoli yang merugikan baik konsumen maupun persaingan usaha yang sehat.

TINJAUAN PUSTAKA

Praktik bisnis yang tidak sehat, seperti persaingan usaha yang tidak fair, menimbulkan dampak negatif yang luas (Rizkia & Rahmawati, 2021). Dalam konteks bisnis saat ini, persaingan yang tidak sehat sering kali menjadi penghalang bagi pertumbuhan usaha. Tindakan untuk mendominasi pasar dan mengeliminasi pesaing sering kali mengarah pada taktik yang merugikan pihak lain. Praktik monopoli, di mana satu entitas mengontrol sebagian besar pasar, merugikan pasar secara keseluruhan dengan mencegah persaingan sehat, yang berujung pada harga tinggi dan pilihan terbatas bagi konsumen. Praktik seperti kolusi atau perjanjian antar pelaku usaha dalam sektor yang sama untuk mengontrol harga atau membatasi pasokan juga merugikan konsumen. Praktik-praktik ini melanggar prinsip ekonomi pasar bebas dan hukum persaingan usaha, termasuk di Indonesia.

Monopoli merupakan suatu perbuatan yang dilarang sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (selanjutnya disebut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999) apabila menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat. Secara khusus pada Pasal 1 huruf (a) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 monopoli didefinisikan sebagai "*penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha.*" Kegiatan dari Monopoli ini disebut dengan istilah Praktik Monopoli berdasarkan Pasal 1 huruf (b) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yaitu "*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 yang tidak sehat*". Pemerintah Indonesia bukan hanya menerbitkan peraturan perundang-undangan saja sebagai bentuk pencegahan yang dilakukan, namun juga

dibentuk Komisi Pengawas Pesaingan Usaha yang memiliki tugas dan tanggung jawab untuk mengawasi seluruh gerak-gerik yang dilakukan suatu usaha tertentu agar tidak melakukan praktik-praktik yang dilarang dalam persaingan usaha serta tidak merugikan konsumen, yang mana hal tersebut diatur dalam Pasal 30-37 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode Yuridis Normatif-Dogmatik, yang berfokus pada pengkajian mendalam mengenai norma-norma hukum dalam kerangka perundang-undangan yang berlaku. Pendekatan ini memungkinkan analisis teknis yuridis terhadap masalah hukum yang konkret, aktual, atau berpotensi muncul, dengan mempertimbangkan perspektif dogmatis jurisprudensi. Oleh karena itu, metode penelitian ini bersifat deduktif, mengutamakan logika dalam menarik kesimpulan dari premis-premis yang diketahui, tanpa secara langsung menghubungkan hukum dengan konteks sosial masyarakat. Fokus utama penelitian ini adalah pada hukum positif dan aspek doktrinalnya, yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang sistematis dan terstruktur tentang hukum. Sumber hukum primer dalam penelitian ini mencakup Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, serta Kitab Undang-Undang Hukum Pidana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaturan Persaingan Usaha di Indonesia

Pengaturan persaingan usaha di Indonesia sebenarnya telah ada sejak lama, hal ini dimulai dari adanya Pasal 382 dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP). Pasal 382 KUHP ini menyatakan bahwa:

"Barangsiapa untuk mendapatkan, melangsungkan atau memperluas debit perdagangan atau perusahaan kepunyaan sendiri atau orang lain, melakukan perbuatan curang untuk menyesatkan khalayak umum atau seorang tertentu diancam, jika karenanya dapat timbul kerugian bagi pesaing-pesaingnya atau pesaing-pesaing orang lain itu, karena persaingan curang, dengan pidana penjara paling lama satu tahun empat bulan atau denda paling banyak sembilan ratus rupiah."

Meskipun pasal tersebut belum mencakup seluruh aspek penting, namun hal ini mencerminkan inti permasalahan dalam konteks hukum persaingan usaha yang menekankan pada larangan dalam melakukan kegiatan curang yang menyebabkan pelaku usaha lain dirugikan. Pasal 382 KUHP mencoba menjembatani kebutuhan akan kerangka hukum yang mengatur tentang persaingan usaha, namun ketentuan ini memiliki keterbatasan karena hanya mengatur terkait ketentuan pidana semata. Hal-hal yang bersifat sistematis selanjutnya diatur dalam Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (selanjutnya disebut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999).

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 disusun sebagai instrumen legal yang bertujuan untuk mewujudkan kondisi bisnis yang sehat dan berkeadilan. Hukum ini berperan penting dalam merangsang efisiensi dan efektivitas dalam ekonomi, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang

berkelanjutan. Ada pemahaman umum bahwa pembangunan ekonomi yang stabil memerlukan kerangka hukum yang adil dan transparan, yang memungkinkan pasar beroperasi dengan wajar. Ketentuan dalam UU ini menjaga agar setiap pelaku usaha memiliki akses dan kesempatan yang sama dalam bersaing, mencegah dominasi atau pemusatan kekuatan ekonomi oleh sekelompok kecil. Prinsip dasar dari Undang-Undang ini adalah menciptakan lingkungan bisnis yang kompetitif dan dinamis, di mana inovasi dan efisiensi dihargai. Hal ini menciptakan kondisi di mana pelaku bisnis di Indonesia beroperasi dalam kerangka persaingan yang adil dan sehat.

Pendekatan dalam Hukum Persaingan Usaha

Di dalam Hukum Persaingan Usaha, dikenal dua macam pendekatan untuk menilai apakah suatu perbuatan tertentu dari pelaku usaha melanggar undang-undang anti monopoli (Jemarut, 2020; Supianto, 2013). Pendekatan pertama, yang dikenal sebagai "*per se*", menekankan bahwa suatu perbuatan tertentu dari pelaku usaha secara naluriah dianggap sebagai bentuk anti persaingan dan dinyatakan ilegal tanpa perlunya penyelidikan ekonomi lebih lanjut (Widhiyanti, 2015). Ini berarti, ada tindakan-tindakan tertentu yang secara otomatis dianggap melanggar hukum karena sifatnya yang secara inheren merusak persaingan. Sementara itu, pendekatan kedua, yaitu "*rule of reason*", memerlukan penyelidikan lebih mendalam. Dalam pendekatan ini, suatu perbuatan pelaku usaha hanya dianggap melanggar undang-undang anti monopoli jika penyelidikan menunjukkan bahwa perbuatan tersebut memiliki tujuan atau potensi yang anti persaingan (Adeffian & Apriani, 2023). Pendekatan ini mempertimbangkan konteks dan dampak ekonomi dari tindakan tersebut sebelum menentukan apakah ia melanggar hukum atau tidak.

Penggunaan kedua pendekatan ini secara alternatif memiliki tujuan yang sama, yaitu memastikan bahwa perbuatan pelaku usaha tidak menghambat persaingan. Hal ini sangat penting karena persaingan yang terhambat dapat menyebabkan hilangnya efisiensi dan menimbulkan kerugian bagi konsumen. Kedua pendekatan ini memberikan kerangka kerja untuk menganalisis dan mengevaluasi tindakan pelaku usaha, yang pada gilirannya membantu menjaga keseimbangan yang sehat di pasar. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan-pendekatan tersebut dapat diterapkan untuk menilai praktik persengkokolan antara pemilik venue dan vendor dalam sektor hiburan. Penyelidikan ini memungkinkan penentuan apakah praktik tersebut secara inheren anti persaingan (*per se*) atau memerlukan analisis lebih dalam mengenai dampaknya terhadap persaingan dan konsumen (*rule of reason*).

Dalam konteks hukum persaingan usaha di Indonesia, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mengadopsi kedua metode pendekatan, yaitu "*per se*" dan "*rule of reason*", untuk menilai perbuatan anti persaingan. Namun, dalam undang-undang tersebut, tidak dijelaskan secara eksplisit perbuatan mana yang termasuk dalam kategori larangan "*per se*" dan mana yang termasuk dalam "*rule of reason*". Terdapat petunjuk dalam rumusan ketentuan undang-undang tersebut yang membantu menentukan jenis larangan yang akan diterapkan. Apabila dalam suatu pasal terdapat frasa yang menyatakan "dapat

mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat”, maka perbuatan anti persaingan dalam pasal tersebut dikategorikan sebagai "*rule of reason*". Ini berarti, penilaian terhadap perbuatan tersebut memerlukan analisis lebih lanjut mengenai dampaknya terhadap persaingan. Sebaliknya, jika pasal tidak mengandung frasa tentang kemungkinan akibat tersebut, maka perbuatan anti persaingan dalam ketentuan pasal itu dianggap sebagai "*per se illegal*", di mana perbuatan tersebut dianggap melanggar hukum tanpa perlu analisis lebih lanjut. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menyerahkan penentuan pendekatan larangan terhadap perbuatan anti persaingan kepada Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), seperti tercantum dalam ketentuan Pasal 35 mengenai tugas komisi. Lebih lanjut mengenai kedua pendekatan ini akan diuraikan sebagai berikut:

a. Pendekatan *Per Se Illegal*

Kata "*per se*" berasal dari bahas latin, berarti "*by itself, in itself, take alone, by means of itself, through itself, inherently, in isolation, unconnected with other matters, simply as such, in its own nature without reference to its relation.*" Dalam konteks hukum persaingan, konsep ini mengacu pada perbuatan yang secara inheren dianggap anti kompetitif dan merugikan masyarakat, tanpa perlu bukti konkret bahwa perbuatan tersebut telah merusak persaingan. Ini berarti, jika suatu perbuatan sudah jelas maksudnya dan memiliki akibat merusak, tidak perlu dipertanyakan lagi keabsahan tindakan tersebut untuk menentukan apakah itu melanggar hukum persaingan.

Mengacu pada konsep ini, pendekatan "*per se illegal*" menetapkan bahwa suatu tindakan dengan sendirinya telah melanggar hukum jika tindakan tersebut memenuhi rumusan dari undang-undang tanpa alasan pembenaran. Dalam hal ini, tidak perlu melihat akibat dari tindakan yang dilakukan, karena dari awal secara yuridis tindakan tersebut dianggap sebagai pelanggaran hukum. Menurut Yahya Harahap, "*per se illegal*" berarti "sejak semula tidak sah", sehingga tindakan tersebut dianggap sebagai pelanggaran hukum. Dengan demikian, jika suatu perbuatan itu dengan sendirinya telah melanggar ketentuan yang sudah diatur dalam undang-undang persaingan usaha, tanpa memerlukan pembuktian lebih lanjut, maka itu disebut sebagai "*per se illegal*".

b. Pendekatan *Rule of Reason*

Berbeda dengan pendekatan *per se*, pendekatan "*rule of reason*" diterapkan pada tindakan-tindakan yang tidak langsung jelas apakah mereka melanggar hukum atau tidak, tanpa menganalisis dampak tindakan tersebut pada kondisi persaingan. Ini mengharuskan dilakukannya analisis mendalam untuk menentukan apakah suatu tindakan tertentu secara nyata menghambat perdagangan atau persaingan. Pendekatan ini memberikan ruang bagi pengadilan untuk melakukan interpretasi terhadap undang-undang anti monopoli berdasarkan konteks dan dampak ekonomi dari tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Pengadilan menggunakan pendekatan ini untuk mengevaluasi apakah tindakan pelaku usaha menyebabkan hambatan dalam perdagangan, dan apakah hambatan tersebut berpengaruh negatif terhadap proses persaingan. Dengan demikian, dalam menggunakan pendekatan "*rule of*

reason", diperlukan bukti atau argumentasi yang kuat untuk menunjukkan bahwa suatu tindakan tertentu telah menyebabkan persaingan usaha yang tidak sehat atau tindakan curang.

Dalam "*rule of reason*", tidak cukup hanya melihat apakah suatu tindakan secara langsung membawa akibat negatif terhadap persaingan. Sebaliknya, pendekatan ini mengharuskan pengadilan untuk mempertimbangkan berbagai faktor, seperti latar belakang pelaksanaan tindakan, alasan bisnis di balik tindakan tersebut, serta posisi pelaku tindakan dalam industri tertentu. Setelah mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, barulah dapat ditentukan apakah suatu tindakan bersifat ilegal terhadap hukum persaingan atau tidak. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan "*rule of reason*" memungkinkan analisis yang lebih kompleks dan kontekstual terhadap tindakan pelaku usaha. Melalui pendekatan "*rule of reason*", jika pelaku usaha melakukan tindakan yang sesuai dengan ketentuan dalam undang-undang, tetapi terdapat alasan objektif, seperti alasan ekonomi, yang dapat membenarkan tindakan tersebut, maka tindakan tersebut tidak dianggap sebagai pelanggaran hukum. Pendekatan ini memberikan fleksibilitas dalam menilai tindakan pelaku usaha, mempertimbangkan aspek-aspek yang lebih luas daripada sekedar kesesuaian dengan aturan hukum.

Definisi Monopoli

Definisi monopoli dalam Black's Law Dictionary diartikan sebagai "*a privilege or peculiar advantage vested in one or more persons or companies, consisting in the exclusive right (or power) to carry on a particular business or trade, manufacture a particular article, or control the sale of the whole supply of a particular commodity.*" Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mendefinisikan monopoli sebagai "*penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha.*" Situasi monopoli terjadi ketika hanya ada satu entitas atau kelompok yang memiliki kontrol penuh atas produksi, distribusi, dan harga suatu barang atau jasa. Kondisi ini memungkinkan entitas atau kelompok tersebut untuk mengendalikan ketersediaan, menetapkan harga, dan membatasi persaingan, yang dapat merugikan konsumen dan ekonomi secara keseluruhan. Dalam konteks ekonomi, monopoli dapat mengakibatkan distorsi pada mekanisme harga dan alokasi sumber daya yang efisien. Dengan pengontrolan produksi dan harga oleh satu entitas, konsumen dapat dikenakan harga yang lebih tinggi dan pilihan yang lebih terbatas. (Papilaya & Sinay, 2022)

Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mendefinisikan lebih lanjut apa yang disebut dengan praktek monopoli. Praktek monopoli itu sendiri dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 didefinisikan sebagai "*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.*" Arti pemusatan ekonomi itu sendiri pada Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 didefinisikan sebagai "*penguasaan yang nyata atas suatu pasar bersangkutan oleh satu atau lebih pelaku usaha sehingga dapat menentukan harga barang dan atau jasa.*" Sehingga menurut Nugroho suatu

kegiatan dapat dikategorikan sebuah praktek monopoli apabila memiliki akibat pada dikuasainya barang dan jasa tertentu, serta terdapat persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum. (Nugroho, 2014)

Monopoli Sebagai Kegiatan yang Dilarang

Dalam BAB IV Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 terdapat kategorisasi kegiatan yang dilarang, antara lain monopoli, monopsoni, penguasaan pasar, dan persengkokolan. Berdasarkan Pasal 17 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dinyatakan bahwa "*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.*" Apabila dicermati frasa "*penguasaan atas produksi dan atau pemasaran*" mengartikan bahwa bahwa kontrol ekonomi dan pasar bisa dipegang tidak hanya oleh produsen, tetapi juga oleh distributor atau pihak dalam rantai pasokan lainnya yang melakukan pemasaran suatu barang. Seorang produsen yang menguasai produksi tentu memiliki potensi untuk mengendalikan pasar, namun distributor juga memiliki peran yang sama pentingnya. Distributor bisa mempengaruhi akses pasar, ketersediaan produk, dan harga suatu barang. Melalui Pasal 17 ayat (1), undang-undang ini memastikan bahwa kekuasaan ekonomi tidak terkonsentrasi pada satu atau beberapa entitas, yang bisa mengakibatkan ketidakadilan dan ketidakseimbangan dalam ekonomi. Ini merupakan bagian dari upaya lebih luas untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif. Pembatasan terhadap monopoli dan penguasaan pasar tidak hanya melindungi konsumen dari eksploitasi, tetapi juga mendukung inovasi dan kreativitas dalam ekosistem bisnis.

Lebih lanjut dijelaskan dalam Pasal 17 ayat (2) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 bahwa:

"Pelaku usaha patut diduga atau dianggap melakukan penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) apabila:

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

Pasal 17 ayat (2) dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 di atas mengembangkan pemahaman yang lebih detil mengenai kondisi di mana sebuah pelaku usaha dapat diduga atau dianggap melakukan penguasaan atas produksi atau pemasaran barang dan jasa. Menurut ketentuan ini, dugaan tersebut dapat muncul apabila barang atau jasa yang bersangkutan tidak memiliki substitusi, sehingga konsumen terpaksa bergantung pada satu atau sedikit pelaku usaha. Ini bisa mengakibatkan pengekangan persaingan dan potensi eksploitasi konsumen. Selain itu konteks penguasaan juga dapat terjadi akibat kondisi lain yaitu ketika pelaku usaha menghalangi pelaku usaha lain untuk masuk ke dalam persaingan usaha barang dan atau jasa yang sama, dalam ekonomi sering disebut dengan *barrier to entry*. Ini berarti ada hambatan masuk pasar yang bisa disebabkan oleh kontrol eksklusif atas sumber daya, teknologi,

atau jaringan distribusi. Ketidakmampuan pelaku usaha lain untuk bersaing di pasar sama mengindikasikan adanya penguasaan pasar yang tidak sehat. Selain itu, klausul lain yang signifikan dalam pasal ini adalah kriteria dimana satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50% pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

Monopoli pada Sektor Hiburan

Dalam analisis sektor hiburan di Indonesia saat ini khususnya di Surabaya, permasalahan krusial yang muncul adalah praktek persengkokolan antara pemilik tempat acara dan vendor tertentu. Situasi ini mengakibatkan pembatasan bagi konsumen, yang dipaksa untuk menggunakan jasa vendor yang telah disepakati, mengabaikan opsi vendor lain. Ada indikasi kuat bahwa pemilik tempat acara dan vendor telah menjalin perjanjian tertutup yang mengatur skema kolaborasi eksklusif ini. Sebagai akibatnya, vendor yang tidak terlibat dalam perjanjian tersebut terhalang untuk bersaing, walau mereka mungkin menawarkan layanan yang lebih baik atau tarif yang lebih rendah. Ini adalah manifestasi dari monopoli yang tidak eksplisit, di mana kontrol total atas layanan dalam venue spesifik dikuasai oleh satu vendor, merusak mekanisme persaingan sehat dan menghapus kebebasan konsumen dalam memilih. Situasi ini tidak hanya membatasi opsi konsumen tetapi juga memperlemah posisi vendor lain, yang menghadapi hambatan tidak terduga untuk masuk dan bersaing di pasar. Hal ini menyebabkan penyusutan keragaman dan pilihan dalam sektor, mendukung stagnasi dan membiarkan vendor bermonopoli mengontrol kualitas dan harga layanan. Pasar menjadi terdistorsi dan konsumen, dalam posisi yang tidak menguntungkan, terpaksa menerima layanan tanpa opsi untuk memilih yang lebih baik.

Menurut Widhiyanti (2015) konsep monopoli dalam hukum persaingan usaha menganut pendekatan "*rule of reason*". Dalam konteks sektor hiburan, pendekatan ini memainkan peran penting dalam menilai apakah suatu praktek bisnis, seperti monopoli, melanggar hukum persaingan. Pendekatan "*rule of reason*" memerlukan analisis mendalam tentang bagaimana suatu perbuatan, dalam hal ini monopoli, mempengaruhi kondisi persaingan di pasar. Dalam sektor hiburan, praktik monopoli dapat terwujud dalam berbagai bentuk, seperti eksklusivitas kontrak antara penyelenggara acara dengan vendor tertentu, atau dominasi pasar oleh pemain besar yang membatasi peluang bagi pesaing baru. Pendekatan "*rule of reason*" memungkinkan analisis kasus per kasus, mempertimbangkan faktor-faktor seperti alasan ekonomi di balik tindakan pelaku usaha dan dampaknya terhadap persaingan dan konsumen.

Mencermati praktik di sektor hiburan Indonesia, tampaknya ada keterkaitan nyata antara kasus persengkokolan yang telah dijelaskan dan landasan hukum yang ada. Sejalan dengan Pasal 17 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, penguasaan atas produksi dan atau pemasaran yang tidak sehat dilarang karena dapat mengarah pada monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat. Persengkokolan antara pemilik *venue* dan vendor, yang memaksa konsumen untuk hanya menggunakan jasa vendor tertentu, jelas merupakan praktik yang

dapat dianggap sebagai monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

Monopoli seperti yang diartikan dalam *Black's Law Dictionary*, adalah suatu keistimewaan atau keunggulan khusus yang dipegang oleh satu atau lebih individu atau perusahaan, yang terdiri dari hak eksklusif untuk menjalankan bisnis atau perdagangan tertentu, memproduksi barang tertentu, atau mengontrol penjualan seluruh suplai komoditas tertentu. Dalam konteks hukum Indonesia, Pasal 1 angka 1 dan 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 memberikan definisi legal terhadap monopoli dan praktek monopoli, menggariskan bahwa penguasaan produksi dan pemasaran oleh satu atau lebih pelaku usaha dapat merugikan kepentingan umum dan mengakibatkan persaingan usaha yang tidak sehat. Dalam kasus sektor hiburan, perjanjian eksklusif antara pemilik venue dan vendor spesifik mencerminkan kecenderungan monopoli yang dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Pelanggan yang tidak diberikan kebebasan untuk memilih vendor mereka sendiri ditekan oleh praktek monopoli ini, menghadapi batasan dalam pilihan dan kemungkinan kenaikan harga karena kurangnya persaingan. Vendor lain yang dikeluarkan dari kesempatan untuk menawarkan layanan mereka di venue tersebut mengalami hambatan untuk masuk ke pasar, fenomena yang secara langsung bertentangan dengan prinsip pasar bebas dan persaingan sehat. Pasal 17 ayat (2) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 memperjelas kriteria dimana pelaku usaha dapat diduga atau dianggap melakukan penguasaan produksi atau pemasaran. Kriteria ini sangat relevan dalam mengkaji kasus sektor hiburan yang dibahas. Pemilik venue dan vendor terpilih yang memonopoli layanan, membatasi pilihan konsumen, dan menghalangi vendor lain untuk bersaing, memenuhi kriteria-kriteria monopoli yang ditentukan oleh undang-undang ini. Apabila pengusaha lain tidak dapat masuk dalam pasar, bukan tidak mungkin sebuah vendor akan menguasai 50% lebih dari 50% (lima puluh persen) pangsa pasar sebagaimana Pasal 17 ayat (2) huruf c.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Pengaturan persaingan usaha dan larangan praktek monopoli di Indonesia telah dirumuskan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, memberikan kerangka hukum yang mengedepankan prinsip bisnis sehat dan berkeadilan. Praktik persengkokolan yang terjadi di sektor hiburan menunjukkan indikasi kuat pelanggaran terhadap norma hukum tersebut, di mana pemilik venue dan vendor tertentu mengeliminasi keberagaman dan kompetisi pasar. Monopoli dalam konteks ini berakar pada kerjasama eksklusif yang membatasi konsumen untuk memilih dan menyebabkan distorsi pasar, sesuatu yang dengan tegas dilarang oleh undang-undang. Di sektor hiburan, perjanjian antara pemilik venue dan vendor menciptakan monopoli yang dapat menyebabkan harga yang tidak kompetitif dan penurunan kualitas layanan. Pasal 17 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dengan jelas melarang praktek seperti ini, menekankan pada keberlanjutan dan keadilan dalam ekonomi. Pembatasan terhadap monopoli dan penguasaan pasar bertujuan

melindungi konsumen dari eksploitasi dan mendukung inovasi dalam ekosistem bisnis.

Saran

Dalam mengatasi permasalahan monopoli di sektor hiburan, ada beberapa langkah strategis yang perlu diambil. Pertama, pelaku usaha yang merasa dirugikan oleh praktek monopoli harus proaktif. Mereka disarankan untuk melaporkan secara tertulis ke Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), menyertakan keterangan lengkap dan jelas tentang pelanggaran yang terjadi serta kerugian yang dialami. Kedua, transparansi dan akuntabilitas dalam kemitraan bisnis harus ditingkatkan untuk mencegah terjadinya perjanjian eksklusif yang menghambat persaingan sehat. Ketiga, ada kebutuhan untuk meningkatkan kesadaran publik dan sektor bisnis tentang dampak negatif praktek monopoli dan pentingnya ekosistem bisnis yang kompetitif dan adil. Penguatan regulasi dan mekanisme penegakan hukum juga esensial untuk mengatasi permasalahan ini secara efektif. KPPU harus memastikan bahwa setiap laporan pelanggaran ditindaklanjuti secara cepat dan tepat, dengan sanksi yang tegas bagi pelaku pelanggaran.

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan untuk pemahaman yang lebih mendalam mengenai praktik monopoli di sektor hiburan. Pertama, fokus penelitian yang terbatas pada persengkokolan antara pemilik venue dan vendor perlengkapan sound system di Surabaya mungkin tidak mencerminkan keseluruhan dinamika monopoli dalam sektor hiburan secara nasional. Kedua, metode Yuridis Normatif-Dogmatik yang digunakan membatasi analisis pada aspek hukum positif dan doktrinal tanpa melibatkan kajian empiris tentang dampak nyata praktik monopoli terhadap pasar dan konsumen. Ketiga, keterbatasan data dan informasi yang tersedia secara publik mengenai perjanjian eksklusif antara pemilik venue dan vendor tertentu menyulitkan verifikasi dan analisis yang lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Adeffian, C., & Apriani, R. (2023). Metode Pendekatan Per Se Illegal And Rule Of Reason Terkait Penegakan Hukum Alternatif Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Shar-E: Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 9(2), 97–103.
- Epstein, M. J., & Roy, M.-J. (2001). Sustainability in action: Identifying and measuring the key performance drivers. *Long Range Planning*, 34(5), 585–604.
- Garg, A., & Shivam, A. K. (2017). Funding to growing start-ups. *Research Journal of Social Sciences*, 10(2), 22–31.
- Jemarut, W. (2020). Pendekatan Rule Of Reason Dan Per Se Illegal Dalam Perkara Persaingan Usaha. *Widya Yuridika: Jurnal Hukum*, 3(2), 377–384.
- Kitab Undang-Undang Hukum Pidana.
- Kongolo, M. (2010). Job creation versus job shedding and the role of SMEs in economic development. *African Journal of Business Management*, 4(11), 2288.
- Nugroho, S. A. (2014). *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Prenada Media.
- Pager, S. A., & Priest, E. (2019). Redeeming Globalization Through Unfair Competition Law. *Cardozo L. Rev.*, 41, 2435.
- Papilaya, J., & Sinay, M. S. F. R. (2022). *Dasar Dasar Ilmu Ekonomi*. CV. AZKA PUSTAKA.
- Purwatiningsih, S. D. (2021). Marketing Digital Campaign Dalam Membangun Startup Melalui Influencer Pada Masa Pandemi Covid-19. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 146–156.
- Rizkia, A. A., & Rahmawati, S. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Anti Monopoli Dan Persaingan Bisnis Tidak Sehat: Globalisasi Ekonomi, Persaingan Usaha, Dan Pelaku Usaha.(Literature Review Etika). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 631–643.
- Sekhar, S. C., & Radha, N. (2019). Impact of globalization on msme: prospects, challenges and policy implementation on economic growth. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, 3(6), 536–541.
- Sudrajat, M. R., & Hanifa, Z. (2023). Persaingan usaha sehat dapat membangun ekosistem bisnis yang berkelanjutan. *KARIMAH TAUHID*, 2(4), 1041–1048.

Supianto, S. (2013). Pendekatan Per Se Illegal dan Rule Of Reason dalam Hukum Persaingan Usaha di Indonesia. *Jurnal Rechtsens*, 2(1), 42-59.

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

Valaskova, K., Nagy, M., Zabochnik, S., & Lăzăroiu, G. (2022). Industry 4.0 wireless networks and cyber-physical smart manufacturing systems as accelerators of value-added growth in Slovak exports. *Mathematics*, 10(14), 2452.

Widhiyanti, H. N. (2015). Pendekatan Per Se Illegal dan Rule of Reason Dalam Hukum Persaingan (Perbandingan Indonesia-Malaysia). *Arena Hukum*, 8(3), 385-410.

Zeithaml, V. A., Lemon, K. N., & Rust, R. T. (2001). *Driving customer equity: How customer lifetime value is reshaping corporate strategy*. Simon and Schuster.