

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi yang melaju pesat di Indonesia sangat mempengaruhi industri televisi baik secara langsung maupun tidak langsung. Jaminan adanya kebebasan berekspresi dan menyampaikan kebebasan informasi oleh Pemerintah di era reformasi ini, sangat memberikan kontribusi yang sangat besar untuk menciptakan suasana yang aman dan kondusif dalam rangka penyiaran melalui media televisi. Hal ini terbukti dengan jumlah stasiun televisi yang ada di Indonesia sebelum dan setelah reformasi.

Indonesia merupakan ekonomi terbesar di Asia Tenggara dengan jumlah penduduk terpadat keempat di dunia yang memiliki industri media dengan pertumbuhan tertinggi di Asia, sehingga merupakan pasar yang sangat potensial untuk berinvestasi jangka panjang di industri media.

Lebih lanjut, dengan total belanja iklan kotor yang kurang dari 0,6% (nol koma enam persen) dari Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2008, industri media di Indonesia masih diposisikan di antara tahap perintis dan tahap awal pengembangan. Posisi tersebut merupakan kondisi yang ideal untuk berinvestasi pada industri media di Indonesia yang memiliki prospek yang sangat potensial untuk mendapatkan keuntungan balik yang tinggi.¹

¹ Annual Report Tahun 2008 PT Media Nusantara Citra Tbk.

Bisnis media di Indonesia akan senantiasa berkembang dan semakin besar seperti halnya juga ekonomi di Indonesia yang didukung dengan jumlah penduduk yang besar dengan usia yang relatif muda, telah menjadi salah satu pasar konsumen yang sangat berpotensi di dunia.

Disisi lain, jumlah pelaku usaha sebagai operator di industri televisi semakin meningkat, terbukti dengan adanya peningkatan belanja iklan.² Hal ini sebagai wujud dari Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 yang mengkhendaki adanya kesejahteraan rakyat melalui sistem demokrasi sehingga dalam pelaksanaan pembangunan terutama di industri televisi tercipta adanya kesempatan yang sama bagi warga negara untuk berpartisipasi sebagai pelaku usaha.

Oleh karena itu, setiap orang yang berusaha di Indonesia harus berada dalam situasi persaingan yang sehat dan wajar, sehingga tidak menimbulkan adanya pemusatan kekuatan ekonomi pada pelaku usaha tertentu, dengan tidak terlepas dari kesepakatan yang telah dilaksanakan oleh Negara Republik Indonesia terhadap perjanjian-perjanjian internasional termasuk di bidang industri televisi.

Bila kita melihat pada masa Orde Baru, kesadaran terhadap aspek keadilan ekonomi hampir bisa dikatakan minim karena jargon-jargon yang berkibar dalam opini publik adalah aspek ekonomi positif semata, seperti pertumbuhan ekonomi, ekspansi usaha dan konglomerasi.

Gegap-gempita berita masalah-masalah ini bahkan sangat berlebihan, sampai melupakan kelemahan-kelemahan internal sendiri serta alpa untuk mengelimininya. Bahkan opini publik yang berkembang juga sangat dipengaruhi oleh muatan politik untuk menyembunyikan persoalan-

² Laporan Riset Zenith Optimedia dan AGB Nielsen Media Research Tahun 2008.

persoalan yang sesungguhnya terjadi. Jika jujur, tatanan ekonomi politik seperti itu tergolong dalam genetika Kapitalisme Primitif yang dipraktekkan Barat pada masa awal yang diberi stempel Pancasila.

Pandangan tersebut bisa jadi adalah sebuah refleksi logis atas kekecewaan yang mengakar kuat dan menjulur ke permukaan dari adanya perjalanannya panjang sebuah kata dominasi³ dalam segala konteks negatif yang beranak pinak di segala segi. Dalam kenyataannya, hal ini bukan merupakan sebuah monolog yang hanya dapat dipatenkan secara individu.

Kondisi ini adalah monolog mayoritas individu di bentangan nusantara yang tidak bisa sepaham dengan konsep pembodohan generasi untuk kepentingan segelintir pihak.

Ketidakpuasan kolektif ini telah menggerakkan seluruh lapisan terutama mahasiswa untuk menumbangkan pemerintah otoriter Soeharto orde tersebut melalui gerakan reformasi tahun 1998.

Secara spesifik, ketidakpuasan juga mengarah ke ranah industri media. Dalam prespektif ekonomi politik, kehadiran rasa tidak puas muncul karena disinyalir adanya kepentingan ekonomi dan politik penguasa yang berada di balik media. Mengapa banyak perusahaan yang berjuang untuk mendominasi, menghabiskan banyak waktu yang berharga dan bermilyar dollar demi melakukan *merger*, *akuisisi*, penguasaan saham dan *takeover*. Jawabannya adalah demi uang dan pengaruh.

Dengan mendominasi pasar akan mudah menghasilkan presentasi keuntungan yang jauh lebih tinggi. Sehingga bukanlah suatu hal yang

³ Kata DOMINASI berasal dari Bahasa Inggris, DOMINATION. Dalam Kamus Inggris Indonesia oleh John M.Echols dan Hassan Shadily terbitan Gramedia, kata ini berarti penguasaan, kekuasaan

mengejutkan apabila para konglomerat jelas-jelas tidak peduli dengan bahaya konsentrasi kepemilikan.

Mereka itu pihak yang mengalami atmosfer yang sangat menguntungkan. Pun jika ada yang dirugikan, mereka adalah publik yang diperlakukan sebagai objek manipulasi kepentingan ekonomi atau mereka adalah publik yang melalui kekuasaan membuat agenda setting dan lobi-lobi di balik media, digiring kepada opini yang tidak menguntungkan dirinya.

Perusahaan besar yang mendominasi pasar bisa saja semena-mena mengurangi kualitas dan menaikkan harga. Dengan atau tanpa alasan pembenaran yang bermoral, publik tetap akan membelinya. Konsentrasi kepemilikan menjadikan pilihan itu bertemu dengan ruang sempit.

Ketika sebuah perusahaan memperluas kekuasaannya pada berbagai media, kalimat pembenaran yang didengungkan adalah untuk memperkaya pilihan publik akan berita dan informasi. Namun kepemilikan silang seperti itu justru akan membuat berita dan informasi lebih serupa dibandingkan sebelumnya.

Saat ini, kepemilikan media justru sangat berguna untuk memberikan informasi yang membela pemilik ketika bermasalah dalam bisnis maupun politik di lintas segmentasi pasar. Perusahaan yang mendominasi pasar media memiliki otoritas besar dalam mempengaruhi berita, informasi, opini publik dan perilaku politik.

Media massa yang merupakan salah satu wujud dari ide mulia Habermas atas *public sphere* dijarah demi keinginan para *shareholder*.⁴ Etos kerja pers ditempatkan dalam ruang hampa ide murni, ruang yang sarat dengan

⁴ Public sphere merupakan ide Jurgen Habermas atas ruang yang disediakan untuk kepentingan publik.

kemandekan opini karena terkuasai oleh opini yang “dipesan”. Dalam wadah media, hasil kerja jurnalistik lantas terjebak dalam pola yang tidak memihak kepada publik.

Sejak orde baru, kita memang sangat terlatih untuk mengetahui bahwa bisnis besar merupakan ranah kaum borjuasi yang mendapat martabat darah biru secara politis. Adalah sebuah legitimasi tatkala masing mereka membuat bisnis yang sudah besar menjadi sebuah imperium raksasa. Penguasa, yang ketika memberikan regulasi dan deregulasi yang ramah dominasi melekatkan nama pemerintah dengan sertamerta akan menanggalkan sejenak seragam itu, menjadi individu yang independen, ketika harus menerima kompensasi diawal, sepanjang ataupun diakhir kerjasama. Ini bukan merupakan suatu tuduhan atau fitnah melainkan rahasia umum bagi kita semua.

Proses-proses sosial mengkonstruksi pasar di sektor industri media yang berlangsung saat ini betapapun juga tidak bisa dilepaskan dari latar belakang histories bagaimana pasar telah dikonstruksi pada masa lalu. Selama Orde Baru, *spatialization* dan *commodification* yang berlangsung dalam proses mengkonstruksi pasar di sektor industri media tidak terlepas dari peran negara.

Peran negara dalam *spatialization* dan *commodification* tersebut memunculkan proses-proses *commercialization*, *liberalization* dan *internalization* yang memiliki karakteristik spesifik, sesuai dengan logika dan kepentingan rezim Orde Baru. Proses-proses tersebut, khususnya proses liberalisasi telah mengarah pada konsentrasi modal dan pemilikan di tangan kelompok yang tidak hanya memiliki kapasitas ekonomi tetapi rekor kapasitas politik tertentu di mata rezim penguasa.

Di Indonesia, industri media berkembang dengan cara yang cukup unik. Pada masa orde baru bertahta, media cetak memiliki kesempatan mendapatkan tempat dan kesempatan yang cukup untuk berkembang biak asalkan isi media tidak menyerang rezim.

Jika tidak, akan ada pembatalan SIUP atau pembredelan. Di bidang penyiaran pertelevisian pun dahulu cukup lama TVRI memonopoli hak siar hingga pada akhirnya bermunculan pesaing satu per satu.

Dan kemudian, di era reformasi, tetap saja bertambah daftar suram perjalanan ruang publik yang telah sesak oleh pergeseran kepentingan privat para pemilik media. Hasil perjuangan untuk kebebasan pers kembali bukan milik publik. Oleh karena pemiliknya mengendalikan media sesuai dengan keinginannya.

Pada masa sekarang ini, yang terjadi di industri media bukan monopoli dalam kepemilikan media tetapi lebih cenderung kepada oligopoli yang lebih banyak dikendalikan oleh swasta.

Hidup matinya usaha swasta ini bukan semata karena kesediaan publik menerima sajian mereka, tetapi lebih ditentukan oleh kekuatan modal. Siapa yang kuat, dialah yang berkuasa begitupun sebaliknya.

Kekuatan modal hanya terletak pada beberapa gelintir pihak di tengah perangkat hukum yang relatif rapuh, memungkinkan terjadinya konsentrasi kepemilikan media. Sehingga tidak heran ketika kepemilikan silang media pun serta merta terbentuk.

Ketika perusahaan memperluas kekuasaannya pada berbagai media yang berbeda, pengalaman empiris kerap menunjukkan bahwa kepemilikan silang seperti itu justru membuat berita dan informasi lebih serupa dibandingkan

sebelumnya. Kini, kepemilikan silang media justru dimanfaatkan untuk mempengaruhi berita, informasi, opini publik, dan perilaku politik.

Televisi terrestrial atau free to air di Indonesia saat ini menjadi sumber utama bagi masyarakat untuk memperoleh informasi dan hiburan. Hal ini tentu saja dikarenakan masyarakat sebagai konsumen tidak perlu membayar atas informasi dan hiburan yang disajikan oleh stasiun televisi terrestrial. Oleh karena itu, sangatlah penting kiranya untuk memastikan bahwa informasi dan hiburan yang diberikan adalah informasi dan hiburan yang berkualitas.

Namun, stasiun-stasiun televisi terrestrial hanya akan memberikan informasi dan hiburan yang berkualitas bila ada persaingan yang sehat diantara stasiun-stasiun televisi terrestrial. Selain itu, persaingan sehat di industri televisi terrestrial juga mampu menciptakan kondisi dimana para pengiklan dapat beriklan dengan tarif yang wajar.

Oleh karena dengan semakin meningkatnya kebutuhan informasi yang pesat, maka diperlukan beberapa kebijakan di bidang industri televisi terrestrial terutama kebijakan di sektor persaingan usaha sehingga diharapkan akan dapat memperbaiki dan memperkuat perekonomian nasional dan sekaligus dapat menampung tuntutan terhadap persaingan yang sehat dan wajar diantara para pelaku usaha. Perangkat hukum yang bisa digunakan untuk menjamin persaingan adalah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan dilengkapi dengan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran.

Secara khusus, kepemilikan silang media diatur dalam pasal 18 ayat 2 dan 4 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran yaitu dikatakan sebagai berikut :

Universitas Indonesia

- a. Pemusatan kepemilikan dan penguasaan Lembaga Penyiaran Swasta oleh satu orang atau satu badan hukum, baik di satu wilayah siaran maupun di beberapa wilayah siaran, dibatasi.
- b. Kepemilikan silang antara Lembaga Penyiaran Swasta yang menyelenggarakan jasa penyiaran radio dan Lembaga Penyiaran Swasta yang menyelenggarakan jasa televisi, antara Lembaga Penyiaran Swasta dan perusahaan media cetak, serta antara Lembaga Penyiaran Swasta dan lembaga penyiaran swasta lainnya, baik langsung maupun tidak langsung dibatasi.
- c. Pengaturan jumlah dan cakupan wilayah siaran lokal, regional dan nasional baik untuk jasa penyiaran radio maupun jasa penyiaran televisi, disusun oleh KPI bersama Pemerintah.
- d. Ketentuan lebih lanjut mengenai pembatasan kepemilikan dan penguasaan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) disusun oleh KPI bersama Pemerintah.

Dalam sebuah tatanan bernegara yang demokratis, kebebasan industri media sepenuhnya tidak boleh dikendalikan oleh negara. Mereka tetap harus memiliki ruang gerak dalam menjalankan usaha.

Setidaknya, hal itulah yang menjadi pertimbangan adanya kata "dibatasi" dalam pasal tersebut. Hal ini menjadikan pasal ini memiliki nilai idealis dalam konteks demokrasi sekaligus memiliki kelemahan. Karena dalam prakteknya, kata "dibatasi" itu sedemikian rupa disiasati oleh pemilik media sehingga kepemilikan silang (*cross ownership*) masih saja terus tumbuh dan berkembang sebagai bentuk dari integrasi horizontal.

PT Media Nusantara Citra Tbk (MNC) yang merupakan salah satu dari beberapa perusahaan yang memiliki lebih dari satu stasiun televisi terrestrial ini memiliki pangsa pasar yang sangat tinggi, sehingga tidak mengherankan bila MNC menjadi *market leader* dalam industri televisi terrestrial.

Oleh karena itu tidak mengherankan bila munculnya kontroversi terkait dengan perilaku persaingan usaha MNC. Namun dalam proses penelusuran dugaan kepemilikan silang (*cross ownership*) MNC tersebut, terjadilah penghentian kasus baik oleh KPPU maupun oleh Depkominfo.

Oleh karena itu berdasarkan keterangan-keterangan pada latar belakang permasalahan diatas, ada beberapa permasalahan-permasalahan yang ditemukan sehubungan dengan penghentian dugaan kasus kepemilikan silang (*cross ownership*) di MNC dalam konteks persaingan usaha di industri televisi terrestrial. Sehubungan dengan hal tersebut, penulis membahas dengan judul **“PENGHENTIAN DUGAAN KASUS KEPEMILIKAN SILANG DI PT MEDIA NUSANTARA CITRA TBK (MNC) DALAM KONTEKS PERSAINGAN USAHA DI INDUSTRI TELEVISI TERRESTRIAL”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang yang dikemukakan oleh penulis, maka penulis akan mengangkat pokok permasalahan sebagai berikut:

- a. Mengapa dugaan kasus kepemilikan silang (*cross ownership*) di MNC dihentikan sehingga tidak dapat dimasukkan kedalam kategori tindakan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat di industri televisi terrestrial dan karenanya dianggap tidak melanggar hukum?

- b. Apa saja yang menjadi pendapat-pendapat dari Komisi Pengawas Persingan Usaha (KPPU) terhadap penghentian dugaan kasus kepemilikan silang (*cross ownership*) di MNC dalam konteks persaingan usaha di industri televisi terrestrial?

1.3 Kerangka Teori dan Konsepsi

Terkait dengan kepemilikan silang yang mengakibatkan adanya penyalahgunaan posisi dominan, dalam penulisan ini menggunakan pendekatan teori *rule of reason*, yaitu bahwa suatu tindakan tersebut harus dibuktikan terlebih dahulu akibatnya secara keseluruhan dengan memenuhi unsur-unsur apakah yang telah mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

Pendekatan *rule of reason* lebih berorientasi kepada prinsip efisiensi, yakni dengan memperhitungkan akibat negatif (kerugian) dan positif (keuntungan ekonomis) dari tindakan tertentu terhadap proses persaingan. Penerapan *rule of reason* antara lain dapat dilihat dari bunyi ketentuan dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 yang mencantumkan kata “dapat mengakibatkan” dan atau “patut diduga”. Hal ini menunjukkan perlunya penelitian yang mendalam apakah suatu tindakan menimbulkan monopoli yang menimbulkan persaingan. Sama halnya dalam penelitian dalam penulisan tesis ini, harus dibuktikan terlebih dahulu apakah tindakan berupa kepemilikan silang dapat mengakibatkan adanya penyalahgunaan posisi dominan atau tidak.

Pendekatan teori *rule of reason* memiliki keunggulan dan kelemahan. Salah satu keunggulannya adalah dapat dengan akurat dari sudut efisiensi menetapkan apakah suatu tindakan pelaku usaha menghambat persaingan.

Namun kelemahannya, penilaian yang akurat tersebut menimbulkan perbedaan hasil analisa dan menimbulkan ketidakpastian. Ini disebabkan tidak samanya akibat yang timbul dari tindakan pelaku usaha tersebut. Di satu pihak ada yang menghambat persaingan, di lain pihak ada tindakan pelaku usaha yang tidak mengakibatkan terhambatnya persaingan dan tidak merugikan konsumen. Oleh karena itu, dapat diaktakan bahwa pendekatan *rule of reason* dapat tidak membawa kepastian kepada para pelaku usaha, apakah tindakannya melanggar Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Kelemahan yang lain adalah pendekatan teori *rule of reason* sulit untuk diterapkan karena memerlukan waktu penyelidikan yang lama karena memerlukan bahan-bahan penelitian yang kadang sulit untuk ditemukan dari pelaku usaha terkait serta memerlukan pengetahuan ekonomi untuk menerapkan analisis ekonomi dalam hukum, dimana suatu yang tidak semua anggota KPPU atau hakim pengadilan memahaminya.

Disamping itu, apabila membicarakan masalah larangan praktek monopoli, maka hal utama yang menjadi sorotan adalah pelaku usaha yang melakukan kegiatan usahanya. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, para pelaku usaha harus menganut azas demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dengan kepentingan umum. Hal ini tercantum dalam pasal 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.⁵

Demokrasi ekonomi merupakan situasi perekonomian yang mau tidak mau akan dihadapi di masa yang akan datang dimana perilaku para pelaku

⁵ Indonesia. Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Nomor 5 Tahun 1999, LNRI No. 33, TLNRI 3817, pasal 2.

usaha bebas memasuki pasar bebas. Secara umum dapat dikatakan bahwa ciri-ciri dari perekonomian yang menganut sistem pasar bebas adalah :⁶

- a. Terdapat banyak penjual dan pembeli untuk masing-masing produk barang dan/atau jasa;
- b. Jumlah produk yang dibeli oleh pembeli atau dijual oleh penjual sangat kecil jika diperdagangkan, jumlah ini sedemikian besar sehingga harga pasar untuk masing-masing produk tersebut tidak terpengaruh oleh penjualan atau pembelian yang terjadi;
- c. Jenis produk homogen sehingga tidak ada alasan bagi pembeli untuk memilih penjual tertentu dan juga sebaliknya;
- d. Semua penjual dan pembeli memiliki informasi yang lengkap tentang harga pasar dan bentuk barang yang dijual; dan
- e. Terdapat kebebasan penuh untuk memasuki dan keluar dari pasar yang bersangkutan.

Sedangkan ciri minimum dari pasar bebas adalah adanya tendensi yang kuat bagi terdapatnya kesamaan harga yang harus dibayar oleh konsumen atas barang atau jasa yang sama pada waktu yang sama di semua segmen pasar.⁷

⁶ Ernest Gellhorn, *Antitrust Law And Economic*, (West Publishing: 1990), hal.56. dikutip oleh Asril Sitompul, *Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, (Bandung : PT Citra Aditya Bakti, 1999), hal.13.

⁷ Tim Frazier, *Competition Law and Policy*, (Harvester Wheatsheaf: 1994), hal.32, dikutip oleh Asril Sitompul, *Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1999), hal.14.

Dalam suatu pasar persaingan sempurna, jumlah perusahaan sangat banyak dan kemampuan tiap perusahaan dianggap sedemikian kecilnya, sehingga tidak mempengaruhi pasar. Tetapi hal itu belum lengkap, masih diperlukan beberapa karakteristik agar sebuah pasar dapat dikatakan memiliki persaingan yang sempurna antara lain :⁸

- a. Semua perusahaan memproduksi barang yang homogen (*homogeneous product*);
- b. Produsen dan konsumen memiliki pengetahuan/informasi sempurna (*perfect knowledge*);
- c. Output sebuah perusahaan relatif kecil dibandingkan output pasar (*small relatively output*);
- d. Perusahaan menerima harga yang ditentukan pasar (*price taker*); dan
- e. Semua perusahaan bebas masuk dan keluar pasar.

Pasal 3 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa tujuan Undang-Undang ini adalah untuk menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat, mewujudkan iklim usaha yang kondusif, mencegah praktek monopoli dan mengupayakan agar terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.⁹

Kegiatan yang merupakan pokok dari berbagai larangan yang terdapat dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah praktek monopoli. Praktek

⁸ Prathama Rahardja dan Mandala Manurung, Pengantar Ilmu Ekonomi, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2002) hal.132.

⁹ UU No. 5 Tahun 1999, Op.Cit., Pasal 3.

monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh salah satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa tertentu sehingga dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.¹⁰

Dari uraian tersebut dapat diambil unsur-unsur dari praktek monopoli, yaitu :¹¹

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

Pasal 4 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menetapkan bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usah lain untuk secara bersama-sama melakukan penguasaan pasar produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

Larangan ini berlaku bila para pelaku usaha patut diduga atau dianggap secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa bila dua atau tiga pelaku usaha atau kelompok usaha menguasai lebih dari 75% (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar satu

¹⁰ UU No.5 Tahun 1999, Op.Cit., Pasal 1 angka (2).

¹¹ Asril Sitompul, Op.Cit., hal.25.

jenis barang dan /atau jasa tertentu. Unsur-unsur yang terdapat dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, adalah ¹²:

- a. Terdapatnya dua atau lebih pelaku usaha;
- b. Adanya perjanjian untuk melakukan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa;
- c. Terjadinya penguasaan pangsa pasar suatu jenis barang dan/atau jasa; dan
- d. Terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat

Dalam penelitian ini, digunakan beberapa istilah yang berkaitan dengan objek penelitian, guna menghindari berbagai penafsiran atas istilah-istilah yang digunakan di bawah ini dikemukakan beberapa istilah definisi operasional :

- a. Monopoli adalah penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha.¹³
- b. Praktek monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.¹⁴

¹² UU No. 5 Tahun 1999, Op.Cit., Pasal 4.

¹³ UU No. 5 Tahun 1999, Op.Cit., Pasal 1 angka (1).

¹⁴ UU No. 5 Tahun 1999, Op.Cit., Pasal 1 angka (2).

- c. Pemusatan kekuatan ekonomi adalah penguasaan yang nyata atas suatu pasar bersangkutan oleh satu atau lebih pelaku usaha sehingga dapat menentukan harga barang dan atau jasa dalam pasar bersangkutan dalam tahun kalender tertentu.¹⁵
- d. Posisi dominan adalah keadaan dimana pelaku usaha tidak mempunyai pesaing yang berarti di pasar bersangkutan dalam kaitan dengan pangsa pasar yang dikuasai, atau pelaku usaha mempunyai posisi tertinggi diantara pesaingnya di pasar bersangkutan dalam kaitan dengan kemampuan keuangan, kemampuan akses pada pasokan atau penjualan serta kemampuan untuk menyesuaikan pasokan atau permintaan barang atau jasa tertentu.¹⁶
- e. Pelaku Usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.¹⁷
- f. Persaingan Usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.¹⁸

¹⁵ UU No. 5 Tahun 1999, Op.Cit., Pasal 1 angka (3).

¹⁶ UU No. 5 Tahun 1999, Op.Cit., Pasal 1 angka (4).

¹⁷ UU No. 5 Tahun 1999, Op.Cit., Pasal 1 angka (5).

¹⁸ UU No. 5 Tahun 1999, Op.Cit., Pasal 1 angka (6).

- g. Pasar adalah lembaga ekonomi dimana para pembeli dan penjual baik secara langsung maupun tidak langsung dapat melakukan transaksi perdagangan barang dan atau jasa.¹⁹
- h. Pasar bersangkutan adalah pasar yang berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu oleh pelaku usaha atas barang dan atau jasa yang sama atau sejenis atau substitusi dari barang dan atau jasa tersebut.²⁰
- i. Pangsa pasar adalah presentase nilai jual atau beli barang atau jasa tertentu yang dikuasai oleh pelaku usaha dalam tahun kalender tertentu.²¹
- j. Komisi Pengawas Persaingan Usaha adalah komisi yang dibentuk untuk mengawasi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya agar tidak melakukan monopoli atau persaingan usaha tidak sehat.²²
- k. Penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan gelombang elektromagnetik, kabel, serta optik, dan /atau media lainnya untuk dapat diterima oleh masyarakat dengan pesawat

¹⁹ UU No. 5 Tahun 1999, Op.Cit., Pasal 1 angka (9).

²⁰ UU No. 5 Tahun 1999, Op.Cit., Pasal 1 angka (10).

²¹ UU No. 5 Tahun 1999, Op.Cit., Pasal 1 angka (13).

²² UU No. 5 Tahun 1999, Op.Cit., Pasal 1 angka (18).

penerima siaran televisi, atau perangkat elektronik lainnya dengan atau tanpa alat bantu.²³

- l. Siaran adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, dan karakter lainnya yang dapat diterima melalui pesawat penerima siaran radio, televisi atau perangkat elektronik lainnya, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, dengan atau tanpa alat bantu.²⁴
- m. Lembaga Penyiaran adalah organisasi penyelenggara siaran, baik Lembaga Penyiaran Pemerintah, Lembaga Penyiaran Swasta, Lembaga Penyelenggara Siaran Khusus maupun penyelenggara siaran lainnya, yang dalam melaksanakan tugas dan fungsinya berpedoman pada peraturan perundang-undangan yang berlaku.²⁵

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk menggambarkan :

²³ Indonesia. Undang-Undang Penyiaran, Nomor 32 Tahun 2002, LNRI No. 72, TLNRI 3701, pasal 1 angka (1).

²⁴ Indonesia. Undang-Undang Penyiaran, Nomor 32 Tahun 2002, LNRI No. 72, TLNRI 3701, pasal 1 angka (2).

²⁵ Indonesia. Undang-Undang Penyiaran, Nomor 32 Tahun 2002, LNRI No. 72, TLNRI 3701, pasal 1 angka (17).

- a. Dugaan kepemilikan silang (*cross ownership*) di MNC sehingga tidak dapat dimasukkan kedalam kategori tindakan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat di industri televisi terrestrial dan oleh karenanya dianggap tidak melanggar hukum.
- b. Pendapat-pendapat Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) terhadap penghentian dugaan kasus kepemilikan silang (*cross ownership*) di MNC dalam konteks persaingan usaha di industri televisi terrestrial.

1.4.2 Manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah:

1.4.2.1 Manfaat teoritis;

Dengan dibuatnya tesis ini, diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan memperluas wawasan serta membantu perkembangan pendidikan tinggi hukum di Indonesia.

1.4.2.2 Manfaat Praktis;

Dengan dibuatnya tesis ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan memperluas wawasan serta dimanfaatkan sebagai bahan acuan tambahan bagi para pihak yang ingin mendalami bidang usaha pertelevisian, khususnya tentang hukum anti monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dalam bidang industri televisi terrestrial.

1.5 Metode Penelitian

Dalam menyelesaikan tesis ini, peneliti menggunakan metode sebagai berikut:

1.5.1 Sifat Penelitian.

Sifat penelitian yang dipilih peneliti adalah menggunakan sifat penelitian deskriptif analitis, yaitu penelitian dimana teori tentang objek yang menjadi objek penelitian sudah ada, dan juga ingin memberikan gambaran tentang objek penelitian untuk kemudian diberikan penilaian dalam pelaksanaannya.

1.5.2 Bentuk Penelitian.

Penelitian yang akan digunakan peneliti adalah penelitian normatif empiris, karena peneliti menggunakan penelitian yang dilakukan dari segi teori hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan juga merupakan penggambaran dan penjelasan mengenai aspek yang diutamakan dalam hukum anti monopoli dan persaingan usaha tidak sehat khususnya dalam bidang industri televisi, dimana penelitian dilakukan dengan melihat kenyataan yang terjadi di lapangan.

1.5.3 Jenis Data yang Dikumpulkan.

1.5.3.1 Data Primer.

Yaitu data yang diperoleh dari hasil penelitian di lapangan yang dilakukan dengan wawancara kepada pihak-pihak yang berhubungan dengan pokok pembahasan topik penelitian hukum ini.

1.5.3.2 Data Sekunder.

Yaitu data yang diperoleh dari buku-buku dan peraturan-peraturan yang berhubungan dengan pokok permasalahan, yaitu:

1.5.3.2.1 Bahan Hukum Primer:

- a. Undang-undang No. 32 Tahun 2002, tentang Penyiaran.
- b. Undang-undang No. 5 Tahun 1999, tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat .
- c. Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran LPS (Lembaga Penyiaran Swasta).

1.5.3.2.2 Bahan Hukum Sekunder:

Bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, yaitu hasil-hasil penelitian, hasil karya dari kalangan hukum, dan sebagainya.

1.5.4 Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh melalui cara-cara sebagai berikut :

1.5.4.1 Penelitian Kepustakaan :

Penelitian Kepustakaan dilakukan untuk memperoleh data sekunder baik untuk memperoleh bahan hukum primer, seperti peraturan perundang-undangan, maupun bahan hukum sekunder seperti buku, majalah, dokumen dan sebagainya.²⁶

1.5.4.2 Penelitian Lapangan:

Kegiatan pengumpulan data dilakukan dengan melalui kegiatan studi dokumen terhadap data sekunder, wawancara dengan pihak yang bersangkutan, dan dengan melakukan observasi.

²⁶ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: Rajawali Press, 2001), hlm.28.

1.5.5 Analisis Data

Dalam membahas permasalahan data dan informasi yang ada diolah secara kualitatif untuk memperoleh jawaban yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini menggunakan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang mengapa penelitian ini dilakukan, perumusan masalah, menguraikan pula kerangka teori dan konsepsi, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, metode penelitian dan diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II KEPEMILIKAN SILANG PADA PERUSAHAAN TELEVISI TERRESTRIAL

Bab ini berisi teori dan kerangka berpikir yang berkaitan dengan masalah pokok yang diteliti. Di sini penulis menguraikan tinjauan tentang pasar televisi terrestrial di Indonesia dan dugaan kepemilikan silang serta pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

BAB III STUDI KASUS MASYARAKAT PERS DAN PENYIARAN INDONESIA (MPPI) VS PT MEDIA NUSANTARA CITRA TBK (MNC)

Universitas Indonesia

Bab ini berisi pembahasan yang menguraikan duduk perkara atau kasus posisi dugaan kepemilikan silang di MNC yang dituduhkan oleh MPPI serta penghentian kasus tersebut oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) beserta pendapat-pendapat yang dikeluarkan oleh KPPU.

BAB IV PENUTUP

Bab ini berisi simpulan dan saran mengenai dugaan kepemilikan silang dalam konteks persaingan usaha di industri televisi terrestrial dan alasan-alasan KPPU yang menyebabkan penghentian dugaan kasus kepemilikan silang di MNC dalam konteks persaingan usaha di industri televisi terrestrial dengan harapan dapat dijadikan masukan bagi praktisi hukum dan bagi masyarakat yang membutuhkan.