

Tinjauan Fikih Muamalah dan Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terhadap Penetapan Harga Sepeda Motor di Pd Sinar Mas Sakti Bandung

Review Of Fiqh Muamalah And Law Number 5 Of 1999 Concerning The Prohibition Of The Monopoly Practice And Unfair Business Competition On Motorcycle Pricing In Pd Sinar Mas Sakti Bandung

¹Mirna Fiddyani, ²Ramdan Fawzi, ³Panji Adam Agus Putra

1,2,3 Prodi Keuangan & Perbankan Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: 1mirnafiddyani@gmail.com, 2ramdan.fawzi1985@gmail.com 3panjiadam06@gmail.com

Abstract. Business competition law is a set of rules or laws as guidelines that must be adhered to together. In relation to the competition laws of business, related to three things, namely: (1) prevention/counteraction monopoly (2) ensured a healthy rivalry and (3) prohibit dishonest competition. The purpose of this research was to know (1) to find out the pricing practices for motorcycles in PD Sinar Mas Sakti. (2) to find out the pricing concept in PD Sinar Mas Sakti Bandung muamalah Fiqh according to the reviews. (3) to find out the implementation of motorcycle pricing at Sinar Mas Sakti PD in Bandung according to a review of Law number 5 Year of 1999 concerning the prohibition of monopolistic practices and unfair business competition. The research method used is qualitative which is the research that generates descriptive data. Data collection techniques are used namely studies library (library research) and interviews. The results of this research is that the pricing is done PD Sinar Mas Sakti Bandung as Main Dealer is in compliance and follow the rules of PT AHM. Review Honda Muamalah Fiqh do the pricing and the Prophet forbade the setting of prices for the benefit of the company. Monopoly led to unhealthy business competition between them. The case is also contrary to article 11 Law No. 5 of year 1999 on the prohibition of the practice of Business Competition and Monopoly is not healthy.

Key words: Competition, Monopolistic Business Practices, and Pricing.

Abstrak. Hukum persaingan usaha adalah seperangkat aturan atau hukum sebagai pedoman yang harus ditaati secara bersama. Dalam kaitannya dengan hukum persaingan usaha, bertalian dengan tiga hal pokok, yaitu: (1) pencegahan/ peniadaan monopoli (2) menjamin terjadinya persaingan yang sehat dan (3) melarang persaingan yang tidak jujur. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui (1) untuk mengetahui praktik penetapan harga sepeda motor di PD Sinar Mas Sakti Bandung. (2) untuk mengetahui konsep penetapan harga di PD Sinar Mas Sakti Bandung menurut tinjauan fikih muamalah. (3) untuk mengetahui pelaksanaan penetapan harga sepeda motor di PD Sinar Mas Sakti menurut tinjauan Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif yang merupakan tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu studi pustaka (*library research*) dan wawancara. Hasil penelitian ini bahwa penetapan harga yang dilakukan PD Sinar Mas Sakti Bandung selaku *Main Dealer* sudah sesuai dan mengikuti aturan dari PT AHM. Tinjauan Fikih Muamalah Honda melakukan penetapan harga dan Rasulullah Saw melarang penetapan harga untuk kepentingan perusahaan. Praktik monopoli mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat diantara keduanya. Kasus tersebut juga bertentangan dengan Pasal 11 Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Kata Kunci: Praktik Monopoli, Persaingan Usaha Tidak Sehat, dan Penetapan Harga.

A. Pendahuluan

Dalam konsep ekonomi Islam harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran harga ini diperlukan bila kondisi pasar tidak menjamin adanya keuntungan disalah satu pihak, akan tetapi ketika penjual telah menguasai pasar, permainan harga seringkali terjadi. Perusahaan akan menaikkan harga untuk menghasilkan keuntungan yang lebih banyak, setiap perusahaan memiliki kebebasan untuk berusaha mendapatkan harta dan mengembangkannya. Prinsip yang hanya mementingkan keuntungan sangat berlawanan dengan keadilan, karena tindakan mencari keuntungan secara tidak adil kita melanggar hak orang lain. Penindasan merupakan aspek negatif bagi keadilan.

Sepeda motor adalah salah satu kebutuhan hidup, baik dalam transportasi masyarakat atau keluarga. Disamping itu, kendaraan bermotor dapat mempercepat jalannya seseorang yang akan melakukan pekerjaan, baik ke sekolah maupun ke kampus dibandingkan jika naik kendaraan umum, banyak juga kegunaan yang lain. Maka sepeda motor adalah suatu barang yang dibutuhkan oleh masyarakat terutama bagi masyarakat menengah kebawah.

Menjamurnya masyarakat yang menggunakan sepeda motor pada saat ini adalah salah satunya dipicu oleh adanya program angsuran murah, persyaratan yang mudah dan bunga yang terjangkau, sehingga masyarakat tertarik dengan adanya program angsuran murah tersebut.

Pada saat sekarang ini ada dua produsen sepeda motor yang sedang berkembang dan bersaing dalam distribusi pemasaran unit sepeda motor yaitu Honda dan Yamaha. Honda pada saat ini bisa dikatakan lebih unggul dari Yamaha karena Honda memiliki kualitas unit diatas Yamaha dan harga

yang lebih murah dibandingkan Yamaha. Daya saing ini menjadikan Honda menguasai pangsa pasar dan adanya monopoli dalam persaingan usaha.

Honda dan Yamaha terbukti melakukan pengaturan harga atau *price fixing* penjualan motor skutik kapasitas 110-125 cc pada periode 2013-2014. Mereka terbukti melanggar pasal Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, pasal 5 ayat 1 yang berbunyi: "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."

Peraturan Komisi KPPU No 4 tahun 2011 tentang pedoman pasal 5 menjelaskan, penetapan harga dilarang karena selalu menghasilkan harga yang jauh di atas harga melalui persaingan usaha yang sehat. Harga tinggi ini tentu saja menyebabkan terjadinya kerugian bagi konsumen, secara langsung atau sebaliknya.

Dalam kondisi persaingan yang sehat, harga sepeda motor akan terdorong turun mendekati biaya produksi. Ketika harga bergerak turun mendekati biaya produksi maka pasar akan menjadi lebih efisien, efeknya akan meningkatkan penghematan bagi konsumen (*welfare improvement*). Namun, ketika sekelompok perusahaan melakukan kesepakatan penetapan harga, maka harga akan naik jauh di atas biaya produksi. Dari hasil penelusuran KPPU, dipacak dari Antara, harusnya harga motor skutik pada periode 2013-2014 di Indonesia harganya Rp 8,7 juta per unit, dengan juga membandingkan harga motor di negara-negara ASEAN. Namun justru di Indonesia dijual dengan harga Rp

14-18 juta per unit.¹ Berdasarkan paparan tersebut, maka penulis akan meneliti dan mengkaji dengan judul **“TINJAUAN FIKIH MUAMALAH DAN UNDANG UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTIK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT TERHADAP PENETAPAN HARGA SEPEDA MOTOR DI PD SINAR MAS SAKTI BANDUNG”**

B. Landasan Teori

Penetapan harga adalah sesuatu yang dilarang secara tegas. Pemahaman itu dapat kita ambil dengan keterangan sikap Rasulullah Saw yang merupakan pimpinan (Kepala Pemerintahan) dan kondisi pasar yang tidak stabil. Artinya, Rasulullah Saw sangat menghormati sistem pasar yang berlaku hukum permintaan dan penawaran (*‘adlun jaizun, supply and demand*). Intervensi negara dalam bukan disebabkan dorongan-dorongan monopolistik dan monopsonistik. Sebab, dalam sejarah sebagian besar kebutuhan penduduk kota Madinah dipasok dari luar daerah. Mahalnya harga tersebut bukanlah disebabkan permainan, tetapi harga pasar memang demikian.²

Definisi “persaingan” di bidang ekonomi. Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tidak memberikan definisi “persaingan”. Undang Undang ini

hanya memberikan pengertian mengenai “persaingan usaha tidak sehat”. Hal ini tertera dalam Pasal 1 huruf f, yaitu:

“Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar-pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.”

Makna persaingan menjadi begitu penting karena dengan adanya persaingan, pelaku usaha akan bersaing untuk meningkatkan kualitas dari barang dan atau jasa produk yang dihasilkannya.³

Menurut Arie Siswanto yang dimaksud dengan hukum persaingan usaha (*competition law*) adalah instrument hukum yang menentukan tentang bagaimana persaingan itu harus dilakukan.⁴ Adapun menurut Hermansyah, hukum persaingan usaha adalah seperangkat aturan hukum yang mengatur mengenai segala aspek yang berkaitan dengan persaingan usaha, yang mencakup hal-hal yang boleh dilakukan dan hal-hal yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha.⁵

Berdasarkan definisi di atas, kata kunci hukum persaingan adalah seperangkat aturan atau hukum sebagai pedoman yang harus ditaati secara bersama. Dalam kaitannya dengan hukum persaingan usaha, pendapat di atas bertalian dengan tiga hal pokok, yaitu: (1) pencegahan atau peniadaan monopoli; (2) menjamin terjadinya persaingan yang sehat; dan (3)

¹Suhendra, Yang Dinanti Setelah Honda dan Yamaha Terbukti Kartel, dalam <https://tirto.id/yang-dinanti-setelah-honda-dan-yamaha-terbukti-kartel-cjod> diakses 25 Juli 2018.

² Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha: Teori dan Praktiknya di Indonesia*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012, hlm. 50.

³Neni Sri Imaniyati dan Panji Adam Agus Putra, *Hukum Bisnis*, Bandung: PT Refika Aditama, 2017, hlm. 106.

⁴ Arie Siswanto, *Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004, hlm. 2.

⁵ Hermansyah, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008, hlm. 2.

melarang persaingan yang tidak jujur.⁶

Pasal 5 Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyatakan bahwa:

1. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama.
2. Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) tidak berlaku bagi:
 - a. Suatu perjanjian yang dibuat dalam suatu usaha patungan; atau
 - b. Suatu perjanjian yang didasarkan Undang Undang yang berlaku.

Melihat rumusan pasal tersebut berarti larangan ini bersifat *per se* yang tidak mengharuskan melihat implikasi atau adanya hambatan persaingan usaha. Perjanjian penetapan harga dilarang oleh Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat disebabkan penetapan harga bersama-sama akan menyebabkan tidak dapat berlakunya hukum pasar tentang harga yang terbentuk dari adanya tawaran dan permintaan. Pelaku usaha dilarang melakukan perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya.⁷ Selain itu, pihak yang melakukan perjanjian harus saling bersaing, berarti pelaku usaha tersebut berada pada pasar bersangkutan faktual yang sama baik secara vertikal maupun horizontal. Perjanjian ini dapat dilakukan dengan tertulis ataupun lisan.

Pasal 11 Undang Undang

⁶ R. Setiawan, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Bandung: Putra A Bardin, 1999, hlm. 1.

⁷ Neni Sri Imaniyati dan Panji Adam Agus Putra, *Hukum Bisnis...*, hlm, 110.

Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyatakan:

“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian, dengan pelaku usaha pesaingnya, yang bermaksud untuk mempengaruhi harga dengan mengatur produksi dan atau pemasaran suatu barang dan atau jasa, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.”

Pasal ini melarang pelaku usaha bersepakat dan bersekongkol dengan pelaku usaha pesaingnya untuk mempengaruhi harga, mengatur produksi dan pendistribusian barang atau jasa. Hal yang melatarbelakangi perjanjian ini adalah jika produksi mereka di dalam dikurangi sedangkan penerimaan terhadap produk mereka di dalam pasar tetap, akan berakibat kepada naiknya harga ke tingkat yang lebih tinggi. Sebaliknya, jika dalam pasar produk mereka berlimpah, sudah barang tentu akan berdampak terhadap penurunan harga produk mereka di pasar. Oleh karena itu, pelaku usaha mencoba membentuk suatu kerjasama horizontal (*pools*) untuk menentukan harga dan jumlah produksi barang atau jasa.

Tujuan akhir dari kartel adalah mengaruh kemonopoli/situasi monopolistik meniadakan persaingan cepat meraih laba, oleh karena itu jika persaingan usaha tidak ada maka pelaku usaha bebas meningkatkan harga. Akibatnya terjadi kelangkaan bahan produksi, kerugian bagi konsumen, kartel defensif (kartel positif), untuk menghindari monopolistik.

Kartel pada dasarnya adalah perjanjian suatu pelaku usaha dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menghilangkan persaingan diantara keduanya. Secara klasikal, kartel dapat

dilakukan melalui tiga hal yaitu: harga, produksi, dan wilayah pemasaran. Akibat yang ditimbulkan adalah terciptanya praktik monopoli oleh para pelaku kartel sehingga secara perekonomian makro mengakibatkan inefisiensi alokasi sumber daya yang dicerminkan dengan timbulnya *deadweight loss*. Dari sisi konsumen, konsumen akan kehilangan pilihan harga, kualitas barang yang bersaing, dan layanan jual yang baik.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam menentukan harga PT. AHM ini menggunakan strategi seperti: Menentukan harga sesuai dengan segment pasar, variasi harga dari varian produk, harga suku cadang yang bersaing, memberikan *cash back* terhadap pembelian motor Honda, hal ini dapat dilakukan melalui FIF, Adira maupun jasa pembiayaan lain. Penetapan harga yang ditetapkan oleh Honda sudah benar dan sesuai dengan metode penetapan harga pada umumnya. Perusahaan *Main Dealer* Honda sudah mengikuti aturan dari PT. AHM.

PT. AHM melakukan strategi penetapan harga mereka dengan berbagai cara dan perhitungan dalam menentukan penetapan harga. Strategi penentuan harga yang selama ini diterapkan sudah cukup ideal. Kalau daya beli turun tapi stok berlebihan, hukum permintaan-penawaran berlaku. Selain paket-paket dan diskon, belakangan muncul tren baru, yaitu *cash back*. Yang mana *cash back* merupakan salah satu alternatif untuk menurunkan harga, tetapi dengan cara yang lebih halus.

Dalam tinjauan fikih muamalah Honda melakukan penetapan harga yang bertentangan dengan Hukum Islam. Honda menetapkan harga

dengan perusahaan Yamaha dengan harga jual Rp 14-18 juta per unit sedangkan seharusnya dijual dengan harga Rp 8,7 juta per unit sudah mendapatkan keuntungan. Keuntungan yang mereka dapat hampir setengahnya dari harga jual, keduanya menetapkan harga jual yang tinggi dan ini menyebabkan kerugian juga pada konsumen. Rasulullah Saw melarang penetapan harga seharusnya Honda tidak melakukan hal seperti itu karena bertentangan dengan Norma-norma dalam Islam.

Rasulullah Saw mengatakan, “Orang-orang yang datang membawa barang ke pasar laksanakan orang yang berjihad di jalan Allah, sementara orang-orang yang menaikkan harga (melebihi harga pasar seperti orang yang inkar kepada Allah).” Perusahaan Honda ini mengikuti harga pasar bukan menaikkan harga pasar demi keuntungan perusahaan. Hendaknya Honda memuat harga yang adil dan harga yang adil merupakan harga yang berdasarkan hukum pasar sesuai dengan penawaran dan permintaan. Perilaku penetapan harga baik yang dilakukan oleh perusahaan atau kesepakatan para pihak merupakan pengingkaran terhadap hukum pasar sehingga menetapkan harga adalah sesuatu perbuatan keji dan dilarang seperti yang dilakukan oleh Honda dalam penetapan harga sepeda motor skuter matik.

Tinjauan dalam hal perjanjian penetapan harga (*Fixed Pricing*) yang tertuang dalam Pasal 5 Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yaitu pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama.

Pelaku usaha dilarang melakukan perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya. Selain itu, pihak yang melakukan perjanjian harus saling bersaing, berarti pelaku usaha tersebut berada pada pasar bersangkutan faktual yang sama, baik secara vertikal maupun horizontal.

Adanya kecurangan pada Astra Honda Motor (AHM) dan Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM) telah terbukti melakukan praktik monopoli yang mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat diantara keduanya. Kasus tersebut juga bertentangan dengan Pasal 11 Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat:

“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya, yang bermaksud untuk mempengaruhi harga dengan mengatur produksi dan atau pemasaran suatu barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”

Kedua perusahaan tersebut sudah terbukti melakukan kasus kartel dan ini sangat jelas dilarang dalam Pasal 11 Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat karena perusahaan tersebut bersengkongkol dan bersepakat untuk mempengaruhi harga, mengatur produksi dan pendistribusian barang atau jasa. Tujuannya adalah mengarah kemonopoli/ situasi monopolistik meniadakan persaingan cepat meraih laba, oleh karena itu jika persaingan usaha tidak ada maka pelaku usaha bebas meningkatkan harga. Akibatnya terjadi kelangkaan bahan produksi, kerugian bagi konsumen, kartel *defensive* (kartel positif), untuk menghindari monopolistik. Kedua perusahaan bersalah karena membuat

kesepakatan harga terhadap sepeda motor jenis skuter matic 110-125cc.

D. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas barang yang dijual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Oleh karena itu penetapan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategi penetapan harga memegang peranan penting dalam setiap perusahaan.
2. Honda melakukan penetapan harga yang bertentangan dengan Hukum Islam. Honda menetapkan harga dengan perusahaan Yamaha dengan harga jual Rp 14-18 juta per unit sedangkan seharusnya dijual dengan harga Rp 8,7 juta per unit sudah mendapatkan keuntungan. Keuntungan yang mereka dapat hampir setengahnya dari harga jual, keduanya menetapkan harga jual yang tinggi dan ini menyebabkan kerugian juga pada konsumen. Rasulullah Saw melarang penetapan harga seharusnya Honda tidak melakukan hal seperti itu karena bertentangan dengan Norma-norma dalam Islam. Perilaku penetapan harga baik yang dilakukan oleh perusahaan atau

kesepakatan para pihak merupakan pengingkaran terhadap hukum pasar sehingga menetapkan harga adalah sesuatu perbuatan keji dan dilarang seperti yang dilakukan oleh Honda dalam penetapan harga sepeda motor skuter matik.

3. Terdapat kecurangan pada Astra Honda Motor (AHM) dan Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM) terbukti melakukan praktik monopoli yang mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat diantara keduanya. Kasus tersebut juga bertentangan dengan Pasal 11 UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

3.

E. Saran

Adapun saran-saran yang ingin penulis sampaikan berkaitan dengan permasalahan yang telah di bahas tersebut, adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan hendaknya mentaati peraturan yang terdapat pada Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
2. Bagi masyarakat diharapkan bisa memahami norma-norma yang terdapat dalam Hukum Islam.

4.

Daftar Pustaka

- Arie Siswanto. *Hukum Persaingan Usaha*. (2004). Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hermansyah. *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. (2008). Jakarta: Kencana

Prenada Media Group.

- Mustafa Kamal Rokan. *Hukum Persaingan Usaha: Teori dan Praktiknya di Indonesia*. (2012). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Neni Sri Imaniyati dan Panji Adam Agus Putra. *Hukum Bisnis*. (2017). Bandung: PT Refika Aditama.
- R. Setiawan. *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*. (1999). Bandung: Putra A Bardin.
- Suhendra. (2018, Juli 25). Yang Dinanti Setelah Honda dan Yamaha Terbukti Kartel. dalam <https://tirto.id/yang-dinanti-setelah-honda-dan-yamaha-terbukti-kartelcjd>