

Jurist-Diction

Volume 1 No. 2, November 2018

Article history: Submitted 1 October 2018; Accepted 8 October 2018; Available online 1 November 2018

KEPEMILIKAN SAHAM SILANG PERUSAHAAN MARKETPLACE DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA

Norandi Jaya Abdul Azis
norandijaya27@gmail.com
Universitas Airlangga

Abstract

Definition of direct cross ownership is, the first company has a stake in the second company without going through ownership in one or more "intermediate companies" and more or otherwise, the second company has shares in the first company. Whereas, the notion of indirect cross ownership is the ownership of the first Company of shares in the second Company through ownership in one or more "Intermediate Companies" and more or otherwise the second Company has shares in the first Company. Online Marketplace, is an online-based business model in which the website concerned not only helps promote merchandise, but also facilitates money transactions online. In this online shopping system, a website provides land or a place for sellers to sell their products. Basically the same as buying and selling in general, the difference is the system. Cross share ownership in the Online Marketplace company has been carried out by Alibaba Group Holdings Ltd. The purchase of shares in similar companies, namely Lazada, and Tokopedia can result in not making independent decisions when the RUPS in each company can lead to Unfair Business Competition.

Keywords: E-Commerce; Online Marketplace; Cross Ownership; RUPS.

Abstrak

Pengertian kepemilikan silang secara langsung adalah apabila Perseroan pertama memiliki saham pada Perseroan kedua tanpa melalui kepemilikan pada satu "Perseroan antara" atau lebih dan sebaliknya Perseroan kedua memiliki saham pada Perseroan Pertama. Sedangkan, pengertian kepemilikan silang secara tidak langsung adalah kepemilikan Perseroan pertama atas saham pada Perseroan kedua melalui kepemilikan pada satu "Perseroan antara" atau lebih dan sebaliknya Perseroan kedua memiliki saham pada Perseroan pertama. Online Marketplace, merupakan model bisnis berbasis online yang mana website yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, tapi juga memfasilitasi transaksi uang secara online. Pada sistem belanja online ini, sebuah website menyediakan lahan atau tempat bagi para penjual untuk menjual produk-produknya. Pada dasarnya sama seperti jual-beli pada umumnya, yang berbeda adalah sistemnya. Kepemilikan saham silang dalam perusahaan Online Marketplace telah dilakukan oleh Alibaba Group Holding Ltd. Pembelian sahamnya terhadap perusahaan yang sejenis yaitu Lazada, dan Tokopedia dapat mengakibatkan tidak independennya pengambilan keputusan saat RUPS dalam masing-masing perusahaan yang dapat mengakibatkan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Kata Kunci: Jual Beli; Online Marketplace; Kepemilikan Saham Silang; RUPS.

Pendahuluan

Era globalisasi saat ini semakin banyak kegiatan yang dilakukan melalui jaringan internet, masyarakat mengandalkan internet dalam mencari segala kebutuhannya. Secara sederhana, Internet adalah kumpulan dari jutaan komputer yang terhubung antara yang satu dengan yang lain. Media koneksi yang digunakan

bisa melalui sambungan telpon, serat optik (fiber optic), kabel koaksial (coaxial cable), satelit atau dengan koneksi wireless.¹

Internet menyediakan segala sesuatu yang ada didalamnya, dimulai dari informasi mengenai sesuatu, seperti bahan mata ajar, kebutuhan pokok hingga kebutuhan sekunder lainnya. Selain untuk mendapatkan informasi, salah satu hal yang dapat dilakukan menggunakan internet adalah kegiatan usaha. Kegiatan usaha atau bisnis merupakan suatu aktivitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia, organisasi, dan masyarakat secara luas.

Kegiatan usaha yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi memberikan inovasi baru dalam mempermudah sistem jual-beli antara penjual dan pembeli. Seiring perkembangan teknologi, berdampak pula dalam bidang usaha tersebut mewujudkan suatu model baru dalam kegiatan usaha di dalam praktiknya dikenal dengan istilah jual beli secara online, yang pada umumnya dikenal dengan istilah “*online shopping*”.

Online shopping atau jual-beli secara online terdapat 2 (dua) jenis, diantaranya adalah online shop dan online marketplace, online shop merupakan toko digital yang dibuat secara online untuk memasarkan produk dari pelaku usaha, dan online marketplace merupakan situs internet yang dibuat untuk mengumpulkan beberapa toko online yang kemudian dijadikan dalam satu wadah yaitu website yang bertujuan untuk menjadi pasar yang dapat diakses oleh calon pembeli secara online. Di Indonesia sendiri telah banyak pelaku usaha di bidang online shopping seperti Tokopedia, Lazada, Blibli, Bukalapak dan masih banyak lainnya yang merupakan bagian dari pemanfaatan perkembangan teknologi.

Dalam jual-beli secara online menerapkan sistem tersendiri dalam melakukan perjanjian jual-belinya, namun sistem yang dibuat tidak mengurangi unsur-unsur yang ada dalam jual-beli pada umumnya yang diatur dalam Pasal 1457 Burgerlijk Wetboek yang memiliki definisi “jual-beli adalah suatu persetujuan yang mengikat pihak penjual berjanji menyerahkan sesuatu barang/

¹ Dwikris, “Apa itu Internet”, www.faculty.petra.ac.id, 2002, dikunjungi pada 2 Juni 2018.

benda (*zaak*) dan pihak lain yang bertindak sebagai pembeli mengikat diri berjanji untuk membayar harga”.

Seperti halnya jual-beli pada umumnya, dalam sistem jual-beli online ini terdapat penjual dan pembeli yang menawarkan dan membeli barang yang kemudian bersepakat satu sama lain untuk penjual menyerahkan barang atas kepemilikannya dan pembeli membayar dengan harga tertentu, yang berbeda didalamnya hanya terdapat pada proses pembayaran dan penyerahan nyata barang yang menjadi objek jual-belinya saja.

Struktur Pasar

Dalam Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dalam pasal 1 angka 9 dijelaskan mengenai pengertian pasar. Pasar adalah lembaga ekonomi di mana para pembeli dan penjual baik secara langsung maupun tidak langsung dapat melakukan transaksi perdagangan barang dan atau jasa.

Pasar merupakan wadah bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan perjanjian jual-beli, termasuk juga jual-beli secara online sesuai dengan penjelasan pasal tersebut.

Secara sederhana, struktur pasar dapat diberikan pengertian sebagai kondisi lingkungan dimana perusahaan melakukan aktivitasnya sebagai produsen. Terdapat 4 (empat) bentuk struktur pasar dalam teori ekonomi dasar, yaitu:

- a. Pasar Persaingan Sempurna (Perfect Competition);
- b. Pasar Persaingan Monopolistis (Monopolistic Competition);
- c. Pasar Oligopoli (Oligopoly); dan
- d. Pasar Monopoli (Monopoly);

Perbedaan keempat struktur pasar tersebut disebabkan adanya perbedaan degree of market power yaitu kemampuan satu perusahaan dalam mempengaruhi harga keseimbangan (harga pasar). Perbedaan tersebut diakibatkan perbedaan karakteristik yang terdapat di masing-masing struktur pasar.²

² Andi Fahmi Lubis et al., Hukum Persaingan Usaha Antara Teks & Konteks, Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH, Indonesia, 2008, h.29.

Struktur Pasar Online Marketplace di-Indonesia

Struktur pasar online marketplace termasuk kedalam struktur pasar Oligopoli, karena perusahaan tersebut merujuk pada karakteristik dalam pasar Oligopoli, yaitu:

1. Terdapat beberapa penjual (Sedikit Pesaing)

Dalam pasar online marketplace terdapat banyak penjual yang menjual hal yang sama yaitu sistem online shopping, dan harga yang ditawarkan juga berbeda pula. Hal ini dapat dilihat dalam website masing-masing online marketplace yang menawarkan banyak fitur yang memiliki efektifitas, keamanan, dan kecepatan dalam proses jual-belinya.

2. Produknya Homogen

Dalam pasar ini menjual banyak barang yang sejenis namun berbeda dengan barang yang ada di pasar lain. Barang yang dijual dalam pasar ini bukan merupakan barang bergerak maupun barang tidak bergerak, melainkan sistem dalam online marketplace itu sendiri. Pasar ini menghasilkan banyak barang yang sama dengan perusahaan lain, namun harga dan kualitasnya berbeda dari segi kelengkapan fitur disetiap marketplace pun berbeda yang merupakan daya tarik konsumen dalam menggunakan sistem online marketplace mana yang paling menguntungkan dan efisien.

3. Saling Ketergantungan

Keputusan strategis perusahaan ditentukan oleh perilaku strategis pelaku usaha lain yang ada di pasar.

Larangan Kepemilikan Saham Silang

Pelaku usaha dilarang memiliki saham mayoritas pada beberapa perusahaan sejenis yang melakukan kegiatan usaha dalam bidang yang sama pada pasar bersangkutan yang sama, atau mendirikan beberapa perusahaan yang memiliki kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan yang sama, apabila kepemilikan tersebut mengakibatkan:

- a. satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50%

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

KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha) berpendapat bahwa pasal 27 terdapat dua perspektif untuk menentukan ada atau tidaknya pelanggaran terhadap pasal tersebut, yaitu perspektif minimalis dan perspektif maksimalis. Pada perspektif minimalis telah terjadi pelanggaran apabila telah memenuhi dua unsur, yaitu adanya pelaku usaha yang mengendalikan atau mendirikan beberapa perusahaan dalam pasar bersangkutan dan adanya pengendalian atau pendirian tersebut lebih dari 50%.

Kesimpulan

Perusahaan online marketplace Alibaba, Tokopedia, dan Lazada merupakan pelaku usaha di bidang online shopping dengan pangsa pasar yang sama atau termasuk dalam pasar bersangkutan. Ketiga perusahaan tersebut memiliki struktur pasar yang sama, yaitu berstruktur pasar Oligopoli karena dalam pasar tersebut memenuhi unsur terdapat sedikit pesaing, produknya yang tidak beragam, dan saling ketergantungan antara pelaku usaha yang sama. Pasar bersangkutan dalam pendekatan ekonomi menggunakan pasar bersangkutan (relevant market) yang menganalisa berdasarkan produk yang dijual dan jangkauan geografis ketiga pelaku usaha tersebut untuk dapat dikatakan termasuk dalam pasar bersangkutan.

Analisa terkait pasar Alibaba, Lazada, dan Tokopedia yang menyebutkan bahwa ketiga pelaku usaha tersebut memiliki struktur pasar yang sama yaitu berstruktur pasar monopolistik. Selanjutnya analisa dengan menggunakan pendekatan ekonomi terkait barang substitusi dan jangkauan pasar juga mendapati ketiga pelaku usaha tersebut berada dalam pasar yang sama. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga pelaku usaha tersebut (Alibaba, Lazada, dan Tokopedia) berada dalam pasar bersangkutan.

Daftar Bacaan**Buku**

Andi Fahmi Lubis et al., Hukum Persaingan Usaha Antara Teks & Konteks, Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH, Indonesia, 2008.

Andi Fahmi et al, Hukum Persaingan Usaha Buku Teks Edisi 2, KPPU, Jakarta, 2017.

Bryan A. Garner, Black Law Dictionary, Thomson West, Eight Edition, 2004. Budi Kagramanto, Mengenal Hukum Persaingan Usaha (Berdasarkan UU No. 5

Tahun 1999), Laros, Sidoarjo, 2015.

M. Yahya Harahap, Beberapa Tinjauan tentang Permasalahan Hukum (II), Citra Aditya Bakti, Bandung, 1997.

Peter Mahmud Marzuki, Penelitian Hukum, C. II, Prenada Media Group, Jakarta, 2006.

Peter W. Heermann, Pemilikan Saham, dikutip dari Wolfgang Kartte, 2001. Wolfgang Kartte, Law Concerning Prohibition of Monopolistic Practices And

Unfair Business Competition, Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH, Eschborn, Federal Republik of Germany, Katalis, 2001.

Jurnal

Furkano Farhan Juskal, Nindyo Pramono, KAJIAN HUKUM TENTANG KEPEMILIKAN SILANG SAHAM MENURUT UNDANG-UNDANG PERSEROAN TERBATAS NOMOR 40 TAHUN 2007.

Hikmahanto Juwana, Prosiding Seminar Eksaminasi Putusan No. 07/KPPU-L/2007 Kasus Posisi Dominan dan Kepemilikan Silang (Jakarta: CSIS, 2008).

Laman

iPrice Group, “persaingan e-commerce indonesia di 2017 siapa terpopuler”, <www.inet.detik.com>, 31 Desember 2017, dikunjungi pada 7 Juli 2018.

Hukum Online, “Pentingnya prinsip Per Se dan Rule of Reason di UU Persaingan Usaha”, <www.hukumonline.com>, 10 Maret 2010, dikunjungi pada 5 Juni 2018.

Dina Amalia, “Pengertian dan Ciri-Ciri Pasar Persaingan Sempurna”, <www.jurnal.

id> 14 November 2017, dikunjungi pada tanggal 21 Desember 2017.

Rahman Indra, “Tokopedia dapat suntikan Rp 14,7 Triliun dari Alibaba”, <www.cnnindonesia.com>, 17 Agustus 2017, dikunjungi pada tanggal 21 Desember 2017.

Rico Ngai, “Alibaba Increases Stake in E-commerce Platform Lazada”, <www.alibabagroup.com>, 28 Juni 2017, dikunjungi pada tanggal 21 Desember 2017.

HOW TO CITE: Norandi Jaya Abdul Azis, ‘Kepemilikan Saham Silang Perusahaan Marketplace Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha’ (2018) Vol. 1 No. 2 Jurist-Diction.