



Dampak Kartel Ayam Terhadap Struktur Pasar dan Persaingan Usaha di Indonesia: Analisis Ekonomi Pasca Kasus 2016

Nadila Yunita Maharani ^{1*}, Naili Rachma Maulidya ², Putu Oka Yadnya Susila ³,
Muhammad Fatih Bustomi ⁴, Emma Yunika Puspasari ⁵
¹⁻⁵ Universitas Negeri Malang, Indonesia

Alamat: Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang 5, Malang, Indonesia

Korespondensi penulis: nadila.yunita.2104316@student.um.ac.id *

Abstract. *The chicken cartel in Indonesia that was exposed in 2016 has become a major issue affecting market structure and corporate competition. This strategy involves 12 large companies collaborating to control the availability and price of chicken by limiting chicken production (parent stock). Using a descriptive approach and normative legal research methods, this study examines how the cartel affects market structure, corporate competitiveness, and consumer welfare. This study reveals that the chicken cartel encourages oligopolistic conditions that are detrimental to small producers, consumers, and the economy as a whole. Large companies dominate the market, causing consumers to pay unfair prices, while small farmers lose their competitiveness.*

Keywords: *Business Competition, Market Structure, Chicken Cartel*

Abstrak. Kartel ayam di Indonesia yang terungkap pada tahun 2016 telah menjadi isu besar yang mempengaruhi struktur pasar dan persaingan perusahaan. Strategi ini melibatkan 12 perusahaan besar yang berkolaborasi untuk mengendalikan ketersediaan dan harga ayam dengan membatasi produksi ayam (parent stock). Dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan metode penelitian hukum normatif, penelitian ini mengkaji bagaimana kartel tersebut mempengaruhi struktur pasar, daya saing perusahaan, dan kesejahteraan konsumen. Penelitian ini mengungkap bahwa kartel ayam mendorong kondisi oligopoli yang merugikan produsen kecil, konsumen, dan perekonomian secara keseluruhan. Perusahaan besar menguasai pasar, menyebabkan konsumen membayar harga yang tidak adil, sementara petani kecil kehilangan daya saing.

Kata kunci: Persaingan Usaha, Struktur Pasar, Kartel Ayam

1. LATAR BELAKANG

Industri ayam di Indonesia merupakan salah satu sektor penting dalam penyediaan pangan, khususnya sebagai sumber protein hewani yang terjangkau bagi masyarakat. Dengan populasi yang besar dan permintaan yang terus meningkat, ayam menjadi komoditas strategis yang berkontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Menurut data, sektor peternakan unggas, termasuk ayam, menyerap sekitar 3 juta tenaga kerja dan memiliki nilai ekonomi lebih dari Rp 100 triliun. Stabilitas harga ayam sangat berpengaruh terhadap inflasi dan daya beli masyarakat, sehingga keberlanjutan industri ini menjadi perhatian utama bagi pemerintah dan pelaku usaha.

Idealnya, persaingan dalam industri ayam seharusnya berlangsung di pasar terbuka, di mana berbagai pelaku usaha dapat berkompetisi secara sehat untuk menawarkan produk terbaik kepada konsumen. Namun, kenyataannya, pada tahun 2016, terungkap adanya praktik kartel yang melibatkan beberapa perusahaan besar dalam industri ini. Praktik kartel ini ditandai dengan kesepakatan antara pelaku usaha untuk mengatur harga dan pasokan ayam, yang jelas-jelas melanggar prinsip persaingan yang sehat. Kasus ini juga menyoroti beberapa perusahaan besar yang berkolaborasi dalam menetapkan harga ayam broiler, yang pada akhirnya mempengaruhi harga pasar. Ketua Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) menyatakan bahwa ada 12 perusahaan yang diduga terlibat dalam praktik ini, termasuk PT Charoen Pokphand dan PT Japfa Comfeed Indonesia (Revdicha, 2019).

Kartel ayam tidak hanya berdampak pada pembisnis skala kecil tetapi juga seluruh struktur pasar (Usman, 2024). Praktik ini mengakibatkan terjadinya mismatch pasar antara produsen besar dan kecil, yang pada akhirnya berdampak pada karakteristik pasar oligopolistik. Kondisi ini sebagian besar mempengaruhi kemampuan pembisnis skala kecil untuk bekerja dan pada akhirnya kemampuan mereka untuk membeli barang. Selain itu, fluktuasi perekonomian juga mempengaruhi harga komoditas di pasar domestik, yang seringkali berdampak pada konsumen lanjut usia.

Secara teoritis, keberadaan kartel bertentangan dengan prinsip-prinsip persaingan sempurna yang ideal dalam ekonomi pasar. Dalam konteks Indonesia, keberadaan kartel seringkali dipicu oleh lemahnya pengawasan regulasi dan rendahnya daya tawar peternak kecil terhadap perusahaan besar (Rohim, 2023). Meskipun pemerintah telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan daya saing pasar, seperti melalui intervensi harga dan subsidi, tantangan struktural tetap ada.

Dalam konteks hukum, praktik kartel ini bertentangan dengan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pasal 11 dari undang-undang ini secara eksplisit melarang persekongkolan antar pelaku usaha yang bertujuan untuk mempengaruhi harga dan mengatur produksi serta pemasaran barang. Pelanggaran terhadap ketentuan ini dapat mengakibatkan sanksi administratif, termasuk denda dan pembatalan perjanjian yang melanggar hukum. Pentingnya penegakan hukum dalam kasus ini tidak hanya untuk melindungi konsumen dari harga yang tidak wajar, tetapi juga untuk menjaga integritas pasar dan mendorong pertumbuhan industri yang berkelanjutan. Jika praktik kartel dibiarkan, maka peternak lokal yang lebih kecil akan kesulitan bersaing, yang pada akhirnya dapat mengancam keberlangsungan industri ayam di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak keberadaan kartel ayam terhadap struktur pasar dan tingkat persaingan usaha di Indonesia pasca-2016. Dengan pendekatan deskriptif, penelitian ini juga akan mengevaluasi efektivitas kebijakan yang telah diterapkan oleh pemerintah dan KPPU untuk mengatasi permasalahan tersebut.

2. KAJIAN TEORITIS

Teori Struktur Pasar

Pasar adalah bagian penting dari ekonomi yang dapat menciptakan manfaat dan kesejahteraan bagi manusia. Dalam dunia bisnis, pasar berfungsi sebagai sistem yang menghubungkan penjual dan pembeli untuk melakukan jual beli barang dan jasa, baik dalam hal produksi maupun penetapan harga. (Nawawi, 2013)

Pasar adalah lokasi di mana individu berkumpul untuk bertukar barang atau jasa dengan uang. (Utomo, 2012). Pasar dapat dijelaskan sebagai arena untuk transaksi jual-beli, yang juga mencerminkan interaksi antara penawaran dan permintaan, di mana penjual berusaha menukar barang atau jasa dengan uang, dan pembeli mencari untuk menukar uang mereka dengan barang atau jasa. (Kadir, 2010). Adapun beberapa jenis pasar

1. Pasar Persaingan Sempurna

Jenis pasar atau industri yang memiliki tidak hanya satu penjual dan satu pembeli, di mana tidak ada penjual atau pembeli yang dapat mempengaruhi kondisi pasar.

Ciri-ciri pasar persaingan sempurna:

- Perusahaan merupakan pihak yang menerima harga (*price taker*)
- Setiap perusahaan dapat dengan mudah meninggalkan atau bergabung dengan pasar
- Menghasilkan produk yang mirip
- Ada banyak perusahaan yang beroperasi di pasar
- Pembeli memiliki pengetahuan lengkap tentang pasar
- Setiap produsen mampu memperoleh informasi pasar (harga pasar yang berlaku) dengan cepat dan akurat
- Tidak ada intervensi dari pemerintah

2. Pasar Monopoli

Sebuah jenis pasar di mana hanya ada satu perusahaan dalam suatu industri dan produk yang dihasilkan tidak ada perusahaan lain yang memproduksi gantinya.

Ciri-ciri pasar monopoli:

- Hanya ada satu penjual
- Barang yang dijual tidak memiliki alternatif (no substitutes)
- Rintang untuk memasuki pasar sangat tinggi
- Dapat mengendalikan penetapan harga
- Iklan promosi tidak terlalu dibutuhkan

3. Pasar Oligopoli

Sebuah struktur pasar atau industri yang terdiri dari hanya beberapa perusahaan, di mana setiap perusahaan dapat memengaruhi harga pasar.

Ciri-ciri pasar oligopoli:

- Terdapat beberapa penjual.
- Terdapat beberapa hambatan untuk masuk ke dalam industri oligopoli.
- Harga yang ditentukan oleh satu perusahaan perlu dipertimbangkan oleh perusahaan lainnya dalam industri.
- Produk memiliki ukuran yang sama.
- Ada persaingan non harga, contohnya adalah perang iklan.

4. Pasar Monopolistik

Sebuah pasar dengan berbagai penjual yang menjual produk yang sejenis, tetapi berbeda dalam beberapa hal.

Ciri-ciri pasar monopolistik:

- Banyak pedagang dan pembeli.
- Produk yang berbeda (mempunyai karakteristik atau merek tertentu).
- Halangan untuk masuk cukup rendah.
- Pedagang memiliki sedikit pengaruh terhadap harga.

Kartel dalam Ekonomi

Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, terdapat beberapa kegiatan dan perjanjian yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha dalam suatu pasar persaingan, salah satunya yakni kartel. Kartel merupakan strategi yang dilakukan oleh beberapa pelaku usaha untuk mengendalikan harga suatu komoditas tertentu melalui pengaturan jumlah produksi komoditas tersebut (Muzadi, 2018). Pada pasal 11 dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 juga dijelaskan mengenai kartel yang berbunyi sebagai berikut:

“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 praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.”

Kartel dapat terjadi ketika sekelompok perusahaan dalam suatu industri yang seharusnya bersaing memilih untuk bekerja sama dengan mengkoordinasikan aktivitas mereka, seperti mengatur produksi, membagi wilayah pemasaran, melakukan kolusi tender, atau aktivitas lain yang menghambat persaingan. Melalui koordinasi ini, para pelaku usaha dapat menaikkan harga dan meraih keuntungan lebih tinggi daripada yang seharusnya terjadi dalam kondisi persaingan sehat.

Untuk mencegah harga pasar produk jatuh terlalu rendah dan tetap memperoleh keuntungan maksimal, para pelaku usaha seringkali membuat kesepakatan, salah satunya dengan mengatur jumlah produksi yang tersedia di pasar agar harga tidak menjadi terlalu murah. Prinsip dasarnya adalah jika produksi dikurangi sementara permintaan pasar tetap stabil, harga dari komoditas tersebut cenderung meningkat. Sebaliknya, jika produksi melimpah di pasar melebihi jumlah permintaan pasar, maka harganya akan menurun. Praktik kartel semacam ini biasanya terjadi dalam asosiasi dagang, di mana anggota asosiasi dapat dengan mudah menetapkan standar sekaligus mengatur harga, yang pada akhirnya dapat menghambat persaingan usaha yang sehat.

Persaingan Usaha dan Kesejahteraan Konsumen

Persaingan usaha dan kesejahteraan konsumen adalah dua konsep yang saling berkaitan dalam ekonomi. Persaingan usaha yang sehat cenderung menciptakan pasar yang lebih efisien, sementara pasar yang efisien memberikan keuntungan lebih besar bagi konsumen dalam bentuk harga yang wajar, kualitas yang lebih baik, dan inovasi yang lebih cepat.

1. Persaingan Usaha

Persaingan usaha mengacu pada kondisi di mana pelaku usaha bersaing untuk mendapatkan pangsa pasar melalui produk, layanan, harga, atau strategi pemasaran. Persaingan yang sehat menghasilkan dinamika positif dalam pasar.

Ciri-Ciri Persaingan Usaha yang Sehat

- **Transparansi:** Informasi pasar tersedia secara adil bagi semua pelaku.
- **Akses Pasar Terbuka:** Hambatan untuk masuk dan keluar pasar rendah.
- **Inovasi:** Pelaku usaha berlomba untuk menciptakan produk atau layanan baru.
- **Efisiensi:** Mendorong pengelolaan sumber daya yang lebih baik.

- Kepatuhan Hukum: Tidak ada praktik curang seperti monopoli, kartel, atau diskriminasi harga.

Manfaat Persaingan Usaha:

- Penurunan harga karena efisiensi.
- Produk dan layanan lebih berkualitas.
- Adanya pilihan lebih banyak bagi konsumen.
- Inovasi berkelanjutan.

Namun, jika persaingan tidak sehat (misalnya melalui praktik monopoli, oligopoli tertutup, atau kolusi), maka pelaku pasar besar dapat menyalahgunakan kekuasaan mereka untuk menghambat pelaku lain dan merugikan konsumen.

2. Kesejahteraan Konsumen

Kesejahteraan konsumen mengacu pada sejauh mana konsumen dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya melalui barang dan jasa yang tersedia di pasar dengan harga yang wajar dan kualitas yang memadai.

Indikator Kesejahteraan Konsumen

- Harga yang Wajar: Konsumen dapat membeli barang/jasa dengan harga yang mencerminkan biaya produksi dan nilai tambah yang adil
- .Pilihan yang Beragam: Konsumen memiliki akses ke berbagai produk dan layanan.
- Kualitas Tinggi: Barang/jasa memenuhi standar keamanan dan kenyamanan.
- Perlindungan Hak Konsumen: Konsumen terlindungi dari praktik usaha yang merugikan, seperti penipuan atau eksploitasi.

Hubungan dengan Persaingan Usaha

Dalam pasar yang kompetitif, produsen cenderung menawarkan produk berkualitas lebih tinggi dengan harga yang lebih rendah. Konsumen diuntungkan dengan pilihan yang lebih banyak dan inovasi. Praktik monopoli atau kartel dapat menyebabkan harga yang terlalu tinggi, kualitas yang buruk, dan keterbatasan pilihan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan deskriptif. Metode ini berfokus pada analisis peraturan perundang-undangan yang relevan serta praktik-praktik yang terjadi di lapangan. Penelitian hukum normatif bertujuan untuk memahami dan menganalisis bagaimana hukum diterapkan dalam konteks kartel ayam di

Indonesia, terutama setelah kasus yang terjadi pada tahun 2016. Adapun pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka dan analisis dokumen. Peneliti akan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber tertulis yang membahas tentang kartel ayam, termasuk hasil-hasil penelitian sebelumnya, laporan KPPU, serta artikel-artikel dari jurnal ilmiah.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kronologi Kasus Kartel Ayam Pada Tahun 2016

Kasus kartel ayam pada tahun 2016 di Indonesia melibatkan 12 perusahaan pembibitan ayam yang terbukti melanggar Pasal 11 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Kasus ini bermula dari kesepakatan yang difasilitasi oleh Gabungan Perusahaan Pembibitan Unggas (GPPU), di mana perusahaan-perusahaan tersebut sepakat untuk mengurangi produksi induk ayam pedaging (*Parent Stock*) sebanyak 2 juta unit. Tujuan dari pengurangan ini adalah untuk mengendalikan pasokan bibit ayam di pasar, yang secara langsung mempengaruhi kenaikan harga ayam (Nur & Prananingtyas, 2023)

Kartel ini mulai terdeteksi ketika KPPU menemukan pola kenaikan harga ayam yang seragam diantara perusahaan-perusahaan tersebut. Investigasi lebih lanjut mengungkapkan adanya koordinasi antara pelaku usaha yang difasilitasi oleh asosiasi dagang. Penggunaan bukti tidak langsung, seperti rekaman pertemuan dan data email, menjadi kunci untuk membongkar praktik kartel ini. Penyelidikan KPPU menyimpulkan bahwa kesepakatan ini melanggar Pasal 11 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat (Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia, 2016)

Merespon keputusan tersebut, sebelas dari dua belas pihak terlapor dalam kasus kartel ayam mengajukan keberatan atas Putusan KPPU Nomor 02/KPPU-I/2016. Keberatan ini diajukan ke Pengadilan Negeri Jakarta Barat dengan Nomor Perkara 01/Pdt.Sus-KPPU/2017/PN Jkt.Brt, yang diputus pada 29 November 2017. Majelis hakim menerima dan mengabulkan keberatan tersebut, sehingga Putusan KPPU dinyatakan tidak memiliki kekuatan hukum terhadap pihak terlapor.

Sebagai tindak lanjut, KPPU mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung. Namun, Mahkamah Agung menolak permohonan kasasi dari KPPU dengan alasan bahwa putusan Pengadilan Negeri Jakarta Barat tidak bertentangan dengan hukum atau undang-undang. Dengan demikian, pihak-pihak yang menjadi termohon dalam perkara tersebut dinyatakan tidak terbukti melanggar Pasal 11 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

Dampak Kartel Terhadap Struktur Pasar

Dampak kartel ayam terhadap struktur persaingan pasar di Indonesia sangat signifikan dan merugikan. Dengan melibatkan dua belas perusahaan yang menguasai sekitar 85% populasi stok indukan ayam, kartel ini menciptakan kondisi oligopoli yang mengurangi tingkat persaingan yang sehat (Rumatiga, 2021). Dalam situasi ini, perusahaan-perusahaan tersebut dapat melakukan penetapan harga secara kolektif, yang mengarah pada harga yang lebih tinggi di pasar. Praktik ini jelas merugikan konsumen, yang terpaksa membayar lebih untuk produk ayam, serta mengurangi aksesibilitas bahan pangan yang penting bagi masyarakat.

Lebih jauh lagi, tindakan pemusnahan massal indukan ayam yang dilakukan oleh kartel menyebabkan penurunan pasokan ayam di pasar. Akibatnya, kelangkaan produk terjadi dan harga menjadi semakin mahal, yang berujung pada kerugian ekonomi yang besar dengan total kerugian yang diperkirakan mencapai Rp. 224.000.000.000,00. Dalam struktur pasar yang didominasi oleh kartel, insentif untuk berinovasi dan meningkatkan kualitas produk juga cenderung menurun (Dionesius & Hadi, 2019). Perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam kartel tidak merasa perlu untuk bersaing dalam hal kualitas atau layanan, karena mereka sudah memiliki kontrol yang kuat atas pasar.

Selain itu, praktik kartel ini berdampak negatif pada peternak kecil dan pelaku usaha lainnya yang tidak terlibat dalam kartel. Mereka menghadapi kesulitan untuk bersaing dengan harga yang ditetapkan oleh kartel, yang dapat mengakibatkan kerugian dan bahkan memaksa beberapa dari pelaku usaha yang tidak terlibat dalam kartel untuk keluar dari pasar. Secara keseluruhan, kartel ayam menciptakan struktur pasar yang tidak sehat di mana persaingan yang seharusnya mendorong efisiensi, inovasi, dan harga yang adil terganggu, sehingga merugikan konsumen dan perekonomian secara keseluruhan.

Dampak Kartel Terhadap Persaingan Usaha

Terdapat praktik ilegal yang digunakan oleh pemilik bisnis dalam persaingan bisnis di Indonesia untuk meningkatkan jumlah uang yang mereka hasilkan dari usaha bisnis mereka. Salah satu praktik yang berdampak negatif terhadap konsumen adalah praktik monopoli dalam transaksi bisnis, dimana praktik monopoli secara efektif meningkatkan keuntungan bisnis dan menaikkan jumlah uang yang dihasilkan oleh pemilik bisnis. Oleh karena itu, dalam praktik monopoli khusus ini terdapat berbagai bentuk monopoli serta dampak yang merugikan bagi konsumen, produsen, dan pemerintah. Dalam banyak kasus praktek monopoli sulit diungkapkan karena perolehan barang atau bukti-bukti sulit ditemukan dari berbagai sumber sehingga dapat mempersulit dalam menganalisis praktek monopoli tersebut. Dengan demikian,

praktik monopoli dapat mempengaruhi perekonomian suatu negara (Usman dalam Putra dkk., 2020).

Dalam perjanjian kartel terdapat aktivitas yang dilakukan oleh kartel yang mempengaruhi transaksi bisnis dan wilayah pemasaran. Setiap bisnis yang berkolaborasi dalam suatu proyek memiliki jenis kartel yang dikembangkan atau disiapkan bersama. Setiap kesepakatan yang digunakan mempunyai dampak terhadap perekonomian dan pasar yang dimiliki oleh para pelaku usaha, khususnya dalam kartel kesepakatan sebagai berikut:

1. Kartel daerah menggambarkan perilaku kartel mengacu pada wilayah pemasaran pada suatu wilayah yang telah ditentukan, yaitu mempunyai pasar yang dimiliki oleh pemilik usaha yang melakukan perjanjian kartel supaya tidak adanya pesaing baru pada wilayah yang disiapkan oleh para anggota kartel.
2. Kartel produksi merupakan salah satu jenis kartel yang digunakan oleh pemilik usaha untuk melaksanakan perjanjian kartel dengan cara menyesuaikan biaya produksi dan output terhadap pemasaran agar mempunyai dampak terhadap harga suatu barang atau jasa yang ditawarkan pada konsumen.
3. Kartel harga merupakan kartel yang memanfaatkan harga pasar yang terus meningkat untuk menetapkan harga yang telah disepakati oleh para anggota kartel. Untuk menunjukkan persaingan dalam penjualan produk atau jasa tertentu.
4. Kartel kondisi mengacu pada kartel dalam kondisi tertentu, seperti penanganan tugas administrasi, pengajuan kredit, atau promosi yang dilakukan secara kooperatif oleh pemegang kartel untuk menghalangi atau melemahkan usaha yang dapat menghalangi pelanggan karena kurangnya harga dan praktik bisnis yang kompetitif.
5. Kartel Pembagian Laba merupakan manfaat bagi peserta kartel dalam menjalankan kesepakatan dan aturan yang telah disusun. serta jenis kompensasi yang dimaksudkan untuk meningkatkan loyalitas pihak-pihak yang terlibat dalam memenuhi kewajibannya.

Dalam prakteknya kartel tidak selalu dilakukan dengan satu jenis saja, namun dapat dilakukan dengan lima jenis yang berbeda. Antara lain bertujuan untuk memperkecil ukuran persaingan pangsa pasar dan mencegah penjualan barang atau jasa tertentu. Akibatnya, menimbulkan persaingan usaha atau bisnis tidak sehat di Indonesia yang memiliki pangsa pasar yang cukup besar (Nugroho dalam Putra dkk., 2020).

Berdasarkan uraian di atas, kartel sendiri mempunyai beberapa bentuk yang berbeda-beda dengan maksud dan tujuan yang berbeda-beda. Diantaranya adalah kartel daerah, kartel produksi, kartel harga, kartel kondisi, dan kartel pembagian laba. Semua kartel ini mempunyai dampak yang sama terhadap konsumen dan pemilik usaha, serta pejabat pemerintah, yaitu merugikan dan juga mengakibatkan perekonomian menjadi kurang stabil. Akibatnya, dalam sistem kartel bergerak secara tergabung dalam beberapa perusahaan yang memiliki satu tujuan yang serupa dengan yang lain, yaitu mendapatkan keuntungan yang berlebih dan pangsa pasar yang stabil serta menghindari perselisihan pendapat pemilik usaha dan mencegah konflik yang timbul antara mereka dan pemilik bisnis baru yang ingin berpartisipasi dalam pasar. Oleh karena itu, terdapat beberapa kondisi yang menyebabkan terjadinya kartel dalam operasional usaha yang tidak sehat. Kondisi tersebut antara lain jumlah pemilik usaha yang relatif sedikit, produk yang homogen, elastisitas permintaan terhadap produk, kondisi data, pemasaran, dan produk. Selain itu, kartel berkembang pada sektor usaha tertentu dengan tingkat investasi yang tinggi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kasus kartel ayam di Indonesia pada tahun 2016 merupakan contoh nyata dari taktik persaingan tidak sehat yang merugikan berbagai pihak, termasuk konsumen, peternak kecil, dan perekonomian secara keseluruhan. Operasi kartel yang melibatkan 12 perusahaan besar, termasuk PT Charoen Pokphand dan PT Japfa Comfeed Indonesia, dilakukan dengan cara mengatur pasokan ayam (parent stock) untuk menaikkan harga ayam di pasaran. Kasus ini menunjukkan adanya koordinasi sistematis antar perusahaan untuk menguasai pasar, yang secara langsung melanggar Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Kegiatan kartel ini berdampak cukup besar pada struktur pasar. Dengan penguasaan lebih dari 85% populasi induk ayam, keadaan pasar menjadi oligopoli, dengan sejumlah kecil korporasi yang memegang kendali signifikan atas harga dan pasokan. Hal ini tidak hanya mengakibatkan harga ayam menjadi selangit, tetapi juga membatasi akses pasar bagi peternak kecil. Peternak skala kecil yang tidak memiliki daya tawar yang signifikan merasa sulit untuk bersaing dengan korporasi besar yang terstruktur. Akibatnya, banyak dari mereka yang mengalami kerugian dan terpaksa meninggalkan pasar. Kondisi ini mengurangi tingkat persaingan yang sehat dan memperburuk ketidakadilan di sektor peternakan ayam.

Bagi konsumen, dampak kartel tersebut terlihat dari tingginya biaya ayam dan terbatasnya pasokan produk. Biaya yang tidak kompetitif ini berdampak langsung pada daya beli masyarakat, terutama di kalangan kelompok berpendapatan rendah yang mengandalkan ayam sebagai sumber utama protein hewani.

Secara hukum, kartel ayam tersebut melanggar Pasal 11 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang secara khusus melarang adanya koordinasi antar badan usaha untuk mengendalikan harga atau produksi. Namun, meskipun KPPU telah menetapkan pelanggaran ini dengan jelas, upaya penegakan hukum masih menemui kendala yang cukup berarti. Mayoritas badan usaha terkait berhasil menggugat putusan KPPU di Pengadilan Negeri dan Mahkamah Agung, yang akhirnya menganulir sanksi yang dijatuhkan sebelumnya. Kasus ini menunjukkan adanya kelemahan sistem peradilan dan pengawasan hukum yang memungkinkan pelaku usaha besar untuk mengelak dari tanggung jawab.

Dari sudut pandang ekonomi, keberadaan kartel membuat kemunduran inovasi dan efisiensi. Perusahaan dalam kartel cenderung tidak berusaha meningkatkan kualitas produk atau layanan mereka karena mereka sudah menikmati dominasi pasar. Strategi ini juga mencegah bisnis baru memasuki bidang tersebut, yang seharusnya mengarah pada persaingan yang lebih sehat.

Dari segi kebijakan, pemerintah berupaya melakukan intervensi pasar melalui subsidi dan regulasi harga. Namun, upaya tersebut belum cukup untuk mengatasi akar permasalahannya, yaitu ketidakseimbangan daya tawar antara petani kecil dan perusahaan besar, serta lemahnya penegakan hukum. Oleh karena itu, diperlukan reformasi substansial, termasuk aturan yang lebih kuat, penegakan hukum yang konsisten, dan perlindungan yang lebih baik bagi petani kecil.

Secara keseluruhan, kasus kartel ayam menyoroti perlunya Indonesia memperkuat ekosistem pasar yang adil dan berkelanjutan. Langkah ini memerlukan pengaturan ketat terhadap praktik anti persaingan usaha, peningkatan transparansi pasar, dan penguatan petani kecil. Hanya dengan demikian keseimbangan antara kebutuhan konsumen dan perusahaan, serta stabilitas pasar, dapat tercapai.

DAFTAR REFERENSI

Dionesius, D., & Hadi, H. (2019). Upaya Kppu Dalam Mencegah Praktik Kartel Daging Ayam Broiler. *Jurnal Privat Law*, 7(2), 187. <https://doi.org/10.20961/privat.v7i2.39320>

Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia. *Putusan Perkara Nomor 02/KPPU-I/2016*.

- Kadir, A. (2010). *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an*. Jakarta: Amzah
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*.
- Muzadi, M. (2018). *Kekuatan Bukti Tidak Langsung (Indirect Evidence) pada Kasus Kartel tentang Pengaturan Produksi Bibit Ayam Broiler (Studi Kasus Putusan Mahkamah Agung Nomor 444k/Pdt.Sus-KPPU/2018)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Nawawi, I. (2013). *Isu-isu Ekonomi Islam*. Jakarta: CV. Dwiputra Pustaka Jaya
- Ningsih, E. R. (2021). *PERILAKU KONSUMEN Pengembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran (Vol. 1)*. Idea Press Yogyakarta.
- Nur, A. A., & Prananingtyas, P. (2023). *Analisa Yuridis Penerapan Prinsip Rule Of Reason Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (Kppu) Dalam Kasuskasus Dugaan Kartel*. 12.
- Putra, I. P. A. S., Wati, N. L. M. M., & Utama, I. N. (2020). Pengaruh Sistem Kartel terhadap Stabilitas Persaingan Usaha di Indonesia. *Jurnal Preferensi Hukum*, 1(2), 116–120. <https://doi.org/10.22225/jph.1.2.2348.116-120>
- Revdicha, M. H. (2019). *Akibat Hukum Perusahaan Yang Melakukan Kartel Dalam Pengaturan Produksi Bibit Ayam Pedaging (Broiler) (Analisis Putusan Kppu Nomor 02/Kppu-I/2016)*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Rohim, N. (2023). *Perlindungan Hukum Pelaku Usaha Retail Tradisional Terhadap Retail Modern Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha Dalam Perspektif Hak Asasi Manusia*. Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman Guppi.
- Rumatiga, H. (2021). *Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Perdagangan Bahan Pangan Dikaitkan Dengan Uu No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*. 13.
- Sudiarto. (2021). *Pengantar Hukum Persaingan Usaha di Indonesia (Vol. 1)*. Kencana.Jakarta
- Usman, I. (2024). *Praktik Monopoli Antara Dokter Dan Apotek Di Kabupaten Majene Ditinjau Dari Perlindungan Konsumen Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*. Universitas Sulawesi Barat.
- Utomo, B. (2012). *Hukum Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta