

Dikotomi Ekonomi Persaingan dan Ekonomi Pasar Pancasila

Ningrum Sirait, Universitas Sumatera Utara (ningrum@usu.ac.id)

Siti Anisah, Universitas Islam Indonesia (siti.anisah@uii.ac.id)

Eugenia Mardanugraha, Universitas Indonesia (eugenia.mardanugraha@ui.ac.id)

turbulensi ekonomi global akibat Pandemi Covid-19

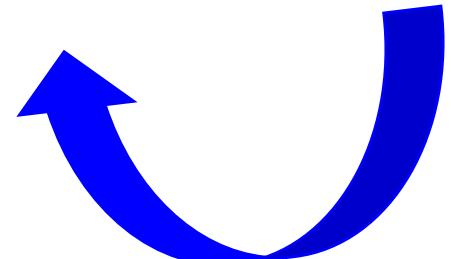
- belum ada sistem ekonomi yang mampu menjawab pemulihan ekonomi
- pada saat bersamaan **ekonomi-persaingan** dalam proses transformasi akibat “revolusi industri keempat” → budaya baru, a.l: “*human machine communication*”, “*connection global village*”, “*smart robot*”, “*internet of things*”, “*3D printer*”, “*driverless car*”, “*big data*”, dan “*online/virtual education*”
 - ✓ ekonomi-persaingan melintasi momen 'liminal', periode transisi di mana batas-batas normal pemikiran, pemahaman diri dan perilaku dilonggarkan, membuka jalan menuju kebaruan dan imajinasi, konstruksi, bahkan kehancuran.
 - ✓ tuntutan peran ekonomi-persaingan diintegrasikan dalam proses penerimaan dan pembentukan nilai baru di era kapitalisme digital.
- ada proses penangkapan nilai sekaligus memperkenalkan nilai baru agar ekonomi-persaingan operasional pada era digital.

pertanyaan riset

- apakah *coopetation* sebagai wujud kerjasama bergabung dengan persaingan lebih tepat di tengah kegalauan global saat ini?
- dapatkah Ekonomi-Pasar-Pancasila mengisi ruang kosong untuk menjawab kebutuhan itu?

tawaran konsep

1. rekonseptualisasi ekonomi-persaingan dalam konteks pembahasan *coopetition* (Sila 1-3);
2. revisi pemahaman saat ini tentang *the nature of the competitive game* (Sila 4);
3. kompetisi inovasi vertical-horisontal (Sila 5).



Fokus Kajian:

tidak hanya persaingan antar ekosistem tetapi juga mempromosikan kompetisi intra-platform (mungkin elemen signifikan kompetisi)

- ✓ diperlukan pengembangan *tools* dan metodologi konseptual yang memadai;
- ✓ pengembangan tipologi daya vertikal, penggabungan dalam kerangka kerja konseptual secara keseluruhan;
- ✓ berbagai konsep kekuatan non-struktural yang telah digunakan dalam literatur hukum persaingan selama ini sekaligus memperkenalkan beberapa pendekatan baru.

I. Hasil Penelitian

1. Prolog Persaingan Usaha di Indonesia
2. Ekonomi Persaingan
3. Perubahan UUD 1945

Prolog Persaingan Usaha di Indonesia

- Persaingan usaha (persaingan): salah satu faktor penting dalam menjalankan roda perekonomian suatu negara.
- Persaingan dapat mempengaruhi kebijakan yang berkaitan dengan perdagangan, industri, iklim usaha kondusif, kepastian dan kesempatan berusaha, efisiensi, kepentingan umum, kesejahteraan rakyat.
- Persaingan dalam mekanisme pasar akan memacu pelaku usaha berinovasi untuk menghasilkan produk yang bervariatif dengan harga bersaing dan dapat menguntungkan produsen maupun konsumen.
- Persaingan ditentukan oleh kebijakan persaingan
- 2 unsur penting bagi penentuan kebijakan (*policy objectives*) ideal dalam pengaturan persaingan:
kepentingan umum (public interest) dan efisiensi ekonomi (economic efficiency)
→ bagian tujuan UU No. 5 Tahun 1999
- Undang-Undang Persaingan Usaha di berbagai negara umumnya berfokus pada **kepentingan umum dan kesejahteraan rakyat (consumer welfare)**.
- Meskipun demikian, hukum persaingan kerap menyatakan bahwa **proses persaingan adalah fokus penting dibandingkan dengan perlindungan terhadap pelaku usahanya**.
- persaingan diartikan positif sebagai jawaban terhadap upaya mencapai **equilibrium**

persaingan dalam ekonomi pasar

- Persaingan usaha sehat (*fair competition*) merupakan salah satu syarat bagi negara-negara mengelola perekonomian yang berorientasi pasar.
- Inti dari ekonomi pasar: desentralisasi keputusan, berkaitan dengan “apa”, “berapa banyak”, dan “bagaimana” produksi.
- Individu harus diberi ruang gerak untuk pengambilan keputusan → desentralisasi
- individu-individu independen dalam jumlah secukupnya, yang menyediakan pemasokan dan permintaan dalam suatu pasar, karena proses pasar memerlukan aksi dan reaksi pelaku usaha yang tidak dapat diprediksi
- Fukuyama: prinsip liberal dalam ekonomi pasar bebas, telah menyebar dan berhasil memproduksi kesejahteraan material yang belum pernah dicapai sebelumnya → terjadi di negara industri dan berkembang.
- Padahal menjelang Perang Dunia II, negara-negara itu masih merupakan negara dunia ketiga yang sangat miskin.
- Suatu revolusi liberal dalam pemikiran ekonomi kadang mendahului dan mengikuti gerakan menuju kebebasan politik di seluruh dunia

Indonesia dan Pengaturan Persaingan Usaha

- Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat ditandatangani oleh Presiden B.J. Habibie; diundangkan pada 5 Maret 1999 dan berlaku satu tahun setelah diundangkan.
- **Asas ~ Pasal 2 UU No. 5 Tahun 1999:** “Pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antar kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum”
- Asas demokrasi ekonomi: penjabaran Pasal 33 UUD 1945 → sistem ekonomi yang diamanatkan oleh Konstitusi: salah satu ciri dari Ekonomi Pancasila
- Penjelasan Pasal 33 ayat (1) UUD 1945: ”Ekonomi diatur oleh kerjasama berdasarkan prinsip gotong royong”.
- Demokrasi ciri khas: diwujudkan oleh semua anggota masyarakat untuk kepentingan seluruh masyarakat, dan harus mengabdi kepada kesejahteraan seluruh rakyat.

Tujuan UU No. 5 Tahun 1999 ~ Pasal 3:

1. menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat;
2. mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah dan pelaku usaha kecil;
3. mencegah praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha; dan
4. terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Pasal 2&3 UU No. 5 Tahun 1999:

- Mengambil bagian dari pembukaan UUD 1945: struktur ekonomi untuk tujuan mewujudkan kesejahteraan nasional menurut UUD 1945 dan demokrasi ekonomi, menuju pada sistem persaingan bebas yang adil sebagaimana tercantum dalam Pasal 3 huruf a dan b UU No. 5 Tahun 1999.
- adanya pemberian kesempatan yang sama kepada setiap pelaku usaha dan ketiadaan pembatasan persaingan usaha, khususnya penyalahgunaan wewenang di sektor ekonomi.

II. Hasil Pembahasan

Dasar-dasar Perlindungan Persaingan Usaha: Pasal 33 UUD 1945.

- Penjelasan Pasal 33 ayat (1) UUD 1945 "Ekonomi diatur oleh kerjasama berdasarkan prinsip gotong royong"
- Ciri Demokrasi: diwujudkan oleh semua anggota masyarakat untuk kepentingan seluruh masyarakat, dan mengabdi kepada kesejahteraan seluruh rakyat.
- Negara menciptakan peraturan persaingan usaha untuk dapat mencapai tujuan demokrasi ekonomi.
- 3 sistem yang bertentangan dengan tujuan tersebut:
 1. "Liberalisme Perjuangan Bebas", yang pada masa lalu telah melemahkan kedudukan Indonesia dalam ekonomi internasional;
 2. Sistem Penganggaran Belanja yang menghambat kemajuan dan perkembangan ekonomi;
 3. Sistem Pengkonsentrasi Kekuatan Ekonomi, oleh karena segala monopoli akan merugikan rakyat.

Tujuan Perlindungan Persaingan Usaha

Pasal 3 tidak hanya terbatas pada sistem persaingan yang bebas dan adil: namun termasuk kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi semua pelaku usaha, dan melarang perjanjian atau penggabungan usaha yang menghambat persaingan serta penyalahgunaan kekuasaan ekonomi (huruf b dan c), sehingga semua pelaku usaha dalam melakukan kegiatan ekonomi tersedia ruang gerak yang luas.

proses persaingan untuk mencapai tujuan itu:

- memaksakan alokasi faktor produksi agar ekonomis sehingga untuk penggunaan paling efisien sumber daya yang terbatas,
- Menyesuaikan kapasitas produksi dengan metode produksi dan struktur permintaan serta penyesuaian penyediaan barang dan jasa dengan kepentingan konsumen (fungsi pengatur persaingan usaha),
- menjamin pertumbuhan ekonomi yang optimal, kemajuan teknologi dan tingkat harga yang stabil (fungsi pendorong persaingan) serta dengan menyalurkan pendapatan menurut kinerja pasar berdasarkan produktivitas marginal (fungsi distribusi).

Efisiensi sebagai Tujuan Persaingan

- Efisiensi berhubungan dengan penggunaan sumber daya: hari ini dan masa mendatang.
- Produksi yang efisien hari ini, berarti manusia, mesin, bahan mentah dan lainnya dipergunakan untuk memproduksi output terbesar. *Input* tidak dipergunakan sia-sia. Efisiensi hari berarti pula produk yang dihasilkan adalah barang dan jasa yang dinilai paling tinggi oleh konsumen dan pilihan mereka tidak terdistorsi.
- Efisiensi pada masa yang akan datang didapat dari insentif untuk inovasi yang menghasilkan peningkatan produk maupun perbaikan dalam proses produksinya di masa depan. Meningkatnya produksi dengan harga yang rendah, inovasi yang menghasilkan produk baru dan jasa yang lebih baik di masa depan, sehingga surplus total meningkat.

Kesejahteraan Masyarakat dan Konsumen sebagai Tujuan Utama Kebijakan Persaingan

- Perlindungan konsumen dan persaingan merupakan dua hal yang saling berhubungan dan mendukung.
- Harga murah, kualitas tinggi dan pelayanan yang baik merupakan tiga hal yang fundamental bagi konsumen dan persaingan merupakan cara yang terbaik untuk menjaminnya.
- Hukum persaingan harus sejalan atau mendukung hukum perlindungan konsumen.
- Efisiensi ekonomi meningkatkan kekayaan, termasuk kekayaan konsumen (masyarakat), melalui penggunaan sumber daya yang lebih baik.
- Maksimalisasi kesejahteraan konsumen harus menjadi satu-satunya tujuan utama dari kebijakan persaingan, perusahaan seharusnya tidak dapat menaikkan harganya bahkan menurunkannya supaya lebih kompetitif (yaitu dapat menjual produknya).
- Konsumen pun biasanya lebih diuntungkan apabila mutu, ketersediaan dan pilihan barang dapat ditingkatkan.

Doktrin Ekonomi Persaingan Usaha

Doktrin	Populis	Chicago	Post-Chicago	Inovasi
Tujuan utama	Keadilan bagi konsumen	Efisiensi alokasi	Efisiensi alokasi	Inovasi, produktivitas, dan daya saing global
Temporal focus	Jangka pendek	Jangka pendek	Jangka pendek	Jangka panjang
Jangkauan kompetisi	nasional	tidak relevan	Nasional	global
Pandangan terhadap kerjasama antar perusahaan	Dicurigai sebagai kolusi anti persaingan.	Baik, kecuali penetapan harga dan praktek yang mengerikan.	Dicurigai sebagai kolusi anti persaingan.	Bisa jadi cara bagi perusahaan untuk menghadapi tantangan aksi kolektif
Sumber kekuatan pasar dan aturan	Praktik yang tidak adil dan eksklusif (pengecualian per se)	Kinerja perusahaan yang menonjol atau campur tangan pemerintah (rule of reason)	Praktik yang tidak adil dan eksklusif, monopoli natural (per se dan rule of reason)	Praktek tidak adil, kinerja perusahaan yang menonjol, dan monopoli alamiah (kebanyakan rule of reason)
Hambatan masuk	tinggi	Rendah atau tidak ada	Biasanya moderat atau tinggi	Tergantung industri, tetapi inovasi dapat mendorong entri dan transformasi
Efektivitas intervensi pemerintah	tinggi	rendah	Tinggi	bervariasi
Perhatian terhadap kekuatan pembeli	tinggi	rendah	Moderat	rendah
Harga predator	mungkin	Tidak mungkin	Mungkin	Kasus per kasus
Keuntungan supernormal sebagai bukti kekuatan pasar	ya	ya	Ya	tergantung
Universality of the doctrine	tinggi	tinggi	moderat	Rendah – tergantung tempat, waktu dan industri

Aliran-aliran

Aliran dalam Ekonomi ~ Galtung: 3 warna	merah	biru	hijau
	mewakili ekonomi sosialis yang bertumpu pada Negara dan kekuasaan	lambang ekonomi kapitalis yang berintikan pasar dan modal	mewakili ekonomi Dunia Ketiga yang sedang berkembang, bersendikan masyarakat sipil (<i>civil society</i>) dan dialog
3 aliran lain: ekonomi campuran	campuran antara biru, merah, dan hijau, yang menjadi warna “merah muda” atau “merah jambu” (pink)	campuran antara ‘biru’ dan ‘merah’ menghasilkan warna ‘kuning’	campuran antara ‘Hijau’, “Merah Muda” dan ‘Kuning’ dinilai sebagai kombinasi ideal, karena tidak langsung mencampur warna ‘Biru’ dan ‘Merah’ yang paling banyak dikritik atau dalam bahasa studi perdamaian, paling berpotensi menimbulkan konflik dan kekerasan.
	representasi aliran “merah muda” ini adalah negara-negara Eropa Barat minus Inggris, terutama negara-negara Nordic, yaitu negara-negara yang mengikuti Konsep Negara Kesejahteraan	diwakili oleh negara-negara Timur Jauh, khususnya Jepang, Korea Selatan, Taiwan, Hongkong dan Singapore yang menggabungkan secara tegas unsur-unsur pasar negara, modal dan kekuasaan	Aliran ini masih merupakan “angan-angan”, belum ada representasinya

Mengacu pada Galtung, gagasan Ekonomi Pancasila adalah sah, logis, dan tidak aneh seperti tercermin dalam istilah ejekan “sistem ekonomi bukan-bukan”.

- Pancasila sering disebut sebagai kombinasi antara *Declaration of Independence* (aliran biru) dan *Manifesto Komunis* (aliran merah).
- Tetapi yang lebih tepat, Pancasila intinya kombinasi tiga ideologi, yaitu: *Nasionalisme*, *Sosialisme* dan *Demokrasi*, tetapi kesemuanya didasarkan pada *Humanisme* dan kepercayaan *Monoteisme*.
- Bung Karno menyebut tiga sumber ideologi: *Nasionalisme*, *Islamisme* dan *Komunisme*.
- Bung Hatta menyebut tiga sumber lain: *Islam*, *Sosialisme* dan *budaya Indonesia*.
- Jika Ekonomi Pancasila dapat dirumuskan sebagai “ekonomi yang mendasarkan diri pada nilai-nilai Pancasila”, maka Ekonomi Pancasila sebenarnya adalah sebuah sistem Ekonomi Campuran

Dawam Rahardjo: dalam melakukan kajian filsafat ilmu terhadap Ekonomi Pancasila menghendaki 3 tahap pembahasan kajian:

1. ontologis mengenai keberadaan “Ekonomi Pancasila.”
2. epistemologis yang menjawab pertanyaan bagaimana memahami “Ekonomi Pancasila” tersebut dan bagaimana cara kerjanya.
3. aksiologis yang mempertanyakan hasil atau kondisi ideal yang dihasilkan dalam proses pembentukan Ekonomi Pancasila. Berdasarkan teori enam aliran ekonomi di dunia menurut Galtung, J., Ekonomi Pancasila tergolong ke dalam ekonomi campuran ketiga. Ekonomi Pancasila adalah aliran Hijau yang berasal dari Dunia Ketiga.

Ekonomi dalam Perspektif Kerjasama

- Ekonomi terjadi karena adanya kerjasama yang dilakukan oleh pelaku ekonomi: kerjasama antara produsen dengan konsumen, diantara produsen, diantara konsumen, antara pemerintah dengan produsen, antara pemerintah dengan konsumen, dan antar pemerintah dua atau lebih negara atau wilayah.
- Pelaku ekonomi, semakin terhubung dengan adanya teknologi internet yang menghapuskan jarak tempat bahkan waktu.
- Dalam konteks persaingan usaha, kerjasama antar pelaku dalam suatu perekonomian dan kemajuan teknologi komunikasi, aliran ekonomi baru, yang disebut ekonomi kolaboratif (*collaborative economy*), "ekonomi berbagi (*sharing economy*)", "ekonomi pertunjukan (*gig-economy*)", "ekonomi sesuai permintaan (*on-demand economy*)", "ekonomi sejawat (*peer economy*)" sering digunakan secara bergantian.
- Petropoulos (2017): menjabarkan berbagai definisi ekonomi kolaborasi dan menyimpulkan karakteristik utama dari ekonomi kolaboratif adalah **memberikan peluang ekonomi bagi individu untuk memperdagangkan aset mereka yang kurang dimanfaatkan dengan individu lain melalui perantara yang mencocokkan penawaran dan permintaan dengan cara yang efisien dengan bantuan teknologi informasi**

- Secara filosofis, Avny mengemukakan bahwa ekonomi kolaborasi merupakan kritik ekonomi neo-liberal, yang tidak sesuai lagi dengan realitas Abad ke-21.
- Ekonomi harus lebih berorientasi pada orang dan lebih peka terhadap keinginan 'non-ilmiah' mereka. **Tujuan perusahaan tidak lagi memaksimumkan profit semata, namun harus mengandung tiga elemen berikut, yaitu: profitabilitas, akuntabilitas sosial, dan kepatuhan terhadap aturan lingkungan.**
- Karena kegiatan ekonomi dijalankan oleh dua faktor utama, yaitu: inisiatif dan modal manusia harus dilakukan secara merata, untuk mencapai hasil yang terbaik. Ekonomi kolaboratif diperlukan untuk menebus kesalahan dari ekonomi persaingan.

Penelusuran atas ekonomi kolaboratif mengacu pada sifat dasar manusia yang menerima daya saing sebagai bagian dari sifat sebagai bagian dominan dari sifat manusia, atau apakah daya saing hanyalah salah satu dari banyak komponen lain.

Individualitas, ambisi, dan daya saing adalah tiga sifat manusia independen yang tidak boleh tercampur satu sama lain.

Mereka dapat muncul dan bertindak bersama-sama atau secara terpisah.

Demikian kompetisi dan kolaborasi, yang pada kenyataannya keduanya adalah pilihan yang saling melengkapi.

Pandangan Koopetisi (Coopetition View):

- Koopetisi: tindakan kerjasama antara perusahaan yang bersaing; bisnis yang terlibat dalam persaingan dan kerjasama dikatakan dalam koopetisi.
- “Coopetition”: konsep strategis yang menunjukkan persaingan dan kerjasama antar perusahaan dapat eksis secara bersamaan.
- Bisnis tertentu mendapatkan keuntungan dengan menggunakan campuran kerjasama yang bijaksana dengan pemasok, pelanggan, dan perusahaan yang memproduksi produk pelengkap atau terkait.
- “Coopetition”: jenis aliansi strategis yang sangat umum antara perusahaan perangkat lunak dan perangkat keras

1. Kompetisi Murni (Pure Competition):

- Kompetisi muncul karena satu atau lebih pesaing merasa terhimpit atau melihat peluang untuk mengubah posisi menjadi lebih baik.
- Kompetisi terjadi karena industri berubah semakin dinamis, terus menerus, adanya intensitas persaingan antar perusahaan, dan konflik kepentingan antar perusahaan.
- Strategi kompetisi yang dilakukan perusahaan adalah aksi dan reaksi: melakukan tindakan kompetitif lebih bervariasi dan lebih cepat daripada kompetitor, merespon lebih cepat daripada kompetitor, meminimalisir kerjasama formal maupun informal.
- Kompetisi menutup kemungkinan kerjasama dan berusaha melindungi sumber daya dan kapabilitasnya dari pesaing.
- Penciptaan nilai dalam kompetisi adalah saat kompetitor memenangkan suatu nilai, maka nilai tersebut menjadi kekalahan bagi kompetitor lainnya.
- Kompetisi cenderung menurunkan tingkat pengembalian sehingga mengarahkan suatu industri menjadi persaingan sempurna dan pasar bebas.
- Kompetisi adalah proses interaktif dimana organisasi dalam perusahaan memberi andil dalam strategi yang dilakukan perusahaan dan mempengaruhi interaksi antar kompetitor.
- Bengtsson dan Kock: kompetisi merupakan interaksi yang menguntungkan, dibandingkan dengan kooperasi yang cenderung menghilangkan manfaat dari kompetisi

2. Koopetisi (Coopetition):

- Teori koopetisi didahului oleh konsep kompetisi dan kooperasi yang terpisah bahkan bertolak belakang. Pada sudut pandang kompetisi, perusahaan menciptakan hambatan dan membatasi kerjasama. Sedangkan sudut pandang kooperasi membuka diri bagi kerjasama mutualisme demi tercapai tujuan bersama (Garcia, 2002). Kompetisi cenderung memisahkan *business pie*, sedangkan kooperasi cenderung menggabungkan *business pie*. Namun terkadang perusahaan melakukan kompetisi dan kerjasama dalam berbagai kesempatan.
- Saat perusahaan menerapkan strategi kompetisi dan kooperasi secara simultan, inilah koopetisi.
- Kombinasi manfaat kedua konsep itu dikembangkan oleh Nalebuff dan Brandenburger sebagai koopetisi. Koopetisi: “*cooperative relationship of firms to create value, and compete to get the biggest share of the value created*”.
- Koopetisi menurut Luo: “*In a general way coopetition could be defined as a phenomenon involving the simultaneous existence of both competition and cooperation in a single relationship*”
- Brandenburger dan Nalebuff mendasarkan koopetisi pada *business game* dengan beberapa pemain (perusahaan) yang bermain dalam berbagai peran dan saling bergantung satu dengan yang lain. *business game* berbeda dengan perang dimana akan ada pemenang dan yang kalah. Dalam *business game*, pemain dapat mendapat keuntungan yang lebih banyak selama interaksi antar pemain menghasilkan pertambahan nilai secara keseluruhan. Dengan demikian, kesuksesan suatu perusahaan bukan berarti kekalahan dari lain perusahaan melainkan *multiple winner*

3. Pure Cooperation

- Kooperasi: bekerjasama dengan pihak lain untuk manfaat mutualisme
- Kooperasi menggambarkan situasi dimana hubungan antar rekan kerja didominasi dengan lebih banyak kerjasama daripada kompetisi dengan menggabungkan sumber daya, kemampuan dan kapabilitas
- Kooperasi sering diartikan kebalikan dari kompetisi, dimana kooperasi cenderung menjaga kestabilan harga dan menurunkan intensitas inovasi
- Kooperasi menggabungkan permintaan dan penawaran untuk meningkatkan keuntungan lebih besar daripada mengandalkan sumber daya perusahaan secara individual. Dalam hubungan kooperasi, perusahaan yang tergabung di dalamnya mengembangkan sumber daya dan kapabilitas untuk mencapai tujuan Bersama
- Bagi perusahaan dengan sumber daya terbatas, kooperasi juga dapat menjadi alternatif strategi dibandingkan strategi kompetisi yang membutuhkan sumber daya yang besar dan kuat. Kerjasama dapat membantu mempertahankan posisi suatu bisnis di pasar, mengembangkan pengetahuan dan kinerja inovasi
- Pada dasarnya, kerjasama atau kooperasi memiliki tujuan *win-win solution* dimana kerjasama harus menguntungkan kedua belah pihak.
- Manfaat kerjasama Budiwakti, adalah: meningkatkan produktivitas, efektivitas, dan efisiensi; menciptakan lingkungan kompetisi yang sehat; menjamin keberlangsungan usaha; dan mengurangi resiko bisnis

Ekonomi dan Persaingan Usaha di Masa Pandemi Covid-19

Ekonomi di Masa Pandemi Covid-19:

- Struktur ekonomi dan perilaku ekonomi mengalami perubahan total. Guncangan terjadi pada kedua sisi, baik sisi permintaan maupun penawaran.
- Pada sisi permintaan agregat, dampak langsung COVID-19 dibedakan dalam dua: praktis dan psikologis.
- Ada aspek kepraktisan karena sebagian konsumen terhalang atau akan terhalang untuk datang ke toko, sehingga permintaannya hilang dari pasar. Beberapa layanan pengiriman ke rumah ditunda, sehingga baik barang tidak terkumpul dan konsumen tidak berkumpul di suatu tempat pada suatu waktu tertentu.
- Aspek psikologis terjadi ketika konsumen dan perusahaan cenderung bersikap 'wait and see' ketika berhadapan dengan ketidakpastian yang sangat besar.

Persaingan Usaha di Masa Pandemi Covid-19

- **Alih** profesi: karyawan menjadi wirausahawan
- persaingan bisnis semakin ketat
- pelaku usaha baru: harus memperkuat riset dan pengetahuan tentang pasar sebelum memulai usaha.
- *Populix, platform market research* menjadi rujukan pelaku usaha dalam mencari tahu kebutuhan pasar dengan jutaan responden di berbagai wilayah di Indonesia, memberikan solusi mudah bagi para pelaku UMKM dalam membaca situasi pasar.
- Revolusi Industri 4.0 menuntut pelajar dan mahasiswa melek dengan pasar. Baik pelaku usaha, UMKM maupun pelajar, riset dengan cara mencari dan mengolah data kini tidak sulit.

Relaksasi penegakan hukum persaingan di tengah masa pandemi, bukan berarti:

- a. Pembiaran adanya tindak pidana korupsi;
- b. Perbuatan melawan hukum dengan melakukan korupsi: menunjuk langsung vendor dan melakukan (mark up), KKN, gratifikasi, *kick back*, menipu dalam jumlah item bantuan
- c. Keppres No. 12 Tahun 2020 memberikan “kepastian hukum” bagi para pejabat dalam mengambil kebijakan, tidak saja terkait bagaimana penanganan bencana nonalam, juga terkait kebijakan penganggaran.
- d. Lebih diperlukan lagi adanya “fine tuning” dari semua lembaga negara yang terlibat dalam pengawasan. Termasuk joint monitoring di bawah Satgas Covid? atau joint investigation sehingga tiap lembaga tidak menafsirkan peraturan yang ada secara parsial, tetapi terintegrasi.
- e. Setiap lembaga melakukan fungsinya sesuai tupoksinya (menerima laporan, pencegahan, pendampingan hingga penegakan hukum).
- f. Ataukah sudah saatnya Indonesia menerapkan Coopetition terutama saat kondisi Pandemi ini?
- g. Hakimlah yang akan memutuskan dalam putusan hukum apabila telah terbukti melakukan Perbuatan Melawan Hukum, apalagi didasarkan dengan mengambil kesempatan di tengah Pandemi Covid 19.
- h. Sangat tidak patut untuk menyalahgunakan Pandemi covid- 19, kejahanan kemanusiaan?

Inggris melalui Otoritas Kompetisi dan Pasar (CMA) pada Maret 2020: Kebijakan relaksasi untuk membantu pemerintah memberikan relaksasi kepada sektor usaha yang terdampak pandemi karena hampir semua hal berhenti beraktivitas.

terima kasih