

Cartel:

Penjelasan Komprehensif

Oleh:

[Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD](#)

Guru Besar Manajemen, NUP: 9903252922

Guru Besar dan Ketua Senat Akademik IBM-ASMI

© RUDYCT e-PRESS

rudyct75@gmail.com

Bogor, Indonesia

28 Maret 2025

Cartel: Penjelasan Komprehensif

1. Pengertian Dasar

Secara umum, **cartel** adalah suatu bentuk **kerja sama antara beberapa perusahaan atau negara yang seharusnya bersaing**, namun **memutuskan untuk tidak bersaing secara aktif satu sama lain**, khususnya dalam **harga dan produksi**. Mereka menyusun **kesepakatan rahasia atau semi-resmi** untuk:

- Menetapkan harga jual produk atau jasa.
- Membatasi jumlah produksi atau distribusi.
- Membagi pasar secara geografis atau berdasar segmen pelanggan.
- Menentukan strategi ekspor dan impor bersama.

Dalam praktik ekonomi dan bisnis, cartel juga dikenal sebagai "**Price Ring**", karena mereka "mengikat" harga dalam satu lingkaran kesepakatan yang tertutup.

2. Ciri-Ciri Utama Cartel

1. **Terdiri dari entitas terpisah** (perusahaan atau negara).
2. **Kesepakatan kolusif** (cooperative agreement) biasanya bersifat **rahasia atau informal**.
3. Tujuan utama: **mengurangi atau menghilangkan kompetisi pasar**.

4. Umumnya menysasar pada **penetapan harga, pengendalian output**, atau **pengaturan distribusi pasar**.
 5. Dampaknya adalah **harga menjadi lebih tinggi** dari kondisi pasar kompetitif.
-

3. Jenis-Jenis Kartel

- a. Kartel Harga (Price Cartel):** Perusahaan menyepakati harga minimum atau harga tetap untuk barang/jasa tertentu.
 - b. Kartel Produksi (Output Cartel):** Para anggota kartel sepakat membatasi jumlah produksi untuk mencegah kelebihan pasokan.
 - c. Kartel Pasar (Market Division Cartel):** Perusahaan membagi pasar berdasarkan wilayah atau jenis pelanggan sehingga tidak saling bersaing secara langsung.
 - d. Kartel Penawaran Bersama (Bidding Cartel):** Dalam proses tender atau lelang, perusahaan bersekongkol agar hanya satu yang menang dengan kesepakatan sebelumnya.
-

4. Contoh Nyata Kartel:

OPEC (Organization of the Petroleum Exporting Countries):

- **Anggota:** Negara-negara penghasil minyak seperti Arab Saudi, Iran, Venezuela, dll.
- **Tujuan:** Mengatur volume produksi minyak dunia agar harga minyak global tetap stabil atau menguntungkan bagi negara anggota.
- **Kontroversi:** Banyak ekonom menyebut OPEC sebagai bentuk legal dari kartel negara karena mereka memengaruhi harga secara global, walaupun diakui secara internasional.

Kasus Kartel Industri Otomotif di Eropa:

- Pada tahun 2019, Uni Eropa mendenda perusahaan besar seperti Volkswagen dan BMW karena bekerja sama untuk membatasi

pengembangan teknologi pengurangan emisi, demi mempertahankan harga kendaraan tetap tinggi.

5. Dampak dan Konsekuensi Kartel

Dampak Positif (dalam jangka pendek atau sudut pandang pelaku):

- Keuntungan perusahaan meningkat.
- Stabilitas harga jangka pendek.
- Mengurangi risiko kompetisi merusak.

Dampak Negatif (secara umum dan jangka panjang):

- Harga produk menjadi lebih tinggi bagi konsumen.
 - Inovasi dan efisiensi menurun karena tidak ada persaingan.
 - Merugikan ekonomi secara keseluruhan karena distorsi pasar.
 - Menyebabkan "**deadweight loss**", yakni kerugian efisiensi pasar.
-

6. Aspek Hukum dan Etika

Dalam banyak negara, **kartel dilarang secara hukum** karena bertentangan dengan prinsip **pasar bebas dan kompetisi sehat**.

Misalnya:

- **Undang-undang Anti Trust** di Amerika Serikat.
- **Komisi Persaingan Usaha (KPPU)** di Indonesia memiliki wewenang untuk menginvestigasi dan menjatuhkan sanksi pada perusahaan yang terbukti melakukan praktik kartel.

Sanksi umum terhadap kartel:

- Denda finansial besar.
 - Larangan operasional.
 - Gugatan hukum perdata dari konsumen atau kompetitor.
-

7. Narasi Analisis: Kartel dalam Perspektif Manajemen dan Ekonomi

Fenomena kartel mencerminkan **persimpangan antara strategi bisnis agresif dan etika ekonomi**. Dari sudut pandang manajerial, membentuk kartel bisa terlihat sebagai “jalan pintas” untuk stabilitas harga dan keuntungan. Namun, dari sudut pandang kebijakan publik, kartel adalah **penghambat inovasi, keadilan ekonomi, dan kesejahteraan konsumen**.

Dalam konteks perubahan industri (disrupsi digital, globalisasi, dsb):

- Kartel menjadi semakin sulit dipertahankan karena **transparansi data dan pengawasan digital** yang meningkat.
- Namun, potensi kartel juga menyusup ke ranah digital (misalnya melalui algoritma harga otomatis yang memfasilitasi kesepakatan implisit antar perusahaan digital).

8. Refleksi Edukatif

Dalam pengajaran manajemen atau ekonomi kepada generasi muda, kartel dapat dijadikan studi kasus penting mengenai **batas antara kolaborasi dan kolusi**, serta **tanggung jawab sosial perusahaan**. Generasi milenial dan Gen Z yang tumbuh dengan semangat keterbukaan dan keadilan, perlu menyadari bagaimana kekuatan pasar dapat disalahgunakan – bahkan oleh institusi yang besar dan mapan.

Kesimpulan

Cartel, atau **Price Ring**, adalah contoh nyata dari **kolusi pasar** yang berdampak luas pada mekanisme harga, efisiensi ekonomi, dan hak konsumen. Meskipun kadang dilakukan secara terselubung, dampaknya sangat nyata, dan penanganannya menjadi fokus banyak lembaga pengawas persaingan di seluruh dunia. Studi tentang kartel merupakan jendela penting untuk memahami dinamika kekuatan pasar dan urgensi etika bisnis.

Berikut ini adalah **rancangan infografik edukatif dan modul pembelajaran ringkas** tentang **Kartel (Cartel / Price Ring)**. Infografik ini cocok untuk pelatihan, pengajaran generasi muda, atau sebagai bahan presentasi di kelas ekonomi, manajemen, maupun kebijakan publik.

INFOGRAFIK: MEMAHAMI KARTEL (CARTEL / PRICE RING)

Apa Itu Kartel?

Kartel adalah kelompok perusahaan atau negara yang membuat **kesepakatan untuk mengontrol harga dan menghindari persaingan**. Tujuannya adalah menjaga keuntungan bersama dengan mengorbankan persaingan sehat dan kepentingan konsumen.

Ciri-Ciri Kartel

-  Kolaborasi antar perusahaan atau negara.
 -  Penetapan harga secara bersama (price-fixing).
 -  Pengurangan produksi secara sengaja.
 -  Pembagian wilayah pasar atau segmen konsumen.
 -  Penghilangan kompetisi (anti-persaingan).
-

Jenis-Jenis Kartel

1. **Kartel Harga** – Penetapan harga minimum atau tetap.
2. **Kartel Produksi** – Pembatasan kuota produksi.
3. **Kartel Pasar** – Pembagian wilayah pemasaran.

4. Kartel Tender – Pengaturan pemenang lelang secara kolusif.

Contoh Nyata

◆ OPEC (Organisasi Negara-negara Pengekspor Minyak)

- Negara produsen minyak menyepakati kuota produksi → mengatur harga dunia.

◆ Kartel Otomotif Eropa

- VW, BMW, dan Daimler didenda karena membatasi inovasi teknologi emisi.
-

Dampak Kartel

Dampak Positif (Bagi Anggota) Dampak Negatif (Bagi Publik)

- | | |
|--|--|
|  Stabilitas harga |  Harga lebih tinggi bagi konsumen |
|  Margin keuntungan naik |  Inovasi melambat |
|  Risiko kompetisi menurun |  Distorsi pasar |
-

Aspek Hukum

-  Dilarang oleh UU Anti-Monopoli di banyak negara.
 - **ID Indonesia: Diawasi oleh KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha).**
 -  Sanksi: Denda besar, pembubaran, gugatan hukum.
-

Refleksi Edukatif

Mengajarkan tentang kartel adalah mengajarkan pentingnya **persaingan sehat, harga yang adil, dan etika bisnis** dalam dunia yang semakin kompleks dan terkoneksi secara digital.

 **MODUL PEMBELAJARAN RINGKAS**

 **Tujuan Pembelajaran:**

- Memahami konsep kartel dan dampaknya.
 - Mengidentifikasi jenis-jenis kartel dan contohnya.
 - Menganalisis aspek hukum dan etika dari praktik kartel.
 - Menumbuhkan kesadaran akan pentingnya persaingan sehat.
-

 **Aktivitas Diskusi:**

1. **Studi Kasus:** Bandingkan OPEC dan kartel mobil Eropa — mana yang legal, mana yang ilegal?
 2. **Debat Kelas:** Apakah ada kondisi di mana kartel bisa dibenarkan?
 3. **Simulasi Tender:** Latih peserta untuk mengenali ciri kolusi dalam proses lelang.
-

 **Tugas atau Penilaian:**

- Buat esai singkat: “*Kartel dan Masa Depan Ekonomi Digital*”.
- Kerjakan analisis pasar: *Cari dan teliti potensi kartel di sektor digital atau e-commerce.*

Kartel dan Masa Depan Ekonomi Digital

Pendahuluan

Dalam sistem ekonomi modern yang mengedepankan persaingan bebas, keberadaan **kartel** menjadi tantangan serius terhadap prinsip efisiensi, keadilan harga, dan inovasi. Kartel, yaitu kesepakatan tersembunyi antara perusahaan atau entitas bisnis untuk mengontrol harga, produksi, atau pembagian pasar, telah lama menjadi simbol penyimpangan dalam dinamika pasar. Seiring berkembangnya **ekonomi digital**, pertanyaan yang mengemuka adalah: *Apakah praktik kartel masih relevan atau bahkan semakin tersembunyi di balik teknologi digital?*

Transformasi Digital dan Tantangan Baru

Ekonomi digital telah mentransformasikan cara bisnis dijalankan—dari sistem distribusi, strategi harga, hingga interaksi dengan konsumen. Platform digital, algoritma cerdas, dan big data kini menjadi instrumen dominan dalam pengambilan keputusan bisnis. Namun, teknologi yang seharusnya meningkatkan transparansi dan efisiensi justru membuka celah baru bagi **kartel tersembunyi atau implisit**.

Dalam beberapa kasus, **algoritma penetapan harga otomatis (algorithmic pricing)** digunakan oleh perusahaan-perusahaan e-commerce atau travel online untuk menyesuaikan harga secara dinamis. Jika algoritma yang digunakan oleh beberapa perusahaan memiliki kesamaan pola, maka secara tidak langsung dapat terbentuk "kartel algoritmik", yaitu keselarasan harga tanpa perlu komunikasi langsung antar pelaku pasar.

Kartel dalam Wajah Baru: Kolusi Algoritmik

Berbeda dari kartel konvensional yang biasanya melibatkan pertemuan fisik atau kesepakatan tertulis, **kartel digital** lebih sulit dideteksi. Dengan bantuan kecerdasan buatan dan machine learning, perusahaan

dapat merancang sistem yang secara otomatis mengikuti harga kompetitor, sehingga menciptakan "**keseragaman harga yang tidak disengaja secara hukum, tetapi berdampak nyata secara ekonomi.**"

Fenomena ini menciptakan dilema baru bagi otoritas persaingan seperti Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) di Indonesia atau European Commission. Bagaimana membuktikan niat kolusif jika yang beroperasi adalah kode algoritma? Di sinilah muncul kebutuhan akan pembaruan dalam **kerangka regulasi antitrust**, termasuk audit atas algoritma dan sistem digital perusahaan.

Perlunya Literasi Digital dan Etika Bisnis

Di tengah derasnya arus digitalisasi, generasi pelaku usaha dan konsumen masa depan harus dibekali dengan **literasi ekonomi digital dan etika persaingan**. Teknologi seharusnya memperluas akses, bukan mempersempit pilihan melalui praktik kolusif digital. Dunia usaha pun dituntut untuk tidak hanya bertanggung jawab secara hukum, tetapi juga **secara moral dan sosial**, dengan mengedepankan prinsip **transparansi dan fair play**.

Penutup

Masa depan ekonomi digital menyimpan potensi besar untuk memperluas pertumbuhan ekonomi dan inklusi pasar. Namun, ancaman kartel dalam bentuk baru tidak bisa diabaikan. Regulasi harus terus diperbarui seiring kemajuan teknologi, dan pelaku bisnis dituntut untuk membangun budaya persaingan yang sehat. Dalam konteks ini, memahami dan mewaspadaikan kartel—baik konvensional maupun algoritmik—merupakan bagian penting dari menjaga integritas dan keberlanjutan ekonomi digital yang adil dan terbuka bagi semua.

Analisis Pasar: Potensi Kartel di Sektor Digital dan E-Commerce

Pendahuluan

Perkembangan pesat sektor digital dan e-commerce telah merevolusi cara transaksi dan interaksi bisnis dilakukan. Namun, di balik inovasi ini, muncul kekhawatiran mengenai potensi praktik kartel yang dapat merugikan persaingan usaha yang sehat. Kartel, sebagai bentuk persekongkolan antara pelaku usaha untuk mengendalikan harga atau membagi pasar, dapat menghambat inovasi dan merugikan konsumen. Analisis ini bertujuan untuk meneliti potensi kartel dalam sektor digital dan e-commerce, serta implikasinya terhadap dinamika pasar.

prosiding.semnaskum.nusaputra.ac.id+1Rewangrencang+1

Potensi Kartel dalam Sektor Digital dan E-Commerce

1. Kolusi Algoritmik

Penggunaan algoritma dalam penetapan harga di platform digital dapat memunculkan potensi kolusi. Algoritma yang dirancang untuk menyesuaikan harga secara otomatis berdasarkan data pasar dapat secara tidak langsung menciptakan keseragaman harga antar pesaing, tanpa adanya komunikasi eksplisit. Hal ini menimbulkan tantangan bagi otoritas persaingan usaha dalam mendeteksi dan membuktikan adanya praktik kartel.

2. Penetapan Harga Seragam di Layanan Fintech

Di sektor fintech, khususnya layanan pinjaman online (peer-to-peer lending), ditemukan tingkat bunga tinggi yang seragam di antara para pelaku usaha. Keseragaman ini memicu dugaan adanya praktik kartel yang bertujuan untuk mempertahankan margin keuntungan tertentu, sehingga merugikan konsumen yang membutuhkan akses kredit dengan bunga kompetitif.

3. Perjanjian Eksklusif dan Penyalahgunaan Posisi Dominan

Platform e-commerce besar berpotensi melakukan perjanjian eksklusif dengan penjual tertentu atau menyalahgunakan posisi dominannya untuk menekan pesaing. Praktik ini dapat menciptakan hambatan bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk bersaing secara adil di pasar digital.

Tantangan dalam Penegakan Hukum

Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) menghadapi berbagai tantangan dalam mengawasi dan menegakkan hukum persaingan di sektor digital, antara lain: [Rewangrencang](#)

- **Kompleksitas Model Bisnis Digital**

Model bisnis dalam e-commerce yang kompleks dan terus berkembang membuat identifikasi serta pembuktian praktik kartel menjadi lebih sulit. Kurangnya spesifikasi dalam undang-undang terkait persaingan usaha di sektor digital menambah kompleksitas ini. [Open Journal Systems+2Jurnal Unprimdn+2Hukum Online+2](#)

- **Transparansi Algoritma**

Algoritma yang digunakan oleh platform digital seringkali bersifat proprieri dan tidak transparan. Hal ini menyulitkan otoritas dalam memahami dan mengawasi mekanisme penetapan harga yang mungkin mengarah pada praktik kartel.

Upaya Mitigasi dan Rekomendasi

1. **Peningkatan Kapasitas Regulasi**

Pemerintah dan KPPU perlu memperkuat kapasitas regulasi dan penegakan hukum yang adaptif terhadap dinamika sektor digital. Hal ini termasuk pembaruan undang-undang yang spesifik mengatur persaingan usaha di ranah digital dan e-commerce.

2. **Transparansi dan Audit Algoritma**

Mendorong transparansi dalam penggunaan algoritma penetapan harga melalui mekanisme audit yang independen. Langkah ini penting untuk

memastikan bahwa algoritma tidak digunakan sebagai alat untuk melakukan kolusi atau praktik kartel terselubung.

3. Edukasi dan Kesadaran Pelaku Usaha

Meningkatkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya persaingan sehat dan dampak negatif dari praktik kartel. Edukasi ini dapat dilakukan melalui seminar, workshop, dan publikasi yang menekankan etika bisnis dalam era digital.

Kesimpulan

Sektor digital dan e-commerce membawa peluang besar bagi pertumbuhan ekonomi, namun juga menghadirkan tantangan baru terkait potensi praktik kartel. Kolusi algoritmik, penetapan harga seragam, dan penyalahgunaan posisi dominan adalah beberapa bentuk ancaman terhadap persaingan usaha yang sehat. Diperlukan upaya kolaboratif antara pemerintah, otoritas pengawas, dan pelaku usaha untuk menciptakan ekosistem digital yang adil, transparan, dan kompetitif demi kesejahteraan konsumen dan perkembangan ekonomi yang berkelanjutan. [Rewangrencang](#)

Daftar Pustaka tentang Kartel

A. Buku dan Literatur Akademik

1. **Carlton, D. W., & Perloff, J. M.** (2015). *Modern Industrial Organization* (4th ed.). Pearson Education.
→ Referensi utama tentang teori organisasi industri dan praktik kartel dalam konteks persaingan pasar.
2. **Whish, R., & Bailey, D.** (2018). *Competition Law* (9th ed.). Oxford University Press.
→ Buku hukum persaingan yang sangat komprehensif,

menjelaskan kartel dari sisi legal, termasuk kasus landmark di Eropa.

3. **Motta, M.** (2004). *Competition Policy: Theory and Practice*. Cambridge University Press.
→ Menyediakan analisis mendalam tentang kebijakan antitrust dan kartel dari perspektif ekonomi mikro.
 4. **Khemani, R. S., & Shapiro, D. M.** (1993). *Glossary of Industrial Organisation Economics and Competition Law*. OECD.
→ Glosarium penting yang menjelaskan definisi kartel dan praktik anti-persaingan lainnya.
-

B. Jurnal dan Artikel Ilmiah

5. **Harrington, J. E. Jr.** (2006). *Behavioral Screening and the Detection of Cartels*. *European Competition Journal*, 2(2), 219–243.
→ Studi tentang cara mendeteksi kartel melalui perilaku harga dan output.
 6. **Ezrachi, A., & Stucke, M. E.** (2016). *Virtual Competition: The Promise and Perils of the Algorithm-Driven Economy*. *Harvard Journal of Law & Technology*.
→ Fokus pada kolusi algoritmik dan risiko kartel dalam ekonomi digital.
 7. **Levenstein, M. C., & Suslow, V. Y.** (2006). *What Determines Cartel Success?*. *Journal of Economic Literature*, 44(1), 43–95.
→ Menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan dan keberlanjutan kartel.
-

C. Sumber Hukum dan Kebijakan di Indonesia

8. **Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999** tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
→ Dasar hukum utama di Indonesia untuk penanganan kartel.

9. **Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU).** (2022). *Pedoman Penilaian Perkara Kartel*.

→ Dokumen resmi dari KPPU yang menjelaskan metodologi penyelidikan kartel di Indonesia.

→ Tersedia di: <https://www.kppu.go.id>

D. Artikel Online dan Media Resmi

10. **KPPU Harus Awasi Potensi Kartel di Pasar Digital yang Memanfaatkan Algoritma Pembeli.** (2024). *Kaltim Post*.

→ <https://kaltimpost.jawapos.com/utama/2384781386/kppu-harus-awasi-potensi-kartel-di-pasar-digital-yang-memanfaatkan-algoritma-pembeli>

11. **KPPU Lacak Bukti Kartel Fintech Pinjaman Online.** (2024). *Tempo.co*.

→ <https://www.tempo.co/ekonomi/kppu-lacak-bukti-kartel-fintech-pinjaman-online-712450>

12. **OECD Competition Committee.** (2020). *Algorithms and Collusion: Competition Policy in the Digital Age*.

→ <https://www.oecd.org/competition/algorithms-and-collusion.htm>

13. ChatGPT 4o (2025). Copilot of this article. Access date: 28 March 2025. Writer's account. <https://chatgpt.com/c/67e67cf9-d098-8013-89c7-bc2535343fe1>
