

## DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR BAGAN, GAMBAR DAN TABEL</b> .....	xv
<b>INTISARI</b> .....	xviii
<b>ABSTRACT</b> .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Keaslian Penelitian.....	16
E. Kegunaan Penelitian.....	21
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	22
A. Hukum Persaingan.....	22
1. Hukum Persaingan dan Efisiensi.....	22
2. Pasar, Pasar Bersangkutan, Pangsa Pasar dan Struktur Pasar.....	33
3. Posisi Monopoli dan Posisi Dominan.....	40
4. Analisis Hukum Persaingan dengan Pendekatan <i>Rule of Reason</i> dan <i>Perse Illegal</i> .....	44
5. Prinsip Ekstrateritorial dalam Hukum Persaingan.....	48

B. Hukum Hak Cipta.....	53
1. Justifikasi Pemberian Hak Milik atas Ciptaan.....	53
2. Internasionalisasi Hukum Hak Cipta.....	58
3. Hak Moral dan Hak Ekonomi.....	65
4. Ciptaan Lagu.....	71
5. Lisensi dan Royalti.....	74
6. Hukum Hak Cipta dan Efisiensi.....	78
C. Lembaga Manajemen Kolektif.....	80
D. Persinggungan Hukum Persaingan dengan Hukum Hak Cipta.....	94
1. Pemberian Lisensi.....	96
2. Penolakan memberi Lisensi.....	99
E. Kerangka Konseptual.....	102
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>107</b>
A. Tipe Penelitian.....	107
B. Data Penelitian.....	109
C. Subyek Penelitian.....	114
D. Alat Pengumpulan Data.....	115
E. Analisis Data.....	119
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>120</b>
A. Kinerja Lembaga Manajemen Kolektif dalam Perspektif Pencipta Lagu dan Pengguna Lagu ( <i>User</i> ).....	120
1. Praktik Kegiatan Lembaga Manajemen Kolektif di Indonesia.....	120

a. Karya Cipta Indonesia (KCI).....	120
b. Wahana Musik Indonesia (WAMI).....	134
c. Royalti Anugerah Indonesia (RAI).....	147
2. Perspektif Pencipta Lagu terhadap Kinerja Kegiatan Lembaga Manajemen Kolektif di Indonesia.....	155
3. Perspektif Pengguna Lagu ( <i>User</i> ) terhadap Kinerja Kegiatan Lembaga Manajemen Kolektif di Indonesia.....	163
4. Hubungan Hukum Lembaga Manajemen Kolektif dengan Pencipta Lagu.....	169
5. Pemberian Izin kepada Pengguna Lagu ( <i>User</i> ) oleh Lembaga Manajemen Kolektif, dan Persaingan antar Lembaga Manajemen Kolektif.....	180
6. Rujukan Negara Lain terkait Pengaturan Lembaga Manajemen Kolektif.....	186
B. Bentuk-bentuk Tindakan Lembaga Manajemen Kolektif yang Mengarah pada Tindakan yang dapat di Anggap Melanggar Larangan Hukum Persaingan Indonesia.....	191
1. Analisis Pendekatan Perilaku ( <i>Behaviour</i> ).....	191
2. Analisis Pendekatan <i>Structure-Conduct-Performance (SCP)</i> .....	203
a. Struktur Industri Lembaga Manajemen Kolektif.....	203
b. Tingkah laku Lembaga Manajemen Kolektif.....	219
c. Kinerja Lembaga Manajemen Kolektif.....	222
d. Hasil Analisis.....	224

3. Tindakan Lembaga Manajemen Kolektif yang Menarik	
Perhatian Hukum Persaingan Indonesia.....	226
a. Tindakan Penjanjian Pengikatan.....	226
1) Perjanjian Pengikatan dan Parameter Larangannya.....	227
2) Pengikatan Produk dalam Praktik Kegiatan Lembaga Manajemen Kolektif.....	243
3) Kepemilikan Pangsa Pasar Masing-Masing Lembaga Manajemen Kolektif.....	259
4) Lembaga Manajemen Kolektif yang Tindakannya dapat di Anggap Mengarah pada Pelanggaran Larangan Perjanjian Pengikatan.....	269
b. Tindakan Perjanjian Integrasi Vertikal.....	275
1) Perjanjian Integrasi Vertikal dan Parameter Larangannya.....	275
2) Integrasi Vertikal dalam Praktik Kegiatan Lembaga Manajemen Kolektif.....	294
3) Kepemilikan Pangsa Pasar Masing-Masing Lembaga Manajemen Kolektif.....	300
4) Hambatan Masuk Industri Lembaga Manajemen Kolektif.....	303
5) Karakteristik Produk dan Biaya.....	306
6) Biaya-Manfaat Perjanjian Integrasi Vertikal.....	308
7) Lembaga Manajemen Kolektif yang Tindakannya dapat	

di Anggap Mengarah pada Pelanggaran Larangan Perjanjian Vertikal.....	312
c. Tindakan Kegiatan Monopoli.....	319
1) Kegiatan Monopoli dan Parameter Larangannya.....	320
2) Kepemilikan Pangsa Pasar Masing-Masing Lembaga Manajemen Kolektif dan Lembaga Manajemen Kolektif yang Mempunyai lebih dari 50% Pangsa Pasar.....	335
3) Dampak Negatif dan Pihak yang Terkena Dampak.....	346
4. <i>Blanket License</i> Tidak Dikecualikan dari Penerapan Hukum Persaingan Indonesia.....	353
5. Tindakan Lembaga Manajemen Kolektif yang Melanggar Hukum Persaingan bukan Tanggung Jawab Pencipta Lagu selaku Pemberi Kuasa Lembaga Manajemen Kolektif.....	360
6. Kasus Hukum Persaingan terkait Praktik Kegiatan Lembaga Manajemen Kolektif di Uni Eropa, Polandia, dan Amerika Serikat.....	365
a. Kasus Hukum Persaingan terkait Lembaga Manajemen Kolektif di Uni Eropa.....	365
b. Kasus Hukum Persaingan terkait Praktik Kegiatan Lembaga Manajemen Kolektif di Polandia.....	370
c. <i>Antitrust Consent Decree</i> pada kasus Lembaga Manajemen Kolektif di Amerika Serikat.....	372
d. Analisis Perbandingan.....	378

C. Proyeksi Kinerja Lembaga Manajemen Kolektif di Indonesia Masa Mendatang yang Selaras terhadap Hukum Persaingan.....	382
1. Perlu Ada Jasa Izin Pengumuman Lagu selain <i>Blanket License</i> .....	382
2. Hendaknya Lembaga Manajemen Kolektif Memberikan Insentif yang Mendorong Distribusi Ciptaan Lagu.....	397
3. Perlu Adanya Persaingan dalam Praktik Kegiatan Lembaga Manajemen Kolektif.....	412
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	437
A. Kesimpulan.....	437
B. Saran.....	443

## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR BAGAN, GAMBAR DAN TABEL

Bagan	Halaman
1. Skematis Pertemuan Penawaran dan Permintaan.....	26
2. Paradigma SCP dalam Hukum Persaingan.....	28
3. LMK dalam Persinggungan Hukum Persaingan dan Hukum Hak Cipta.....	105
4. Pasar <i>Input</i> dan Pasar <i>Output</i> dalam Praktik Kegiatan LMK.....	107
5. Hubungan PAMMI, AHCDI, dan RAI.....	148
6. Pendistribusian Royalti RAI Tahun 2013.....	151
7. Hubungan Kemakelaran Pencipta Lagu dengan LMK.....	173
8. Proses Pembentukan LMK.....	183
9. Sistem <i>One Stop Shops</i> .....	185
10. Skematis Praktik Kegiatan LMK dengan Pencipta Lagu dan Pengguna Lagu ( <i>User</i> ).....	192
11. Kekuatan-kekuatan yang Mempengaruhi Persaingan Industri LMK..	204
12. Analisis SCP terhadap Praktik Kegiatan LMK.....	225
13. Tiga Bentuk Dasar Perjanjian Tertutup dan Integrasi Vertikal.....	229
14. Karakteristik dan Kegunaan Izin Pengumuman Lagu.....	263
15. Karakteristik dan Kegunaan Izin Pengumuman Lagu.....	307
16. Hukum Persaingan yang Komplementer terhadap Hukum Hak Cipta	354

Gambar	Halaman
1. Kurva Monopoli.....	196
2. Jumlah Pencipta Lagu yang Bergabung pada Masing-Masing LMK..	205
3. Jumlah Ciptaan Lagu yang Terdaftar pada Masing-Masing LMK.....	205
4. Jumlah Royalti Terkumpul Masing-Masing LMK tahun 2013.....	206
5. Persentase Pangsa Pasar Masing-Masing LMK dan Batas 10%	

	Pangsa Pasar (Berdasarkan Jumlah Lagu Terdaftar).....	271
6.	Persentase Pangsa Pasar Masing-Masing LMK dan Batas 10% Pangsa Pasar (Berdasarkan Jumlah Pencipta Lagu Tergabung)....	272
7.	Persentase Pangsa Pasar Masing-Masing LMK dan Batas 10% Pangsa Pasar (Berdasarkan Jumlah Royalti Terkumpul).....	273
8.	Skema Hubungan Vertikal.....	277
9.	Dampak Unilateral.....	279
10.	Skema Hubungan Vertikal LMK.....	298
11.	Jumlah Pencipta Lagu yang Bergabung pada Masing-Masing LMK..	303
12.	Jumlah Ciptaan Lagu yang Terdaftar pada Masing-Masing LMK.....	304
13.	Jumlah Royalti Terkumpul Masing-Masing LMK tahun 2013.....	304
14.	Persentase Pangsa Pasar Masing-Masing LMK dan Batas 10% Pangsa Pasar (Berdasarkan Jumlah Lagu Terdaftar).....	313
15.	Persentase Pangsa Pasar Masing-Masing LMK dan Batas 10% Pangsa Pasar (Berdasarkan Jumlah Pencipta Lagu Tergabung)....	314
16.	Persentase Pangsa Pasar Masing-Masing LMK dan Batas 10% Pangsa Pasar (Berdasarkan Jumlah Royalti Terkumpul).....	315
17.	Kurva Monopoli.....	323
18.	Persentase Pangsa Pasar Masing-Masing LMK dan Batas 50% Pangsa Pasar (Berdasarkan Jumlah Lagu Terdaftar).....	343
19.	Persentase Pangsa Pasar Masing-Masing LMK dan Batas 50% Pangsa Pasar (Berdasarkan Jumlah Pencipta Lagu Tergabung).....	344
20.	Persentase Pangsa Pasar Masing-Masing LMK dan Batas 50% Pangsa Pasar (Berdasarkan Jumlah Royalti Terkumpul).....	345

Tabel		Halaman
1.	Ilustrasi Pendistribusian Royalti Peserta KCI.....	132
2.	Ilustrasi Penerimaan Royalti Peserta KCI.....	133

3.	Ilustrasi Pendistribusian Royalti Anggota WAMI.....	146
4.	Ilustrasi Penerimaan Royalti Anggota WAMI.....	147
5.	Pencipta Lagu dan LMK.....	158
6.	Pencipta Lagu dan Perpindahannya antar LMK.....	159
7.	LMK, Pola Pendistribusian Royalti, dan Hambatan.....	162
8.	Perspektif Pengguna Lagu ( <i>User</i> ) terhadap Tawaran LMK.....	166
9.	Pengguna Lagu ( <i>User</i> ) dan <i>Blanket License</i> .....	197
10.	Perspektif Pengguna Lagu ( <i>User</i> ) dan Pencipta Lagu terhadap Pertukaran Langsung.....	199
11.	Faktor-Faktor Pendorong Hambatan Pengunduran Diri yang Tinggi.	209
12.	Kepekaan Harga Pengguna Lagu ( <i>User</i> ).....	212
13.	Perbandingan Tarif <i>Lumpsum</i> KCI dan WAMI.....	220
14.	Perbandingan Dampak Positif dan Dampak Negatif dari Perjanjian Pengikatan.....	232
15.	Posisi Dominan, Penyalahgunaan, dan Akibat Anti Persaingan.....	240
16.	Perbandingan Tarif <i>Lumpsum</i> KCI dan WAMI.....	261
17.	Pangsa Pasar Berdasarkan Jumlah Lagu Terdaftar.....	266
18.	Pangsa Pasar Berdasarkan Jumlah Pencipta Lagu Tergabung.....	266
19.	Pangsa Pasar Berdasarkan Jumlah Royalti Berkumpul.....	268
20.	Pangsa Pasar Berdasarkan Jumlah Lagu Terdaftar.....	301
21.	Pangsa Pasar Berdasarkan Jumlah Pencipta Lagu Tergabung.....	301
22.	Pangsa Pasar Berdasarkan Jumlah Royalti Berkumpul.....	302
23.	Pangsa Pasar Berdasarkan Jumlah Lagu Terdaftar.....	341
24.	Pangsa Pasar Berdasarkan Jumlah Pencipta Lagu Tergabung.....	342
25.	Pangsa Pasar Berdasarkan Jumlah Royalti Berkumpul.....	342
26.	Formula Pendistribusian Royalti Berkumpul dan LMK yang Menjalankannya.....	399
27.	Dua Pola Hubungan di Pasar <i>Input</i> .....	407