



PUTUSAN

Perkara Nomor: 03/KPPU-L/2008

Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia (selanjutnya disebut **Komisi**) yang memeriksa dugaan pelanggaran terhadap Pasal 16 dan Pasal 19 huruf a dan huruf c Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (selanjutnya disebut **Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999**) berkaitan dengan Hak Siar *Barclays Premier League* (Liga Utama Inggris) musim 2007-2010, yang dilakukan oleh: -----

1. **PT Direct Vision** (“**PTDV**”), yang beralamat kantor di Gedung Citra Graha Lantai 9, Jalan Jenderal Gatot Subroto Kavling 35-36 Jakarta 12950, Indonesia, selanjutnya disebut “**Terlapor I**”; -----
2. **Astro All Asia Networks, Plc** (“**AAAN**”), yang beralamat kantor di All Asia Broadcast Centre, Technology Park Malaysia, Lebuhraya Puchong Sungai Besi, 57000 Kuala Lumpur, Malaysia, selanjutnya disebut “**Terlapor II**”; -----
3. **ESPN STAR Sports** (“**ESS**”), yang beralamat kantor di 151 Lorong Chuan, #03-01 New Tech Park, Singapore 556741, selanjutnya disebut “**Terlapor III**”; -----
4. **All Asia Multimedia Networks, FZ-LLC** (“**AAMN**”), yang beralamat kantor di Dubai World Center Lantai 6, Dubai, Uni Emirat Arab, dan memiliki kantor Cabang di All Asia Broadcast Centre, Technology Park Malaysia, Lebuhraya Puchong Sungai Besi, 57000 Kuala Lumpur, Malaysia, selanjutnya disebut “**Terlapor IV**”; -----

telah mengambil Putusan sebagai berikut: -----

Majelis Komisi: -----

Setelah membaca surat-surat dan dokumen-dokumen dalam perkara ini;-----

Setelah mendengar keterangan para Terlapor; -----

Setelah mendengar keterangan para Saksi;-----

Setelah mendengar dan membaca keterangan para Ahli;-----

Setelah membaca Berita Acara Pemeriksaan (selanjutnya disebut **BAP**); -----

TENTANG DUDUK PERKARA

1. Menimbang bahwa Komisi menerima laporan mengenai adanya dugaan pelanggaran Pasal 16 Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 yang dilakukan oleh Astro All Asia Networks, Plc dan PT Direct Vision dengan ESPN STAR Sports dan Pasal 19 huruf a Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 yang dilakukan oleh Astro All Asia Networks, Plc dan PT Direct Vision berkaitan dengan Hak Siar Eksklusif Liga Inggris; -----
2. Menimbang bahwa setelah Komisi melakukan penelitian, klarifikasi dan pemberkasan, laporan tersebut dinyatakan lengkap dan jelas; -----
3. Menimbang bahwa atas laporan yang lengkap dan jelas tersebut, Rapat Komisi tanggal 24 Januari 2008 menetapkan laporan tersebut ditindaklanjuti ke tahap Pemeriksaan Pendahuluan; -----
4. Menimbang bahwa selanjutnya, Komisi menerbitkan Penetapan Nomor 12/KPPU/PEN/I/2008 tanggal 28 Januari 2008 tentang Pemeriksaan Pendahuluan Perkara Nomor 03/KPPU-L/2008, terhitung sejak tanggal 29 Januari 2008 sampai dengan 13 Maret 2008 (*vide* bukti A1);-----
5. Menimbang bahwa untuk melaksanakan Pemeriksaan Pendahuluan, Komisi menerbitkan Keputusan Nomor 19/KPPU/KEP/I/2008 tanggal 28 Januari 2008 tentang Penugasan Anggota Komisi sebagai Tim Pemeriksa dalam Pemeriksaan Pendahuluan Perkara Nomor 03/KPPU-L/2008 (*vide* bukti A2);-----
6. Menimbang bahwa selanjutnya Direktur Eksekutif Sekretariat Komisi menerbitkan Surat Tugas Nomor 18/SET/DE/ST/I/2008 tanggal 28 Januari 2008 yang menugaskan Sekretariat Komisi untuk membantu Tim Pemeriksa dalam Pemeriksaan Pendahuluan (*vide* bukti A3);-----
7. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Pendahuluan, Tim Pemeriksa telah mendengar keterangan dari Pelapor, Terlapor I, Terlapor II, Terlapor III, dan Instansi Pemerintah, (*vide* bukti B1, B5, B7, B8, B9) ; -----
8. Menimbang bahwa setelah melakukan Pemeriksaan Pendahuluan, Tim Pemeriksa menemukan adanya bukti awal yang cukup terhadap dugaan pelanggaran Pasal 16, Pasal 19 huruf a dan Pasal 19 huruf c Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 yang dilakukan oleh para Terlapor (*vide* bukti A56);-----
9. Menimbang bahwa berdasarkan Hasil Pemeriksaan Pendahuluan, Tim Pemeriksa merekomendasikan kepada Komisi agar pemeriksaan dilanjutkan ke tahap Pemeriksaan Lanjutan, menambah dugaan pelanggaran Pasal 19 huruf c Undang-

- undang Nomor 5 Tahun 1999 dan menetapkan All Asia Multimedia Network, FZ-LLC sebagai Terlapor (*vide* bukti A56); -----
10. Menimbang bahwa atas dasar rekomendasi Tim Pemeriksa Pendahuluan tersebut, Komisi menyetujui melalui Rapat Komisi pada tanggal 11 Maret 2008 dan menerbitkan Penetapan Komisi Nomor 41/KPPU/PEN/III/2008 tanggal 12 Maret 2008 tentang Pemeriksaan Lanjutan Perkara Nomor 03/KPPU-L/2008, terhitung sejak tanggal 12 Maret 2008 sampai dengan 06 Juni 2008 (*vide* bukti A57); -----
 11. Menimbang bahwa untuk melaksanakan Pemeriksaan Lanjutan, Komisi menerbitkan Keputusan Nomor 108/KPPU/KEP/III/2008 tanggal 12 Maret 2008 tentang Penugasan Anggota Komisi sebagai Tim Pemeriksa Lanjutan dalam Pemeriksaan Lanjutan Perkara Nomor 03/KPPU-L/2008 (*vide* bukti A58); -----
 12. Menimbang bahwa selanjutnya Direktur Eksekutif Sekretariat Komisi menerbitkan Surat Tugas Nomor 133/SET/DE/ST/III/2008 tanggal 12 Maret 2008 yang menugaskan Sekretariat Komisi untuk membantu Tim Pemeriksa Lanjutan dalam Pemeriksaan Lanjutan (*vide* bukti A59); -----
 13. Menimbang bahwa setelah melakukan Pemeriksaan Lanjutan, Tim Pemeriksa Lanjutan menilai perlu untuk melakukan Perpanjangan Pemeriksaan Lanjutan; -----
 14. Menimbang bahwa selanjutnya Komisi menerbitkan Keputusan Nomor 186/KPPU/KEP/VI/2008 tanggal 09 Juni 2008 tentang Perpanjangan Pemeriksaan Lanjutan Perkara Nomor 03/KPPU-L/2008, terhitung sejak tanggal 09 Juni 2008 sampai dengan 18 Juli 2008 (*vide* bukti A93); -----
 15. Menimbang bahwa untuk melaksanakan Perpanjangan Pemeriksaan Lanjutan, Komisi menerbitkan Keputusan Nomor 187/KPPU/KEP/VI/2008 tanggal 09 Juni 2008 tentang Penugasan Anggota Komisi sebagai Tim Pemeriksa Lanjutan dalam Perpanjangan Pemeriksaan Lanjutan Perkara Nomor 03/KPPU-L/2008 (*vide* bukti A94); -----
 16. Menimbang bahwa selanjutnya Direktur Eksekutif Sekretariat Komisi menerbitkan Surat Tugas Nomor 507/SET/DE/ST/VI/2008 tanggal 09 Juni 2008 yang menugaskan Sekretariat Komisi untuk membantu Tim Pemeriksa Lanjutan dalam Perpanjangan Pemeriksaan Lanjutan (*vide* bukti A95); -----
 17. Menimbang bahwa dalam masa Pemeriksaan Lanjutan dan perpanjangannya, Tim Pemeriksa telah mendengar dan membaca keterangan para Terlapor, para Saksi, para Ahli dan Pemerintah; -----
 18. Menimbang bahwa identitas dan keterangan para Terlapor, para Saksi, para Ahli dan Pemerintah telah dicatat dalam BAP dan Risalah Pertemuan dengan Pemerintah yang

telah diakui kebenarannya serta masing-masing telah ditandatangani oleh yang bersangkutan;-----

19. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Pendahuluan dan Pemeriksaan Lanjutan, Tim Pemeriksa telah mendapatkan, meneliti dan menilai sejumlah surat dan atau dokumen, BAP serta bukti-bukti lain yang telah diperoleh selama pemeriksaan dan penyelidikan; -----

20. Menimbang bahwa setelah melakukan Pemeriksaan Lanjutan, Tim Pemeriksa membuat Laporan Hasil Pemeriksaan Lanjutan yang memuat fakta-fakta sebagai berikut: -----

20.1. **Tentang Identitas Para Terlapor;**-----

20.1.1. **PT Direct Vision** (selanjutnya disebut “**PTDV**”) merupakan badan usaha yang berbentuk badan hukum berupa Perseroan Terbatas yang didirikan berdasarkan peraturan perundang-undangan Negara Republik Indonesia, dengan Anggaran Dasar yang perubahan terakhirnya dibuat berdasarkan Akta Nomor 119 oleh Notaris Sutjipto, S.H., yang sahamnya dimiliki oleh PT Ayunda Prima Mitra sebesar 49% dan Silver Concord Holdings Limited sebesar 51% dimana PT Ayunda Prima Mitra dimiliki oleh PT Broadband Multimedia, Tbk (sekarang PT First Media, Tbk) yang merupakan salah satu anak perusahaan Lippo Group, saat ini berkedudukan di Gedung Citra Graha Lantai 9, Jalan Jenderal Gatot Subroto Kavling 35-36 Jakarta 12950, Indonesia, melakukan kegiatan usaha dalam bidang penyelenggaraan televisi berbayar berdasarkan Surat Dirjen Postel Nomor 14 Februari 2005 mengenai izin penyelenggaraan jasa telekomunikasi multimedia televisi berbayar, dan melakukan kegiatan usaha sejak 28 Februari 2006 di wilayah Indonesia dengan menggunakan merek dagang “ASTRO”;-----

20.1.2. Astro All Asia Networks, Plc (selanjutnya disebut “AAAN”) merupakan badan usaha yang berbentuk badan hukum berupa perseroan terbuka, yang terdaftar di Inggris dan Wales dan melakukan kegiatan usaha di Malaysia berdasarkan The Company Act 1985, Memorandum and Article of Association of Astro All Asia Networks, Plc tanggal 22 Juli 2003, yang sahamnya dimiliki oleh Grup Usaha Tegas sebesar 42%, Khazanah sebesar 20%, government trust Pemerintah Malaysia sebesar 10%, dan publik sebesar 28%, saat

ini berkedudukan di All Asia Broadcast Centre, Technology Park Malaysia, Lebuhraya Puchong Sungai Besi, 57000 Kuala Lumpur, Malaysia, merupakan induk perusahaan yang memiliki berbagai anak perusahaan yang melakukan kegiatan usaha dalam bidang usaha televisi berbayar, penyiaran radio, produksi dan distribusi content TV, serta sejumlah bisnis lainnya di bidang media; -----

20.1.3. ESPN STAR Sports (selanjutnya disebut “ESS”) merupakan badan usaha patungan yang berbentuk general partnership antara ESPN dan STAR Sports, didirikan di Amerika Serikat berdasarkan hukum negara bagian Delaware dengan kantor cabang yang terdaftar di Singapura, berdasarkan Certificate of Registration of Foreign Company (Form 83 The Companies Act, Cap. 50, Section 371), Company No. F 05357E yang terdaftar di Singapura pada tanggal 25 Juni 1997 yang ditanda-tangani oleh Miss Tan Shook Yng (Acting Deputy Registrar of Companies and Businesses Singapore), yang sahamnya dimiliki oleh ESPN sebesar 50% dan STARTV sebesar 50%, dimana ESPN secara mayoritas dimiliki oleh Disney Corporation dan STARTV secara mayoritas dimiliki oleh News Corp, saat ini berkedudukan di 151 Lorong Chuan, #03-01 New Tech Park, Singapore 556741, melakukan kegiatan usaha dalam bidang pengembangan produksi program olahraga, distribusi dan penjualan channel dan hak siar di wilayah Asia dan anak benua India, termasuk di dalamnya kepada perusahaan televisi berbayar di Indonesia; -----

20.1.4. All Asia Multimedia Networks, FZ-LLC (selanjutnya disebut “AAMN”) merupakan badan usaha yang berbentuk badan hukum berupa perseroan, yang didirikan pada bulan April 2006 di Dubai, Uni Emirat Arab, yang sahamnya dimiliki 100% oleh AAAN, saat ini berkedudukan di Dubai World Center Lantai 6, Dubai, Uni Emirat Arab, dan memiliki kantor Cabang di All Asia Broadcast Centre, Technology Park Malaysia, Lebuhraya Puchong Sungai Besi, 57000 Kuala Lumpur, Malaysia, melakukan kegiatan usaha utama untuk memperoleh content, membuat channel televisi berbahasa Indonesia dan berbahasa Malaysia untuk disuplai kepada operator televisi berbayar yang dioperasikan oleh Astro baik di PTDV di Indonesia, MBNS di Malaysia maupun “Kristal Astro” di Brunei Darussalam,

dan melakukan kegiatan usaha sekunder berupa pengadaan dekoder untuk disuplai ke PTDV di Indonesia;-----

20.2. **Tentang Hubungan Antar Terlapor;**-----

20.2.1. Hubungan antara PTDV dan AAAN adalah sebagai berikut (*vide* BAP PP PTDV, BAP PP AAAN, BAP PPL PTDV, BAP PPL AAAN, Annual Report AAAN Tahun 2007):-----

20.2.1.1. AAAN berencana melakukan investasi di PTDV melalui anak-anak perusahaannya berdasarkan suatu *Joint Venture Agreement* yang sampai saat ini belum disepakati;-----

20.2.1.2. Anak-anak perusahaan AAAN yang terkait dengan rencana investasi di PTDV antara lain adalah MEASAT Broadcast Network Systems Sdn. Bhd. (MBNS), All Asia Multimedia Network FZ-LLC (AAMN), Astro Nusantara International B.V. (ANI), dan Astro Nusantara Holdings B.V. (ANV);-----

20.2.1.3. Penggunaan merek dagang “ASTRO” oleh PTDV di wilayah Indonesia adalah berdasarkan Trademark Licence Agreement yang ditandatangani oleh PTDV dan MBNS pada tanggal 28 Februari 2006;-----

20.2.1.4. Joint Venture Agreement berupa Subscription and Shareholders Agreement) tahun 2005 antara PTDV dan AAAN didukung oleh Channel Supply Agreement antara AAMN dan PTDV, Technical Agreement antara MBNS dan PTDV, Set Up Box Supply antara AAMN dan PTDV, dan IT Service and Broadcast Service Control antara MBNS dan PTDV. Sampai saat Laporan ini dibuat, seluruh perjanjian sebagaimana tersebut di atas, belum disepakati;-----

20.2.1.5. Pada awalnya, AAAN berencana melakukan investasi saham berupa equity di PTDV sebesar 51% melalui Astro Overseas Limited yang terdiri dari ANI dan ANV, namun berdasarkan ketentuan dalam Pasal 17 ayat (2) UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran dan Pasal 28 ayat (2) PP No. 52 Tahun 2005 mengenai Penyelenggaraan

Lembaga Penyiaran Berlangganan, modal yang berasal dari badan hukum asing dibatasi maksimal hanya sebesar 20%, sehingga sampai saat Laporan ini dibuat, belum tercapai kesepakatan mengenai Subscription and Shareholders Agreement di antara para pemegang saham dengan calon investor;-----

20.2.1.6. Untuk mematuhi ketentuan mengenai pemilikan saham asing maksimal sebesar 20% tersebut, BKPM telah memberi persetujuan penanaman modal di PTDV sebesar 20% melalui Astro Overseas Limited, yaitu melalui ANH sebesar 10% dan ANI sebesar 10%, namun rencana tersebut belum disetujui di antara para pemegang saham dengan calon investor;-----

20.2.1.7. Kerjasama antara PTDV dan anak-anak perusahaan AAAN selama ini dilakukan berdasarkan pada draft masing-masing perjanjian yang dibuat oleh masing-masing pihak;-----

20.2.1.8. Meskipun PTDV sampai saat ini belum melakukan pembayaran apapun terhadap servis yang diberikan oleh anak-anak perusahaan AAAN, namun sebagai bentuk dari pertanggung-jawaban kerjasama yang dilakukan, PTDV menyampaikan laporan bulanan kepada anak-anak perusahaan AAAN tersebut;-----

20.2.2. Hubungan antara PTDV dan AAMN adalah sebagai berikut (vide BAP PP PTDV, BAP PL AAMN, BAP PPL PTDV, BAP PPL AAMN, Draft Channel Supply Agreement):-----

20.2.2.1. AAMN merupakan *channel and content supplier* utama bagi PTDV;-----

20.2.2.2. Channel yang disuplai oleh AAMN kepada PTDV antara lain ASTRO CERIA, ASTRO AWANI, ASTRO XPRESI, ASTRO KIRANA, ASTRO TARUNA dan channel-channel internasional lainnya (vide Exhibit A - List of Channel, Draft Channel Supply Agreement);-----

20.2.2.3. Hubungan kerjasama antara PTDV dan AAMN adalah berdasarkan Draft Channel Supply Agreement tanggal 30

- Juni 2006 sebagaimana telah diperbaharui pada tanggal 7 Juli 2006 dan belum ditanda-tangani sampai saat laporan ini dibuat;-----
- 20.2.2.4. Khusus untuk siaran BPL musim 2007-2010, PTDV tidak memperoleh dari ESS melainkan dari AAMN; -----
- 20.2.2.5. PTDV menyampaikan laporan bulanan kepada AAMN mengenai pertumbuhan jumlah pelanggan PTDV, namun PTDV belum pernah melakukan pembayaran atas penggunaan channel AAMN;-----
- 20.2.3. Hubungan antara PTDV dan ESS adalah sebagai berikut (*vide* BAP PP PTDV, BAP PP ESS, BAP PPL PTDV, BAP PPL ESS, *Broadcast Affiliation Agreement*): -----
- 20.2.3.1. Hubungan kerjasama antara PTDV dan ESS dituangkan dalam bentuk *Broadcast Affiliation Agreement* yang ditanda-tangani pada tanggal 28 Februari 2006, yang terakhir diketahui diamandemen melalui *Eighth Supplemental Agreement* pada tanggal 25 Januari 2008; -
- 20.2.3.2. Pembayaran yang dilakukan oleh PTDV kepada ESS dilakukan berdasarkan jumlah pelanggan dikalikan dengan nilai tertentu¹ dengan sistem *Minimum Guarantee*; -----
- 20.2.3.3. Siaran Barclays Premier League (“BPL”) tidak termasuk sebagai content yang dijanjikan dalam Broadcast Affiliation Agreement antara PTDV dan ESS, namun merupakan salah satu Special Program yang dapat ditawarkan oleh ESS kepada para operator televisi berbayar, termasuk PT DV, yang sifatnya tambahan; -----
- 20.2.3.4. Siaran BPL musim 2007-2010 yang diterima oleh PTDV dalam channel ESPN maupun STAR Sports diperoleh bukan dari ESS, namun dari AAMN; -----
- 20.2.4. Hubungan antara AAAN dan ESS adalah sebagai berikut (*vide* BAP PP AAAN, BAP PP ESS, BAP PPL AAAN, BAP PPL ESS): -----
- 20.2.4.1. Hubungan AAAN dengan ESS dapat dilihat dari hubungan antara 2 anak perusahaan AAAN, yaitu MBNS

¹ Informasi mengenai nilai ini dirahasiakan.

- dan AAMN yang masing-masing memiliki hubungan bisnis dengan ESS;-----
- 20.2.4.2. Hubungan bisnis antara MBNS dan ESS tertuang dalam Broadcast Affiliation Agreement yang ditanda-tangani pada 11 Mei 2005 yang berlaku surut sejak tanggal 1 Juli 2004;-----
- 20.2.4.3. Perjanjian sebagaimana disebutkan dalam huruf b meliputi channel ESPN dan STAR Sports yang di dalamnya telah meliputi content BPL;-----
- 20.2.4.4. Untuk perjanjian BPL periode 2010-2013, MBNS dan ESS telah menyusun Draft Broadcast Affiliation Agreement yang belum ditanda-tangani;-----
- 20.2.5. Hubungan antara AAAN dan AAMN adalah sebagai berikut (*vide* BAP PP AAAN, BAP PL AAMN, BAP PPL AAAN, BAP PPL AAMN):-----
- 20.2.5.1. AAMN merupakan anak perusahaan yang sahamnya dimiliki 100% oleh AAAN;-----
- 20.2.5.2. Bahwa terdapat jabatan rangkap personil yang bekerja di AAAN, AAMN, MBNS yaitu Grant Scott Ferguson yang menjabat sebagai Chief Financial Officer AAAN, Direktur AAMN dan Direktur MBNS, disamping menjabat juga di ANI dan ANH;-----
- 20.2.5.3. Pemeriksaan terhadap AAAN dalam Pemeriksaan Pendahuluan, pemeriksaan terhadap AAMN dalam Pemeriksaan Lanjutan, dan pemeriksaan terhadap AAAN dan AAMN dalam perpanjangan Pemeriksaan Lanjutan, dihadiri oleh Grant Scott Ferguson;-----
- 20.2.5.4. Grant Scott Ferguson juga merupakan pihak dari AAMN yang melakukan negosiasi dengan ESS terkait dengan pembelian hak siar BPL musim 2007-2010 untuk wilayah Indonesia; -----
- 20.2.6. Hubungan antara ESS dan AAMN adalah sebagai berikut (*vide* BAP PP ESS, BAP PL AAMN, BAP PPL ESS, BAP PPL AAMN): -----
- 20.2.6.1. Setelah ESS memenangkan hak eksklusif siaran BPL dari FAPL untuk wilayah Indonesia, AAMN berinisiatif untuk

melakukan negosiasi dengan ESS untuk membeli hak siar tersebut; -----

20.2.6.2. ESS dan AAMN mencapai kesepakatan mengenai penjualan hak siar tersebut berdasarkan *Heads of Agreement* yang sampai saat laporan ini dibuat belum ditanda-tangani; -----

20.2.6.3. AAMN telah melakukan pembayaran *license fee* terkait dengan *Head of Agreements* di atas untuk periode 2007-2008; -----

20.3. Tentang Barclay Premiere League (BPL); -----

20.3.1. BPL Sebagai Tayangan TV Di Indonesia; -----

20.3.1.1. Bahwa yang disebut dengan Liga Inggris, England Premiere League (EPL) dan Barclay Premiere League (BPL) adalah merujuk pada suatu *content* yang sama; ----

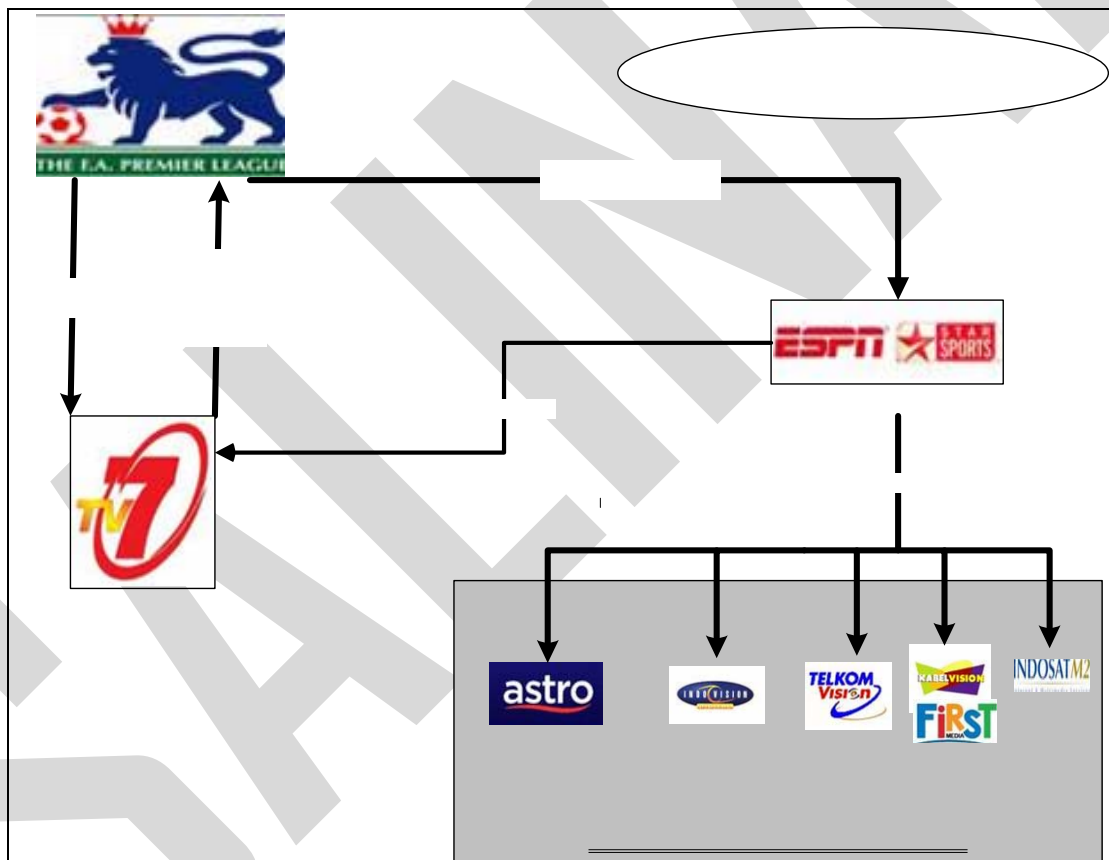
20.3.1.2. Sebelum Tahun 2004: Pada awalnya siaran Liga Inggris di Indonesia disiarkan melalui TV *free to air* oleh stasiun SCTV sekitar tahun 1991 dimana pada saat itu *content* tersebut memang belum populer di mata konsumen televisi di Indonesia khususnya para pecinta sepak bola karena masih kalah populer dibandingkan dengan Liga Italia; -----

20.3.1.3. Periode 2004-2007: Tender England Premiere League (EPL) musim kompetisi tahun 2004 – 2007 untuk wilayah Indonesia yang diselenggarakan oleh Federation Association of England Primiere League (FAPL) dimenangkan oleh TV7 (sekarang Trans7) dengan nilai (USD XXXX)², dimana hak ini meliputi hak siar di TV berbayar dan juga TV *free to air*. Namun karena TV7 mengalami hambatan dalam proses penyiaran Liga Utama Inggris dari FAPL ke Indonesia maka TV7 menawarkan kepada ESS untuk membeli hak siar EPL khusus TV berlangganan wilayah Indonesia dengan kompensasi: ESS membantu menyalurkan siaran tersebut dari FAPL ke Indonesia; -----

² Informasi mengenai nilai ini sensitif bagi bisnis, sesuai permintaan saksi informasi tersebut dirahasiakan oleh Tim Pemeriksa.

- 20.3.1.4. FAPL meminta agar TV 7 tidak menjualnya secara langsung ke ESS, tapi mengembalikan hak siar EPL TV berlangganan tersebut ke FAPL. FAPL memproses ulang penjualan hak siar EPL khusus TV Berlangganan di Indonesia. ESS memenangkan hak siar tersebut; -----
- 20.3.1.5. Disamping membantu secara teknis menyalurkan siaran EPL dari FAPL ke TV7, ESS juga menjual *content* tersebut kepada TV berbayar di Indonesia (Indovision, ASTRO, Kabelvision, Telkomvision, dan IM2) dan dimasukkan dalam satu paket dalam *content* olah raga sehingga selama periode 2004-2007, EPL merupakan salah satu program dalam paket ESPN dan Star Sports; --

Skema 1.
Pola pembelian Hak Siar Liga Inggris 2004-2007



Sumber: BAP TV7, ESS; data diolah.

- 20.3.1.6. Periode 2007-2010: Untuk hak siar BPL periode 2007-2010, FAPL melakukan tender yang terbuka untuk umum di berbagai wilayah dunia. Dalam tender tersebut, ESS memenangkan tender BPL dengan harga tertentu³ untuk

³ Informasi mengenai nilai ini dirahasiakan oleh Tim Pemeriksa.

FAPL

beberapa wilayah di Asia yaitu: Malaysia, Brunei, Indonesia, Macau, Korea Selatan, Filipina, Vietnam, Kamboja, Laos, Myanmar, dan Taiwan dimana khusus tender BPL untuk wilayah Indonesia diikuti oleh ESS, MNC Group (RCTI), AAMN, dan Indovision; -----

20.3.1.7. Berdasarkan email pada tanggal 23 November 2006, ESS dinyatakan memenangkan tender untuk hak siar BPL untuk wilayah Indonesia, Malaysia, Korea Selatan dan Individual Country Blocks. Setelah mengetahui tender hak siar eksklusif Liga Utama Inggris wilayah Indonesia dimenangkan oleh ESS, maka AAMN berinisiatif melakukan negosiasi dengan ESS untuk membeli hak siar eksklusif tersebut yang secara khusus disalurkan ke PT DV di Indonesia; -----

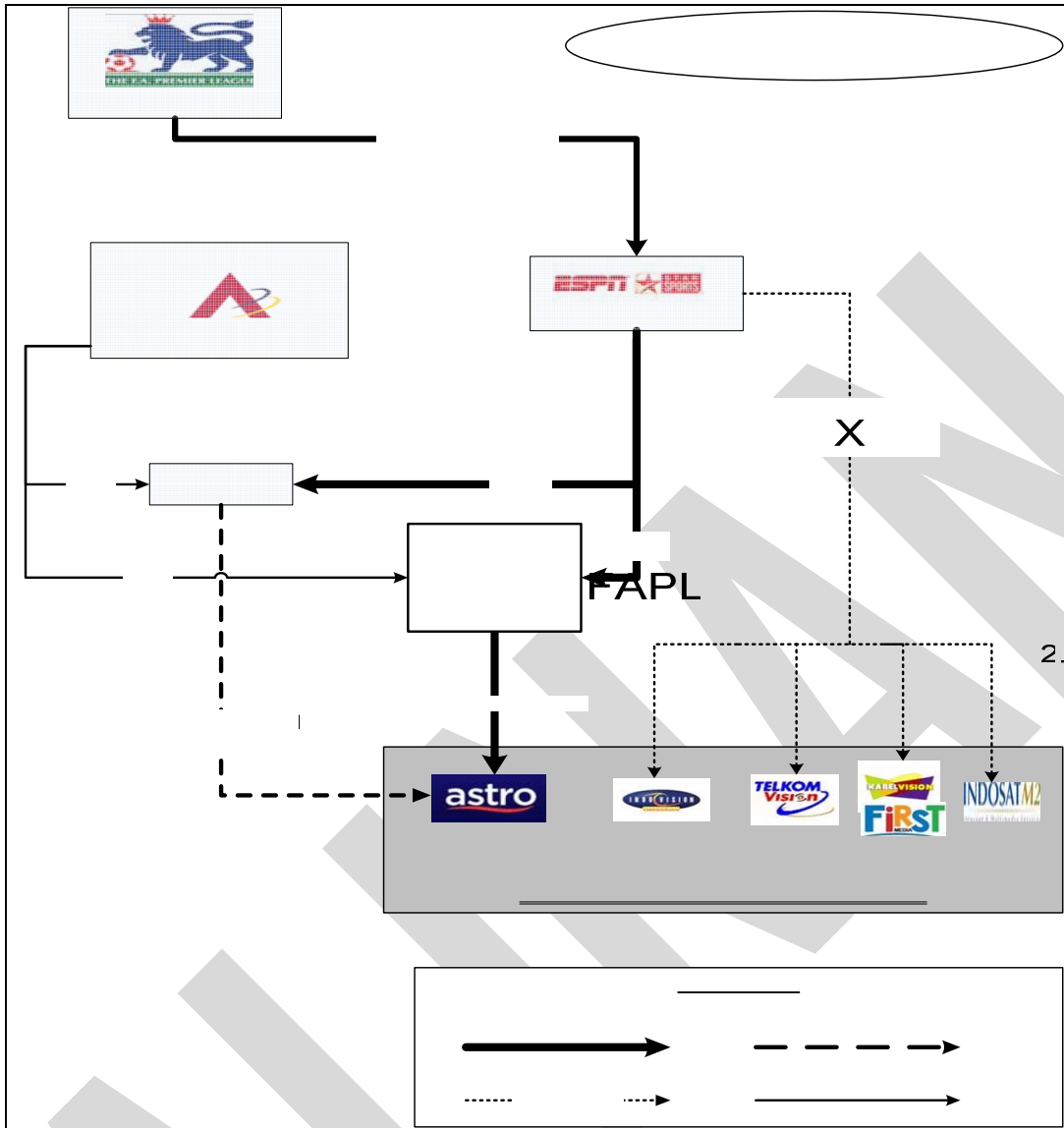
20.3.1.8. Hasil dari negosiasi tersebut disepakati sejumlah harga tertentu⁴ dengan imbalan bahwa AAMN berhak dan/atau berwenang untuk manage siaran Liga Inggris atau dengan kata lain AAMN diberikan kewenangan untuk memilih operator televisi yang dapat menyiarkan siaran Liga Inggris tersebut di Indonesia;-----

20.3.1.9. Berdasarkan keterangan dalam Pemeriksaan Pendahuluan tanggal 29 Februari 2008 terhadap ESS, diketahui beberapa perusahaan Indonesia menghubungi ESS berkaitan dengan hak siar Liga Inggris, antara lain Indovision, Telkomvision, Broadband Multimedia (First Media), TV7, RCTI dan SCTV. Berdasarkan korespondensi via email yang dikirimkan oleh para operator televisi, antara lain Indovision, Telkomvision, Kabelvision, IM2, ANTV dan RCTI, semuanya mempertanyakan mengenai status siaran BPL untuk musim 2007-2010 karena tidak adanya kepastian dari ESS mengenai penayangan siaran BPL di Indonesia. Dalam korespondensi tersebut, ESS selalu menolak untuk mendiskusikan mengenai BPL dan tidak pernah

⁴ Informasi mengenai nilai ini dirahasiakan oleh Tim Pemeriksa.

- menjawab secara tegas ataupun memberikan keterangan apakah BPL musim 2007-2010 akan tetap dapat diterima oleh para operator tersebut atau tidak;-----
- 20.3.1.10. Namun mengingat pengalaman selama melakukan usaha di Indonesia, ESS menilai operator televisi berbayar di Indonesia (dalam hal ini Indovision, Indosat Multimedia/IM2 dan Telkomvision) tidak memiliki performance yang baik dalam komitmen pengembangan usaha televisi berbayar sehingga ESS memilih untuk melakukan negosiasi hak siar BPL dengan AAMN; -----
- 20.3.1.11. Selanjutnya, sejak terjadinya kesepakatan antara ESS dengan AAMN maka siaran BPL hanya dapat dikonsumsi oleh konsumen PT DV secara eksklusif;-----
- 20.3.1.12. Atas eksklusivitas tersebut, Departemen Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia (Depkominfo) meminta kepada PTDV agar memberikan akses siaran Liga Utama Inggris kepada publik. Permintaan Depkominfo tersebut selanjutnya ditindaklanjuti oleh PTDV dengan menyampaikan kepada AAMN dan sebagai hasilnya pihak ESS mengadakan tender terbatas dengan menawarkan content siaran Liga Utama Inggris kepada para operator TV free to air di Indonesia yang pada akhirnya dimenangkan oleh Lativi (sekarang TVOne) dengan hak berupa: -----
- Hak tayang live 1 match/week, yang ditentukan oleh ESS; -----
 - Hak tayang tunda 1 match/week, yang boleh dipilih oleh Lativi; -----
 - Highlights BPL;-----
- 20.3.1.13. Sebagai konsekuensi dari diberikannya hak siar Liga Utama Inggris tersebut kepada Lativi, maka nilai kontrak antara ESS dengan Lativi akan diperhitungkan sebagai komponen pengurang dari nilai kontrak yang harus dibayarkan AAMN kepada ESS atas transaksi siaran Liga Utama Inggris di Indonesia; -----

Skema 2.
Pola pembelian Hak Siar Liga Inggris 2007-2010



Hak Siar: EPL
1. Malaysia
2. Individual Country
3. Indonesia
4. Korea Selatan

Sumber: BAP PP ESS, BAP PP PTDV, BAP PL AAMN, BAP PP AAAN;
data diolah.

20.3.2. BPL Dalam Persepsi Penonton Indonesia Sebagai Content; -----

Hasil survey yang dilakukan oleh MARS terhadap pelanggan TV berlangganan⁵ menghasilkan kesimpulan sebagai berikut: -----

20.3.2.1. Faktor yang paling dipertimbangkan seseorang dalam

pemilihan provider tv berbayar yang akan digunakan adalah : -----

- 1) Kualitas penerimaan atau gambar/suara; -----
- 2) channel atau program acara yang dimiliki oleh suatu provider tv berbayar; -----
- 3) biaya berlangganan; -----

⁵ Dalam Laporan ini istilah TV berlangganan dan TV berbayar keduanya dipergunakan dan keduanya merujuk pada objek yang sama.

Perjanjian
Trade Mark
License Agreement

- 20.3.2.2. Tayangan film dan olahraga merupakan tayangan yang paling mempengaruhi keputusan seseorang dalam berlangganan TV berbayar;-----
- 20.3.2.3. Alasan berlangganan untuk masing-masing tv berbayar;---
- 1) Pelanggan Indovision berlangganan Indovision karena ‘biaya berlangganannya per bulan yang murah’, ‘kualitas siarannya yang bagus’ dan ‘menariknya paket *channel* atau program acara yang ditawarkan’;-----
 - 2) Pelanggan Telkomvision berlangganan Telkomvision karena ‘biaya berlangganannya per bulan yang murah’;-----
 - 3) Pelanggan Kabelvision berlangganan Kabelvision karena ‘bisa digunakan untuk internet’ dan ‘biaya berlangganannya per bulan yang murah’;-----
 - 4) Pelanggan ASTRO karena ‘adanya tayangan liga inggris’. dan alasan tersebut yang melatarbelakangi 50% pelanggan ASTRO yang churn dari provider tv berbayar lain;-----
- 20.3.2.4. Paket TV berbayar yang paling banyak diambil oleh pelanggan tv berbayar adalah paket movie setelah itu adalah sport; -----
- 20.3.2.5. Top 5 channel TVberbayar yang paling sering ditonton adalah HBO, ESPN, Star Movies, Star Sports, dan Cinemax;-----
- 20.3.2.6. Star Sport dan ESPN merupakan channel yang seharusnya ada di paket sport;-----
- 20.3.2.7. HBO, Star Movies, dan Cinemax merupakan channel yang seharusnya ada di paket movies;-----
- 20.3.2.8. Top 5 program acara olahraga yang paling disukai adalah UEFA Champions, Football Asia, Liga Inggris, sport news-score, dan sport center;-----
- 20.3.2.9. Sepakbola merupakan olahraga yang paling disukai, bahkan sebanyak 8,71% menyatakan akan berhenti bila ‘acara sepakbola tidak lagi ditayangkan di provider tv berbayar’; -----

20.3.2.10. Liga Inggris memiliki daya tarik luar biasa bagi pelanggan TV berbayar sehingga menyebabkan mereka rela pindah (churn) ke provider yang menayangkan liga tersebut, fakta empiris menunjukkan hal tersebut seperti: -----

- 1) Dua dari tiga responden (67,94%) yang menyukai olahraga menyatakan bahwa Liga Inggris harus ada di dalam paket sport. hal tersebut terutama dinyatakan oleh pelanggan ASTRO;-----
- 2) Sebanyak 64,99% responden yang menyukai olahraga menyatakan bahwa liga inggris tidak dapat digantikan oleh liga sepakbola lainnya;-----
- 3) Bila Liga Inggris ditayangkan di TV berbayar lain, 62,22% pelanggan ASTRO akan pindah ke provider TV yang menyiarkan Liga Inggris tersebut; -----

20.3.2.11. Sementara alasan mayoritas pelanggan non ASTRO tidak pindah ke ASTRO karena ‘kualitas siaran ASTRO yang kurang bagus bila cuaca sedang buruk; -----

20.3.3. *BPL Dalam Persepsi Operator Sebagai Content*; -----

20.3.3.1. Dalam pemeriksaan yang dilakukan terhadap para Pelapor pada tanggal 11 Februari 2008, para Pelapor memandang BPL sebagai konten yang penting. Kehilangan *content* tersebut mengakibatkan kerugian Telkomvision, Indovision, dan IM2 berupa kehilangan pelanggan sehingga Indovision menuntut ganti rugi sebesar Rp 1,2 triliun;-----

20.3.3.2. Pada pemeriksaan tanggal 29 Februari 2008, AAMN memberi pernyataan sebagai berikut:-----

No.70

Pertanyaan:Apakah ada bukti pendukung seperti marketing research atau consumer research yang menyatakan bahwa BPL adalah content yang attractive?

Jawaban: AAMN membeli BPL hanya untuk diserahkan kepada DV. Ada atau tidaknya research tersebut harus diakui oleh seluruh dunia bahwa BPL adalah content yang memiliki value sehingga content ini dapat dipastikan menjadi content yang attractive di Indonesia.

20.3.3.3. Selanjutnya pada pemeriksaan tanggal 12 Mei 2008, AAMN memberi pernyataan sebagai berikut:-----

No.59

Pertanyaan: content apa yang pernah dibeli AAMN yang paling mahal harganya?

Jawaban: BPL

20.4. Tentang Pasar Downstream : Industri TV Berbayar Di Indonesia; -----

20.4.1. Tentang Industri Televisi Berbayar Di Indonesia Secara Umum; -----

20.4.1.1. Penyiaran Televisi di Indonesia berdasarkan Pasal 13 UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran mengenal 4 Jenis Kategori Lembaga Penyiaran Televisi berdasarkan jenis kepemilikannya, yaitu Lembaga Penyiaran Televisi Publik, Lembaga Penyiaran Televisi Swasta, dan Lembaga Penyiaran Televisi Komunitas;-----

20.4.1.2. Berdasarkan sumber pembiayaannya, terdapat perbedaan antara Lembaga Penyiaran Swasta dan Lembaga Penyiaran Berlangganan. Lembaga Penyiaran Berlangganan adalah lembaga penyiaran yang sumber pendapatannya berasal dari pelanggan yang membayar jasa yang diberikan. Sedangkan Lembaga Penyiaran Swasta adalah lembaga penyiaran yang sumber pendapatannya bukan berasal dari pemirsa yang menikmati tayangan, namun dari pemasang iklan dan sumber lain⁶;-----

20.4.1.3. Lembaga penyiaran televisi swasta sering pula dikenal sebagai TV Free To Air dimana berdasarkan regulasi, pembagian cakupan geografis siarannya adalah Stasiun TV Berjaringan dan TV Lokal. Namun demikian saat ini pemerintah belum tegas menerapkan sistem stasiun TV berjaringan sehingga sampai dengan tahun 2009 masih akan terdapat bentuk TV Nasional yang cakupan siarannya bersifat nasional dan stasiun TV Lokal yang cakupannya lebih sempit. Secara teknologi stasiun TV Free To Air saat ini menggunakan frekuensi radio sebagai media utama menyalurkan siarannya dimana stasiun relay berguna untuk melakukan penetrasi siaran;-----

⁶ Pasal 19 jo. Pasal 26 UU No. 32 Tahun 2002.

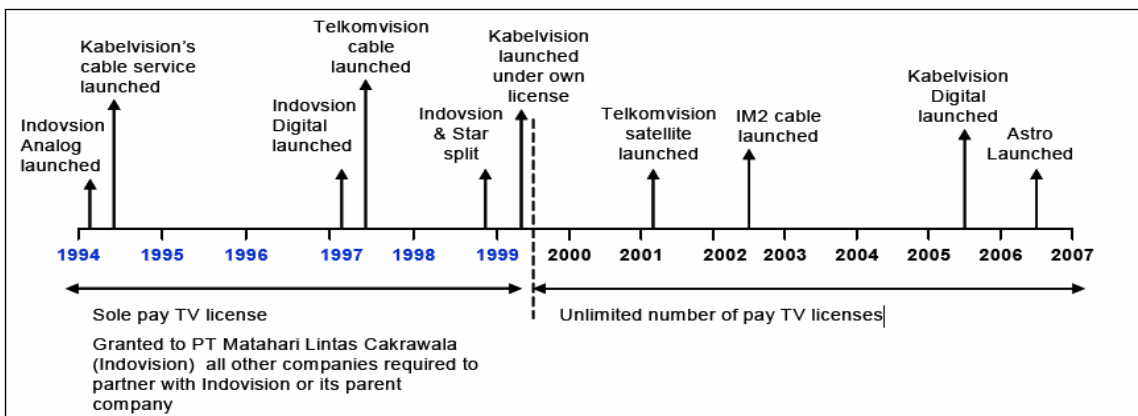
- 20.4.1.4. Lembaga Penyiaran Televisi berlangganan Indonesia saat ini mengenal 3 teknologi medium penyalurannya (platform) yaitu⁷: -----
- a. Terrestrial;-----
 - b. Kabel; -----
 - c. Satellite; -----

20.4.2. *Sejarah Industri Televisi Berbayar di Indonesia (vide Laporan CASBAA 2007); -----*

- 20.4.2.1. Sejak tahun 1994 sampai dengan 2007, setidaknya televisi berbayar di Indonesia dapat dibagi menjadi 2 periode yaitu: -----
- a. Periode 1994-1999 dimana pemerintah menentukan kebijakan mengenai Sole Pay TV License dimana perusahaan televisi berbayar harus bekerjasama dengan PT Matahari Lintas Cakrawala (Indovision) atau perusahaan induknya; -----
 - b. Periode 1999-2007 dimana pemerintah telah memberikan izin kepada sejumlah perusahaan televisi berbayar; -----

Skema 2.
Kronologis Perkembangan Perusahaan TV Berbayar

Indonesian Pay TV Timeline



Sumber: CASBAA 2007

20.4.3. *Pelaku Usaha Televisi Berbayar Di Indonesia*

- 20.4.3.1. Pelaku usaha lembaga Penyiaran Televisi berlangganan Indonesia saat ini yang telah mendapatkan izin adalah sebagai berikut: -----

⁷ Pasal 26 UU No. 32 Tahun 2002.

Tabel 1.
Daftar Pemegang Izin Usaha TV Berbayar

	Brand	Perusahaan	Platform Teknologi	Sumber Program
1	Indovision	PT MNC Skyvision (dh PT Matahari Lintas Cakrawala)	Satelit (Cakrawala 1)	Langsung dari Penyedia <i>Content</i>
2	ASTRO	PT Direct Vision (PT DV)	Satelit (Measat 2)	Langsung dari Penyedia <i>Content</i>
3	First Media (dh Kabel Vision)	PT First Media (dh PT Broadband Multimedia)	Kabel (HFC)	Langsung dari Penyedia <i>Content</i>
4	Telkomvision	PT Indonusa Telemedia	1 Satelit (Telkom 1) 2 Kabel (HFC)	Langsung dari Penyedia <i>Content</i>
5	IM2	PT Indosat Mega Media	Kabel	Langsung dari Penyedia <i>Content</i>
6	M2V	PT Mentari Multimedia	Terrestrial (<i>direct to vehicle</i>)	Langsung dari Penyedia <i>Content</i>
7	Metra	PT Multimedia Nusantara	Satelit	Telkomvision
8	Fasindo	PT Fasindo Jaya Kabel TV	Kabel	Telkomvision
9	Megavision	PT Indonesia Broadband Communication	Kabel	Telkomvision
10	Bali Interaktif	PT Gemilang Putri Nusantara	Kabel	n.a
11	Visicom TV	PT Tritutama Kominakom	Satelit	Uji coba teknis
12	Globalcom	PT Globalcom International	Satelit	Belum beroperasi
13	Global Vision	PT Global Wisata Mandiri Internasional	Satelit	Belum beroperasi
14	n/a	PT Adiwarta Perdana	Satelit	Belum beroperasi
15	Yogyamedianet*	PT Sarana Insan Muda Selaras	Kabel	Langsung dari Penyedia <i>Content</i> dan Kabelvision

Sumber: Laporan CASBAA; Januari 2007 dan Mei 2008.

*menggunakan izin multimedia.

20.4.3.2. Dalam industri televisi berbayar di Indonesia, 98% pelanggan televisi berbayar dikuasai oleh empat pelaku usaha utama, yaitu Indovision, ASTRO, First Media dan Telkomvision (Sumber: CASBAA 2008); -----

20.4.3.3. Terdapat sejumlah pelaku usaha yang telah mendapat izin prinsip dari Depkominfo untuk menjadi operator tv berbayar dengan menggunakan satelit sebagai platform teknologi. Izin prinsip tersebut mewajibkan kepada pelaku usaha untuk dapat beroperasi secara komersial dalam kurun waktu satu tahun; -----

Tabel 2.
Daftar Pemegang Izin Prinsip Usaha TV Berbayar

Brand	Perusahaan	Afiliasi
Oke Vision	PT Nusantara Vision	MNC (indovision)
B-Vision	PT Media Commerce Indonesia	Bakrie
I-Sky-Net	PT Cipta Skynindo	Skynet Group

Citra TV	PT Karya Megah Adijaya	
Penta Vision	PT Global Comm Nusantara	

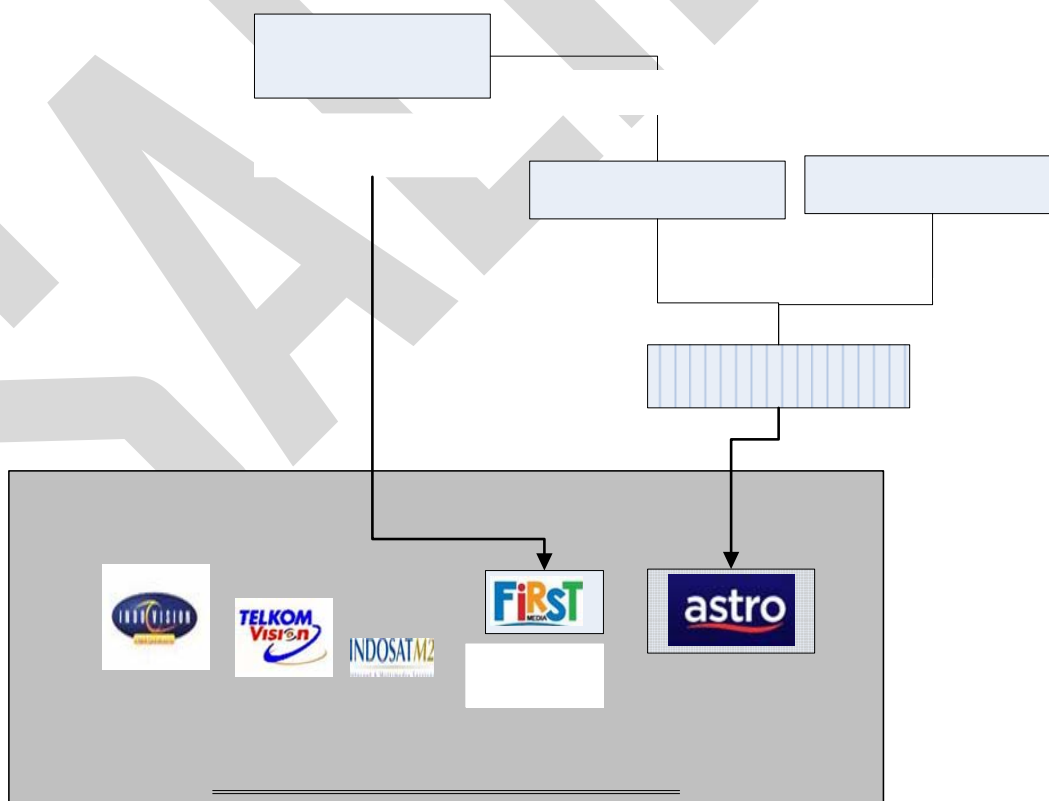
Sumber: CASBAA 2008 dan Notulensi Pertemuan dengan Direktorat Penyiaran Depkominfo.

20.4.4. Pola Kepemilikan Operator Televisi Berbayar;-----

20.4.4.1. Indovision merupakan *brand* atau merk dagang jasa televisi berbayar yang disediakan oleh PT MNC Skyvision (dahulu PT Matahari Lintas Cakrawala). Dimana perusahaan tersebut terafiliasi dengan MNC Group melalui Global Mediacom Tbk.;-----

20.4.4.2. ASTRO merupakan *brand* atau merk dagang jasa televisi berbayar yang disediakan oleh PT Direct Vision (PTDV). PTDV merupakan perusahaan yang dimiliki oleh PT Ayunda Prima Mitra dan Silver Concord Holding Ltd. PT Ayunda Prima secara efektif dimiliki 100% oleh PT First Media Tbk (dahulu PT Broadband Multimedia, Tbk) yang merupakan bagian dari bisnis Lippo Group. PT First Media sendiri memiliki layanan TV berlangganan dengan menggunakan *brand* First Media (dahulu Kabel Vision). Hubungan tersebut digambarkan dalam skema berikut: --

Skema 3.
Hubungan Kepemilikan PT DV dan PT First Media



Sumber: Laporan Keuangan PT First Media Tbk 2008, data diolah

20.4.4.3. Penggunaan Brand “ASTRO” oleh PTDV berdasarkan perjanjian Trade Mark Lisence Agreement. Perjanjian tersebut beserta penggunaan teknologi ASTRO pada awalnya merupakan bagian dari rencana kerja sama joint venture antara Astro Group dengan Lippo Group. Namun demikian hingga saat ini rencana tersebut belum menghasilkan kesepakatan di antara keduanya;-----

20.4.4.4. First Media ini didirikan sejak tahun 1994 dengan nama PT Safira Ananda, lalu berganti nama menjadi PT Tandjung Bangun Semesta yang kemudian berganti nama kembali menjadi PT Broadband Multimedia, Tbk. dan terakhir berganti nama menjadi PT First Media. Pemegang saham PT First Media adalah Across Asia Limited (56,02%), PT Reksa Puspita Karya (32,67%), PT Datakom Asia, PT Indosat (2,29%), dan publik;-----

20.4.4.5. Telkomvision merupakan produk milik PT. Indonusa Telemedia. yang didirikan pada tahun 1997 dan mulai beroperasi pada tahun 1999. PT. Indonusa Telemedia pada awalnya dimiliki oleh: PT. Telkom Indonesia, PT. Telkominda Primabhakti, PT Rajawali Citra Televisi Indonesia serta PT. Datakom Asia. Pada tahun 2003, PT. Telkom Indonesia menjadi pemegang saham utama dengan menguasai saham sebanyak 98,75% dan sisanya dimiliki oleh PT. Datakom Asia. (sumber: www.telkomvision.com/about.php);-----

20.4.5. *Perkembangan Jumlah Pelanggan Televisi Berbayar*

20.4.5.1. Pelanggan TV berlangganan dapat digolongkan ke dalam dua kelompok utama yaitu: -----

a. *Residential/* Rumah Tangga; -----

b. *Non Residential (SMATV dan Hotel Room)*; -----

20.4.5.2. Perkembangan Jumlah Pelanggan TV berbayar Residential adalah sebagai berikut: -----

Tabel 3.

Perkembangan Pelanggan TV Berbayar

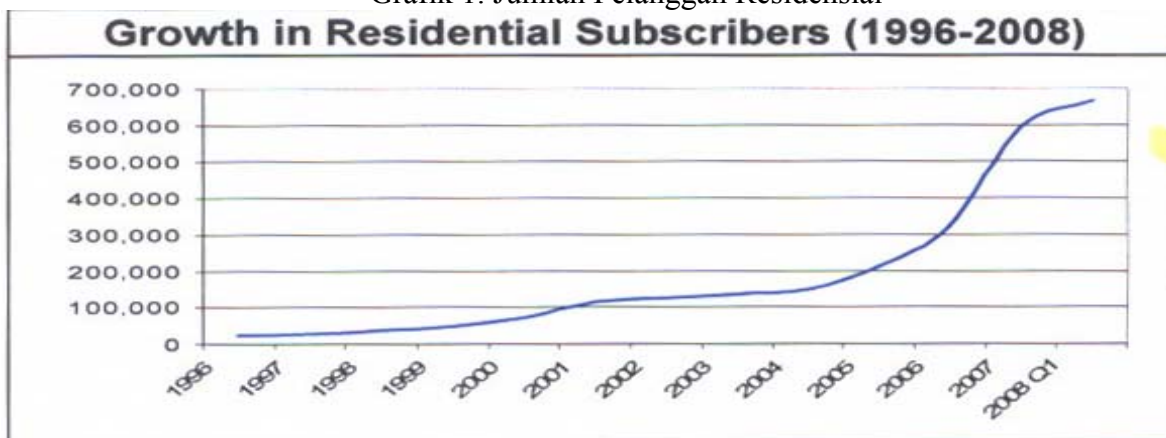
	Sep-06	Q4 2007	Q1 2008
Indovision	155000	305372	351400
Astro	35000	147000	140000
First Media	82000	114913	128000

Telkomvision	8000	22899	34700
IM2, M2V dan Lainnya	4000	5000	6000
Total	284000	595184	660100

Sumber: CASBAA 2007, 2008

20.4.5.3. Grafik Jumlah Pelanggan TV Berlangganan Residential dapat dilihat sebagai berikut: -----

Grafik 1. Jumlah Pelanggan Residensial



Sumber: Laporan CASBAA 2008

20.4.6. *Produk*; -----

Paket-paket yang ditawarkan operator pada bulan Desember 2007 adalah sebagai berikut: -----

Tabel 4.

Jumlah Paket Setiap Operator TV Berbayar (Desember 2007)

Operator	Total	Basic	Premium	Radio
DTH TV				
Indovision	55	42	12	18
PTDV	49	35	14	
Telkomvision Satellite*	32			-
Cable TV				
First Media (Digital)	98	33 or 66	33	3
First Media (Analog)	62	53	9	0
Telkomvision Cable	38	38	-	-

Sumber: Laporan Casbaa 2008

20.4.7. *Struktur Harga*; -----

20.4.7.1. Perbandingan biaya awal berlangganan pada Maret 2008 adalah sebagai berikut: -----

Tabel 5.

Perbandingan Biaya Awal Berlangganan (Maret 2008)

	Satellite				Cable		
	Indovision	PTDV	Telkomvision		First Media	Telkomvision	
			Pre-paid	Post-paid*		Post-paid analog	Pre-paid digital**
Installation Fee	0 – 182,000	182,000	Free	182,000	1 st connection free, Additional decoders @ 250,000***	0 – 250,000	Free
Receiver & decoder	Free	Free	1,550,000	2,455,000 – 3,365,000	Free	-	-
Extra connection	-			-	39,600 – 58,000	0 – 30,000	30,000

Sumber: Laporan Casbaa 2008

20.4.7.2. Biaya berlangganan TV berlangganan satelit adalah sebagai berikut:-----

Tabel 6.
Perbandingan Biaya Berlangganan Bulanan TV Satelit

Channels	Rp per Month		
	Indovision	PTDV	Telkomvisi
Post-paid			Pre-paid
Basic Package	135,000 (42 ch)	137,000 (35 ch)	Classic (6 ch) - 50,000 Silver (11 ch) - 69,000 Gold (15 ch) - 160,000 Platinum (18 ch) - 250,000 15 pre-paid packages. Ranges 27,500-273,000 e.g., New (4 ch) 27,500 Sports (4 ch) 59,000 Movie (4 ch) 59,000 Family (15 ch) 159,000
Movies	77,000 (5 ch)	45,500 (3 ch)	
Sports	50,000 (4 ch)	45,500 (5 ch)	
Oriental / Asian	14,000 (2 ch)	45,500 (6 ch)	
NHK	50,000 (1 ch)	-	
Full Package	-	255,000 (49 ch)	

Sumber: Laporan Casbaa 2008

20.4.7.3. Biaya Berlangganan TV berlangganan kabel adalah sebagai berikut:-----

Tabel 7.
Biaya Berlangganan Bulanan TV Kabel

Channels	Telkomvisi		First Media
	Post- paid (analog)	Pre-paid (digital)	
Basic Package	230,000 (38 ch)	15 pre-paid packages. Ranges 27,500-273,000 e.g News (4 ch) 27,500 Sports (4 ch) 59,000 Movie (4 ch) 59,000 Family (15 ch) 159,000	99,000 - 33 ch 145,000 - 66 ch
HBO			50,000
HBO Signature			-
HBO Family			-
HBO HK			-
Cinemax			25,000
STAR Movies			35,000
Fashion TV			25,000
Turner Classic Movies			20,000
The Filipino Channel (ABS – CBN)			100,000
KTV			150,000
Pay per View (Premium Sports)			150,000
Chinese (4 channels)			29,000
India (5 channels)			99,000
Special (5 channels)			39,500
News & Entertainment (6 channels)			32,500

Sumber: Laporan Casbaa 2008

20.4.8. *Regulasi*; -----

Regulasi terkait dengan industri TV berbayar di Indonesia diatur melalui UU No 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran dan PP No 52 Tahun 2005 Tentang Lembaga Penyiaran Berlangganan; -----

21. Menimbang bahwa dalam Laporan Hasil Pemeriksaan Lanjutan, Tim Pemeriksa membuat analisis sebagai berikut: -----

- 21.1. **Pasar Bersangkutan;**-----
- 21.1.1. Pasar bersangkutan sesuai dengan Pasal 1 angka 10 UU No 5 Tahun 1999 adalah pasar yang berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu oleh pelaku usaha atas barang dan atau jasa yang sama atau sejenis atau substitusi dari barang dan atau jasa tersebut; --
- 21.1.2. Pasar yang berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu dalam hukum persaingan usaha dikenal sebagai pasar geografis. Sedangkan barang dan atau jasa yang sama atau sejenis atau substitusi dari barang dan atau jasa tersebut dikenal sebagai pasar produk. Karena itu analisis mengenai pasar bersangkutan dilakukan melalui analisis pasar produk dan pasar geografis;-----
- 21.1.3. *Pasar Produk;* -----
- 21.1.3.1. Analisis pasar produk pada intinya bertujuan untuk menentukan jenis barang dan atau jasa yang sejenis atau tidak sejenis tapi merupakan substitusinya yang saling bersaing satu sama lain pada suatu perkara. Untuk melakukan analisis ini maka suatu produk harus ditinjau dari beberapa aspek, yaitu: kegunaan, karakteristik, dan harga; -----
- 21.1.3.2. Tahap pertama analisis pasar produk dilakukan terhadap industri penyiaran secara umum dan kemudian menyempit terhadap produk-produk yang sama atau sejenis atau substitusinya;-----
- 21.1.3.3. Industri penyiaran merupakan industri yang kompleks dan terdiri dari berbagai jenis kegiatan usaha dan bersifat intermediary. Sifat intermediary dari industri penyiaran ditandai melalui akuisisi content (pasar input) dan penyalurannya kepada audiens (produk akhir). Hal ini diperkuat oleh kesaksian tertulis dari Dr. Dionisius A. Narjoko⁸ dan Janusz A. Ordovery⁹; -----
- 21.1.3.4. Di sisi akhir produk, terdapat beragam jenis penyelenggara penyiaran di Indonesia yang ditinjau dari segi kepemilikannya terbagi kedalam TV publik, TV

⁸ Dr. Dionisius A. Narjoko, Keterangan Ahli Terkait dengan dugaan pelanggaran UU No 5/1999 untuk perkara No 03/KPPU-L/2008, hlm. 1

⁹ Janusz A. Ordovery, Preliminary Expert Report, hlm. 5

komunitas, TV swasta, radio publik, radio komunitas, dan radio swasta. Dari segi sumber pembiayaan lembaga penyiaran terbagi ke dalam lembaga penyiaran swasta dan lembaga penyiaran berlangganan. Dari segi platform lembaga penyiaran terbagi ke dalam platform terestrial, platform satelit, dan platform kabel. Di sisi input, terdapat perusahaan pengiklan, rumah produksi, agen periklanan, content provider, dll;-----

21.1.3.5. Pasar bisnis penyelenggara penyiaran berbeda dengan pasar bisnis penyedia input walaupun kegiatan bisnis yang pertama dan yang kedua saling tergantung dan sulit untuk berdiri sendiri. Secara sederhana dapat terlihat kegiatan rumah produksi tidak bersaing dengan kegiatan penyiaran radio, kegiatan penyiaran TV tidak bersaing dengan kegiatan agen periklanan sehingga antara pasar penyelenggara penyiaran dan pasar input merupakan pasar yang terpisah;-----

21.1.3.6. Dari sisi kegunaan, jenis-jenis penyelenggara penyiaran, baik berupa audio maupun audio visual berfungsi sebagai informasi dan hiburan bagi penonton, pendengar maupun pelanggan dari masing-masing layanan tersebut. Sehingga dari sisi kegunaan, penyelenggara penyiaran baik berupa audio ataupun audio visual dapat saling mensubstitusi dalam hal memberikan hiburan dan informasi;-----

21.1.3.7. Dari sisi karakteristik, penyelenggara penyiaran audio jelas memiliki karakteristik yang berbeda dengan penyelenggara penyiaran audio visual sehingga tidak saling mensubstitusi dan oleh karenanya penyelenggara penyiaran audio dan penyelenggara audio visual merupakan pasar yang terpisah;-----

21.1.3.8. Industri penyiaran audio visual terdiri atas TV terestrial dan TV berbayar yang masing-masing memiliki karakteristik berbeda. Karakter utama yang membedakan antara TV free to air dan TV berbayar adalah pada biaya

yang harus dikeluarkan oleh pemirsanya. TV free to air adalah TV yang dapat ditonton oleh siapa pun tanpa harus mengeluarkan biaya apa pun di mana pun selama jangkauan siaran masih dapat diterima oleh sebuah pesawat TV. Kebalikannya, TV berbayar tidak dapat diakses oleh semua orang namun terbatas kepada orang-orang yang bersedia untuk mengeluarkan sejumlah biaya secara rutin untuk memperoleh akses menonton siaran TV berbayar tersebut;-----

21.1.3.9. Perbedaan karakter lain antara TV free to air dengan TV berbayar terlihat pada karakteristik dari sisi konten. Satu operator TV free to air hanya dapat menyiarkan satu channel sedangkan satu operator TV berbayar dapat menyiarkan sampai dengan puluhan channel termasuk di dalamnya adalah channel-channel TV free to air. Perbedaan kemampuan kapasitas ini menyebabkan strategi pemilihan konten untuk TV free to air dan TV berbayar menjadi sangat berbeda. Banyaknya channel yang disediakan oleh operator TV berbayar menyebabkan pilihan konten yang lebih beragam bagi pelanggan TV berbayar dibanding dengan pilihan konten yang dimiliki oleh TV free to air. Banyaknya pilihan channel yang dimiliki oleh operator TV berbayar juga memungkinkan tayangan berulang dari satu konten sampai dengan berkali-kali sehingga memberikan fleksibilitas yang lebih tinggi bagi pemirsa TV berbayar dibanding dengan TV free to air yang sangat jarang mendapatkan kesempatan untuk memperoleh tayangan ulang dari suatu konten seandainya pemirsa tersebut berhalangan untuk menontonnya pada kesempatan pertama. Perbedaan lainnya yang dapat kita temui adalah mengenai iklan. Pada TV berbayar, jumlah iklan yang ada sangat sedikit dan hampir tidak ada sehingga sangat berbeda dengan TV free to air yang mendasarkan pemasukannya sangat bergantung pada penjualan spot iklan TV sehingga

banyak menayangkan iklan pada program-program acaranya; -----

21.1.3.10. Dari sisi karakteristik teknologi, untuk mengakses TV berbayar memerlukan kelengkapan peralatan yang lebih banyak dibanding dengan TV free to air seperti decoder atau set up box, parabola mini, atau kabel. Sedangkan untuk dapat mengakses TV free to air hanya memerlukan adanya antena yang biasanya dipasang di luar ruangan. Teknologi TV berbayar sendiri berbeda-beda dari satu platform dengan platform yang lain. Secara garis besar terdapat TV berbayar yang dipancarkan melalui satelit dan TV berbayar yang ditransmisikan melalui kabel. Namun demikian pada tingkat konsumen akhir, perbedaan teknologi tersebut hanya terlihat pada luasnya jangkauan layanan yang disediakan oleh suatu operator dan akan dielaborasi lebih jauh pada analisis pasar geographis di bawah; -----

21.1.3.11. Dari sisi harga, terdapat perbedaan signifikan antara TV free to air dan TV berbayar yang justru menjadi perbedaan karakteristik yang utama diantara keduanya. Untuk dapat mengakses siaran TV free to air tidak diperlukan untuk membayar harga tertentu karena siaran TV free to air dapat diperoleh secara gratis. Sedangkan untuk dapat mengakses siaran TV berbayar, konsumen harus membayar harga langganan per bulan yang telah ditentukan oleh operator TV berbayar. Perkembangan terakhir memungkinkan adanya layanan TV berbayar yang dibayar dimuka tanpa keharusan kontinuitas atau populer dengan istilah sistem pra-bayar yang menggunakan voucher yang disediakan di berbagai tempat. Perbedaan pola pembayaran diantara operator TV berbayar tidak menghilangkan esensi bahwa akses untuk memperoleh TV berbayar tersebut harus dengan membayar sejumlah harga. Dengan demikian baik TV berbayar dengan sistem pra-bayar maupun sistem

- berlangganan tidak menyebabkan suatu pasar yang terpisah satu sama lain;-----
- 21.1.3.12. Pendekatan ini sesuai dengan pendekatan yang secara konsisten digunakan oleh lembaga persaingan di Uni Eropa yang disampaikan dalam kesaksian tertulis Winfred Knibebeler¹⁰ pada perkara ini;-----
- 21.1.3.13. Dalil bahwa TV free to air merupakan substitusi dari TV berbayar dikarenakan tingginya cross-elasticity yang disampaikan oleh Janusz A. Ordover¹¹ tidak dapat diterima karena setidaknya-tidaknya dua alasan: pertama, adanya perbedaan karakteristik dan harga yang mendasar antara TV berbayar dan TV free to air sebagaimana telah diuraikan dalam analisis sebelumnya. Kedua, TV Free to air termasuk channel yang juga disiarkan dalam TV berbayar atau dengan kata lain, bagi TV berbayar, TV free to air adalah salah satu input dalam melakukan kegiatan usahanya. Seandainya pun, quod non, TV free to air adalah substitusi dari TV berbayar, TV berbayar sama sekali bukan substitusi dari TV free to air sehingga tidak terdapat persaingan yang secara langsung terjadi antara TV berbayar dan TV free to air;-----
- 21.1.3.14. Berdasarkan keseluruhan uraian tersebut, maka pasar downstream untuk produk TV berbayar terpisah dari pasar produk TV free to air; -----
- 21.1.3.15. Dari sisi input, program acara yang disiarkan oleh suatu TV dapat bersumber dari produksi internal TV bersangkutan dan dari pembelian suatu hak siar tayangan yang diproduksi oleh pihak ketiga, baik secara langsung maupun melalui lembaga intermediary;-----
- 21.1.3.16. Program-program tersebut yang kemudian menjadi competitive advantage dari masing-masing lembaga penyiaran untuk dapat meraih jumlah penonton atau jumlah pelanggan;-----

¹⁰ Winfred Knibbeler, expert testimony dari Freshfields Bruckhaus Deringer, hlm. 14

¹¹ Janusz A. Ordover, Preliminary Expert Report, hlm. 15

- 21.1.3.17. Laporan Hasil Pemeriksaan Pendahuluan telah menyatakan bahwa pasar pembelian siaran BPL merupakan satu pasar yang terpisah dari pasar pembelian konten lainnya; -----
- 21.1.3.18. AAAN dan AAMN dalam tanggapan dan pembelaan serta klarifikasi menyatakan bahwa pasar tersebut didasarkan pada pertimbangan yang relatif dan subjektif¹². Sedangkan cara yang tepat untuk cara yang tepat mendefinisikan pasar upstream adalah dengan melihat apakah tersedia alternatif substitusi bagi para pelaku usaha lain untuk menarik pelanggan¹³; -----
- 21.1.3.19. Hal yang sama juga disampaikan dalam pemeriksaan tanggal 23 Juni 2008 terhadap Saksi Ahli Prof. Dr. Ine. S. Ruky yang menyatakan sebagai berikut: -----
- No.13*
Pertanyaan: Bagaimana dengan upstreamnya?
Jawaban: Itu terkait dengan dampak dari perjanjian yang telah dilakukan dimana harus dilihat dari sisi supply (apakah ada produk substitusinya) dan demand (apakah supplynya dapat berpindah ke pelaku usaha lain atau tidak). Tapi apabila melihat faktanya maka terdapat colective buying oleh asosiasi.
- 21.1.3.20. Lebih jauh lagi pendapat yang disampaikan oleh Winfred Knibbeler menyatakan Hukum Persaingan Uni Eropa memandang pasar BPL sebagai pasar yang terpisah jika¹⁴:
“...BPL rights could not be regarded as substitutes for the media rights relating to other domestic and foreign football leagues – including for example the German Bundesliga, the Spanish Liga and the Italian Serie A – in terms of the ability to attract viewers and/or subscriber.”
- 21.1.3.21. Sesuai dengan pengertian pasar produk, maka Tim Pemeriksa mengupayakan untuk menilai substitutability dari hak siar program acara lain terhadap hak siar BPL baik dari sisi supply (operator TV berbayar) dan sisi demand (konsumen TV berbayar);-----
- 21.1.3.22. Bahwa para Pelapor dalam perkara ini yang merupakan operator TV berbayar menyatakan bahwa siaran BPL merupakan essential content bagi kegiatan usahanya;-----

¹² Tanggapan dan Pembelaan Serta Klarifikasi Terlapor II dan Terlapor IV pada Pemeriksaan Lanjutan atas Perkara No 03./KPPPU-L/2008 hlm. 16 angka 30.

¹³ *Ibid.* hlm. 16. angka 31.

¹⁴ Winfred Knibbeler, expert testimony dari Freshfields Bruckhaus Deringer, hlm. 16.

21.1.3.23. Disamping itu pada pemeriksaan tanggal 29 Februari 2008, AAAN memberi pernyataan sebagai berikut: -----

No.70

Pertanyaan: Apakah ada bukti pendukung seperti marketing research atau consumer research yang menyatakan bahwa BPL adalah content yang attractive?

Jawaban: AAMN membeli BPL hanya untuk diserahkan kepada DV. Ada atau tidaknya research tersebut harus diakui oleh seluruh dunia bahwa BPL adalah content yang memiliki value sehingga content ini dapat dipastikan menjadi content yang attractive di Indonesia.

21.1.3.24. Selanjutnya pada pemeriksaan tanggal 12 Mei 2008, AAMN memberi pernyataan sebagai berikut: -----

No.59

Pertanyaan: Konten apa yang pernah dibeli AAMN yang paling mahal harganya?

Jawaban: BPL.

21.1.3.25. Bahwa dengan demikian dari sisi operator TV, dapat dilihat bahwa BPL merupakan satu siaran yang penting bagi kegiatan usaha para operator TV, termasuk bagi Astro Group yang telah mengeluarkan biaya yang paling mahal untuk suatu konten dibanding konten-konten lainnya; -----

21.1.3.26. Hal ini sejalan dengan pendapat yang disampaikan oleh Winfred Knibbeler yang menyatakan¹⁵: *It is generally accepted that the relevant upstream product market is based upon “the substitutability of media rights from the perspective of TV broadcasters in relation to the ability to attract viewers and/or subscribers”*; -----

21.1.3.27. Pendapat Winfred Knibbeler menekankan pada “perspective of TV broadcaster” yang dalam hal ini konsisten ditunjukkan baik oleh para Pelapor maupun Astro Group dalam memandang BPL sebagai konten yang essential untuk menarik pelanggan; -----

21.1.3.28. Substitusi dilihat dari sisi pemirsa pada umumnya diukur dengan menggunakan metode *Small but Significant Non-transitory Increase in Price* (SSNIP) Test dengan menggambarkan keadaan hipotetis dimana terhadap suatu

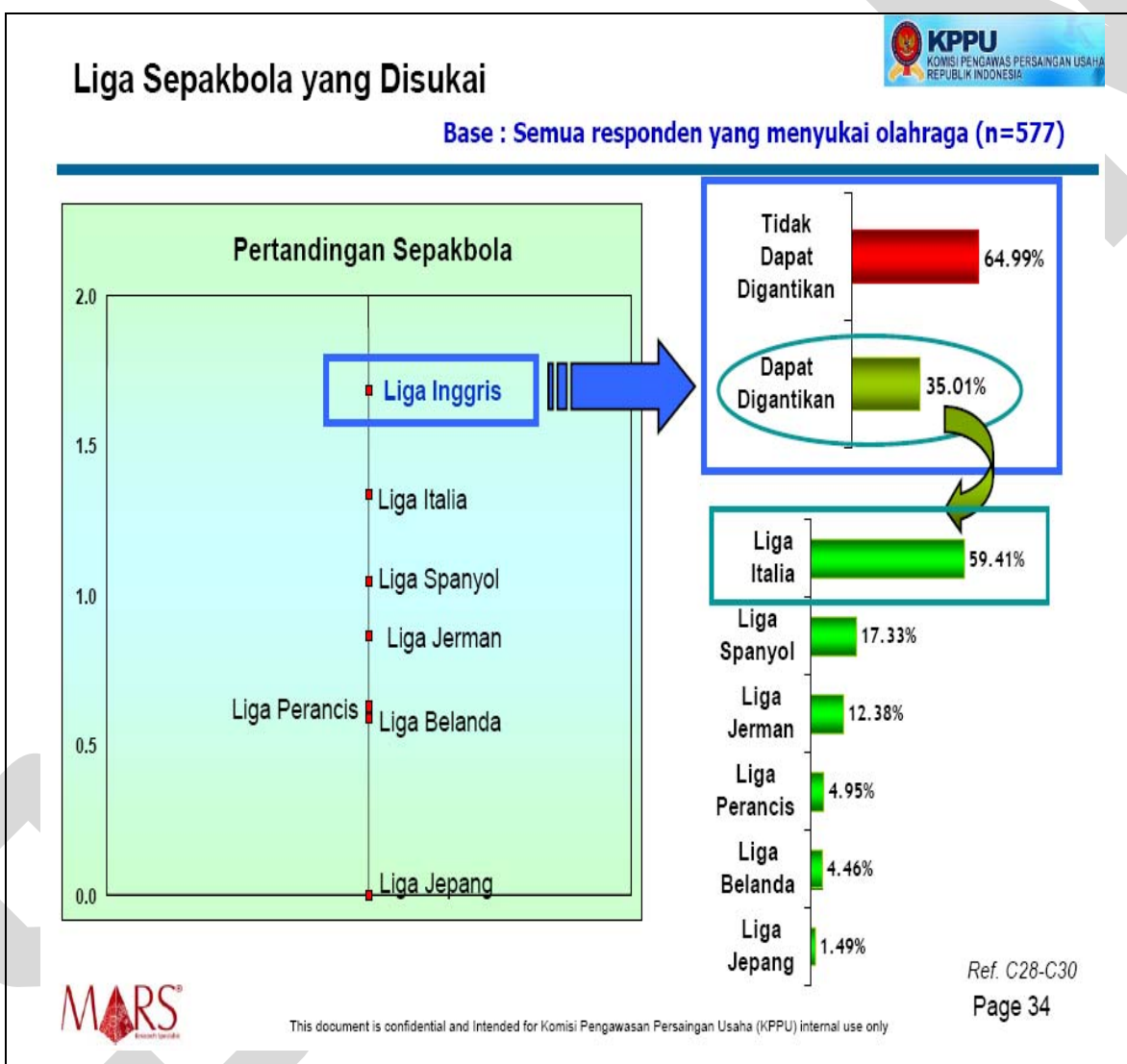
¹⁵ *Ibid.*, hlm. 12

produk mengalami kenaikan sebesar 5-10% secara relatif terhadap produk lainnya; -----

21.1.3.29. Survey yang dilakukan oleh MARS terhadap pelanggan TV berbayar tidak menggunakan instrumen kenaikan harga, melainkan keadaan hipotetis dimana BPL tidak tersedia dan pelanggan ditanya substitusi program lainnya. Hasil survey yang dilakukan oleh MARS adalah sebagai berikut: -----

Grafik 2.

Hasil Survey Liga Sepakbola yang Disukai



21.1.3.30. Berdasarkan hasil survey tersebut, sebanyak 64,99% menyatakan bahwa Liga Inggris tidak dapat digantikan dengan siaran lain. Meskipun sebesar 35,01% pelanggan menyatakan bahwa Liga Inggris dapat digantikan, namun kondisi hipotetis ini lebih ekstrem dibanding SSNIP Test

yang menggunakan kondisi hipotetis kenaikan harga. Sehingga jika survey dilakukan menggunakan SSNIP Test maka dipastikan tidak akan terdapat perpindahan pelanggan kepada siaran lain. Dengan demikian tidak terdapat substitusi Liga Inggris bagi pelanggan TV berbayar;-----

21.1.3.31. Hal tersebut juga dikonfirmasi oleh keterangan Saksi Ahli Prof. Dr. Ine. S. Ruky dalam pemeriksaan tanggal 23 Juni 2008 yang menyatakan sebagai berikut: -----

No.59

Pertanyaan: Yang dikecualikan apanya?

Jawaban: ... Selanjutnya terkait dengan konsumen sepakbola Liga Inggris bahwa di pasar tersebut tidak ada substitusi karena konsumen liga Inggris tersebut akan mencari siaran tersebut dimanapun siaran tersebut disiarkan.

21.1.3.32. Berdasarkan perspektif operator dan pelanggan sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, maka hak siar BPL menciptakan pasar produk tersendiri yang terpisah dari pasar hak siar liga asing lainnya; -----

21.1.3.33. Pada pasar upstream ini, persaingan tidak hanya terjadi antar operator TV berbayar namun juga dengan operator TV free to air, dan bahkan dengan pelaku usaha non operator TV, seperti agen periklanan, content provider, atau perusahaan-perusahaan lainnya;-----

21.1.4. *Pasar Geografis*; -----

21.1.4.1. Analisis pasar geografis bertujuan untuk menjelaskan di area mana saja pasar produk yang telah didefinisikan saling bersaing satu sama lain; -----

21.1.4.2. Bahwa dari sisi regulasi, tidak ada larangan bagi operator TV berbayar baik melalui kabel maupun satelit untuk memasarkan jasanya di seluruh wilayah Indonesia, selama memenuhi persyaratan yang ditentukan. Sedangkan operator jasa TV berbayar asing dilarang untuk memasarkan jasanya di seluruh Indonesia. Regulasi pemerintah menyatakan lembaga penyiaran harus merupakan badan hukum Indonesia yang dimiliki oleh orang Indonesia. Di samping itu tidak terdapat hambatan

regulasi bagi para operator TV untuk melakukan pembelian siaran-siaran asing termasuk hak siar BPL; ---

21.1.4.3. Dari sisi teknologi, TV berbayar satelit memiliki jangkauan yang lebih luas dan fleksibel dibanding dengan TV berbayar kabel. Jangkauan layanan TV berbayar kabel memerlukan infrastruktur yang lebih sulit dibanding dengan infrastruktur TV berbayar satelit sehingga penetrasi jangkauan layanan TV berbayar kabel lebih lambat dibanding dengan TV berbayar satelit. Namun demikian hal ini tidak menghambat TV berbayar kabel untuk menjadi pesaing dari TV berbayar satelit pada skala nasional; -----

21.1.4.4. Berdasarkan uraian-uraian di atas, pasar upstream untuk pembelian hak siar BPL tidak dibatasi secara geografis. Artinya baik melalui FAPL di Inggris ataupun melalui perusahaan wholesale channel lainnya di mana pun, operator TV dapat melakukan pembelian; -----

21.1.4.5. Sebaliknya pasar downstream TV berbayar secara regulasi hanya terbatas di wilayah republik Indonesia; ---

21.1.4.6. Maka berdasarkan seluruh uraian pasar produk dan pasar geografis di atas, maka pada pasar bersangkutan perkara ini adalah: -----

- a. Pasar pembelian hak siar BPL untuk wilayah Indonesia tanpa batasan geografis; -----
- b. Pasar TV berbayar di seluruh wilayah Indonesia; -----

21.2. **Tentang Pengecualian dalam Pasal 50 huruf b UU No 5 Tahun 1999; -----**

21.2.1. Dalam Pasal 50 huruf b UU No 5 Tahun 1999 dinyatakan bahwa: *“Yang dikecualikan dari ketentuan Undang-undang ini adalah: b. Perjanjian yang berkaitan dengan Hak atas Kekayaan Intelektual seperti lisensi, paten, merek dagang, hak cipta, desain produk industri, rangkaian elektronik terpadu, dan rahasia dagang, serta perjanjian yang berkaitan dengan waralaba.”*

21.2.2. Dalam kesaksian tertulis atas perkara ini, Hikmahanto Juwana, PhD, berpendapat: *“Undang-undang No. 5/1999 mengecualikan perolehan, pemilikan dan penggunaan suatu Hak Eksklusif. Hal ini karena Hak eksklusif penyiaran atas suatu kegiatan yang memang ditujukan secara eksklusif merupakan salah satu dari HaKI. Dalam Pasal 50*

ayat (b) UU No.5/1999 disebutkan bahwa “perjanjian yang berkaitan dengan hak atas kekayaan intelektual, seperti lisensi, paten...” Dalam kalimat tersebut terdapat kata “seperti” yang berarti tidak limitatif atau sebatas pada jenis hak atas kekayaan intelektual yang disebutkan, tetapi bisa mencakup yang lain. HaKI yang lain diantaranya adalah Hak Eksklusif dalam penyiaran. Saya menganggap Hak Eksklusif dalam penyiaran sebagai HaKI yang dapat dimiliki.”¹⁶ -----

21.2.3. Dalam tanggapan AAAN dan AAMN terhadap Laporan Hasil Pemeriksaan Pendahuluan, Tanggapan dan Pembelaan Serta Klarifikasi AAAN dan AAMN pada Pemeriksaan Lanjutan atas Perkara No 03./KPPPU-L/2008 dinyatakan bahwa Perjanjian diantara ESS dengan AAMN mengenai pengelolaan hak siar program BPL dapat dikategorikan sebagai “perjanjian yang berkaitan dengan hak atas kekayaan intelektual” yaitu hak cipta; -----

21.2.4. Dalam kesaksian tertulis atas perkara ini, Kurnia Toha, S.H., LL.M, Ph.D, berpendapat: “Bahwa memang benar perjanjian yang berkaitan dengan Intellectual Property Rights berdasarkan Pasal 50 b dikecualikan dari UU No 5 Tahun 1999, namun perlindungan IPR tersebut hanya mencakup perlindungan terhadap pemanfaatan langsung dari IPR tersebut dan tidak dibenarkan apabila bertentangan dengan kepentingan publik, dan tindakan anti persaingan lainnya, yang merupakan pelanggaran atas penggunaan hak atas Intellectual Property Rights (misuse doctrine)”¹⁷ -----

21.2.5. Tim Pemeriksa menilai bahwa hak siar eksklusif tidak bertentangan dengan hukum persaingan. Namun perilaku untuk mendapatkan hak siar eksklusif tersebut dan eksploitasi hak siar eksklusif tersebut dapat bersifat anti persaingan bila mana perolehan atau eksploitasi hak tersebut dilakukan secara tidak kompetitif atau menghambat persaingan sehingga dapat mengakibatkan dampak yang merugikan konsumen;-----

¹⁶ Hikmahanto Juwana, PhD, Pendapat Ahli yang terkait dengan penerapan Pasal 16 dan Pasal 19 (a) dan (c) UU No.5/1999, hlm. 7-8.

¹⁷ Kurnia Toha, S.H., LL.M, Ph.D, Legal Memorandum “Apakah telah terjadi pelanggaran terhadap UU No 5 Tahun 1999, Khususnya Pasal 14, Pasal 16, 17, 18 dan Pasal 19 a, c, dan d UU No 5 Tahun 1999, ketika Hak siar atas EPL diberikan secara eksklusif kepada Astro Malaysia dan Direct Vision (Astro Indonesia), hlm. 16-17.

- 21.2.6. Hal tersebut berlaku secara universal di negara-negara lain yang telah lebih dulu mengimplementasikan hukum persaingan. Di Uni Eropa, eksistensi Hak Atas Kekayaan Intelektual diakui oleh hukum persaingan, namun eksploitasi atas hak tersebut harus patuh terhadap hukum persaingan. Dengan demikian, pengecualian atas perjanjian yang terkait dengan Hak Atas Kekayaan Intelektual tidak dikecualikan secara absolut namun dikecualikan secara relatif;
- 21.2.7. Pengecualian secara absolut terhadap semua perjanjian yang terkait dengan Hak Atas Kekayaan Intelektual akan memberikan ruang bagi pemegang hak tersebut untuk menyalahgunakan hak tersebut demi memaksimalkan keuntungannya dengan menghilangkan persaingan yang dapat terjadi, terutama dalam hal Hak Atas Kekayaan Intelektual tersebut akan dilisensikan atau pemanfaatan atas hak tersebut akan didistribusikan secara komersial; -----
- 21.2.8. Penerapan hukum persaingan terhadap eksploitasi Hak Atas Kekayaan Intelektual di Uni Eropa dikenal sebagai *exhaustion of right doctrine* yang identik dengan *first sale doctrine* yang dikenal dalam Hukum Anti-Trust di Amerika Serikat. Kedua doktrin tersebut menunjukkan bahwa perilaku maupun perjanjian terkait dengan Hak Atas Kekayaan Intelektual tidak imun terhadap penerapan hukum persaingan; -----
- 21.2.9. Bahwa dengan demikian, Tim Pemeriksa menilai, jika terdapat penyalahgunaan atas perolehan maupun eksploitasi atas Hak Atas Kekayaan Intelektual yang mencederai persaingan dan dapat mengakibatkan dampak yang merugikan konsumen, perilaku tersebut ataupun perjanjian yang mengaturnya tidak termasuk di dalam pasal pengecualian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 50 huruf b UU No 5 Tahun 1999 dan oleh karenanya KPPU berhak dan memiliki kewenangan untuk memeriksa dugaan pelanggaran terkait dengan hal tersebut;-----
- 21.3. **Mengenai Yurisdiksi KPPU atas para Terlapor;** -----
- 21.3.1. KPPU adalah lembaga yang diamanatkan untuk mengawasi pelaksanaan UU Nomor 5 Tahun 1999 sesuai dengan Pasal 30 UU No 5 Tahun 1999. Tugas dan wewenang KPPU lebih jauh dijelaskan dalam Pasal 35 dan 36 UU No 5 Tahun 1999. Oleh karena itu KPPU

dapat melakukan tindakan-tindakan sesuai dengan tugas dan kewenangannya untuk mencapai tujuan yang dikehendaki oleh UU No 5 Tahun 1999;-----

- 21.3.2. Subjek dari UU No 5 Tahun 1999 adalah pelaku usaha yang didefinisikan dalam Pasal 1 angka 5 UU No 5 Tahun 1999. Dalam menjalankan tugasnya, KPPU dapat meminta keterangan tidak hanya dari pelaku usaha yang merupakan subjek pengaturan UU No 5 Tahun 1999 namun juga terhadap pihak yang bukan termasuk ke dalam kualifikasi pelaku usaha, misalnya pemerintah dan asosiasi bisnis¹⁸;-----
- 21.3.3. Pasal 1 butir 5 UU No. 5 Tahun 1999 memberikan definisi pelaku usaha sebagai berikut: “*Setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi*”;-----
- 21.3.4. Sebagaimana telah diuraikan pada bagian sebelumnya, AAAN, AAMN, dan ESS tidak didirikan atau berkedudukan di Indonesia. Oleh karena itu, yurisdiksi UU No 5 Tahun 1999 atas AAAN, AAMN, dan ESS didasarkan pada pembuktian apakah AAAN, AAMN, dan ESS melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Indonesia sehingga dapat dikualifikasikan sebagai pelaku usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 angka 5 UU No 5 Tahun 1999;
- 21.3.5. Pendekatan dalam pembuktian unsur melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Indonesia dilakukan dengan menerapkan teori Single Economic Entity Doctrine, yang memandang hubungan induk dan anak perusahaan dimana anak perusahaan tidak memiliki independensi untuk menentukan arah kebijakan perusahaan sebagai satu kesatuan entitas ekonomi¹⁹;-----
- 21.3.6. Derajat independensi anak perusahaan dapat dilihat dari berbagai faktor, antara lain kendali induk perusahaan terhadap direksi anak perusahaan, keuntungan yang dinikmati oleh induk perusahaan dari

¹⁸ Lihat Pasal 36 huruf f dan h UU No 5 Tahun 1999.

¹⁹ Lihat Alison Jones and Brenda Sufrin, *EC Competition Law, Text, Cases, and Materials*, Oxford University Press, New York, 2004 hlm. 123

anak perusahaan, dan kepatuhan anak perusahaan terhadap kebijakan yang ditetapkan oleh induk perusahaan misalnya terkait dengan pemasaran dan investasi²⁰;-----

21.3.7. Konsekuensi dari penerapan Single Economic Entity Doctrine ini adalah pelaku usaha dapat diminta pertanggungjawaban atas tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha lain dalam satu kesatuan ekonomi, meskipun pelaku usaha yang pertama beroperasi di luar yurisdiksi hukum persaingan usaha suatu negara, sehingga hukum persaingan usaha dapat bersifat ekstrateritorial²¹;-----

21.3.8. Konsideran huruf c UU No 5 Tahun 1999 menegaskan perspektif tersebut dengan menyatakan bahwa setiap orang yang berusaha di Indonesia harus berada dalam situasi persaingan yang sehat dan wajar. Oleh karena itu sebagai suatu prinsip umum dalam hukum persaingan, UU No 5 Tahun 1999 memiliki yurisdiksi atas kondisi persaingan di dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, tanpa memandang siapa pun dan di mana pun pelaku usaha yang menyebabkan dampak terhadap kondisi persaingan tersebut;-----

21.3.9. Terminologi “yang melakukan kegiatan“ ataupun “yang berusaha di Indonesia“ tidak serta menunjukkan bahwa pelaku usaha tersebut harus berada dalam pasar bersangkutan. Suatu perusahaan dapat melakukan kegiatan usaha di negara lain melalui pendirian atau akuisisi terhadap perusahaan yang telah ada di negara tersebut tanpa secara langsung melakukan kegiatan usaha di dalam pasar bersangkutan negara tersebut. Dengan kata lain, suatu pelaku usaha dapat mempengaruhi kondisi persaingan di dalam suatu pasar bersangkutan tanpa dia sendiri beroperasi di pasar bersangkutan tersebut;-----

21.3.10. Perspektif ini terlihat pada batang tubuh UU No 5 Tahun 1999 yang banyak menggunakan terminologi ”pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha” dalam pasal-pasal nya. Kelompok pelaku usaha

²⁰ *Ibid.*, hal 135

²¹ Single Economic Entity Doctrine menjadi dasar bagi European Community untuk menerapkan hukum persaingan usaha terhadap pelaku usaha yang beroperasi di luar wilayah EC, lihat Lihat Alison Jones and Brenda Sufrin, *op.cit* hlm. 126

menurut Knud Hansen, dkk adalah²²: "Beberapa badan usaha mandiri yang bergabung menjadi satu kesatuan ekonomi yang mandiri. Badan-badan usaha mandiri tersebut berada di bawah satu pimpinan yang sama yang memperlihatkan keluar bahwa induk perusahaan membuat perencanaan secara seragam untuk semua anak perusahaannya";-----

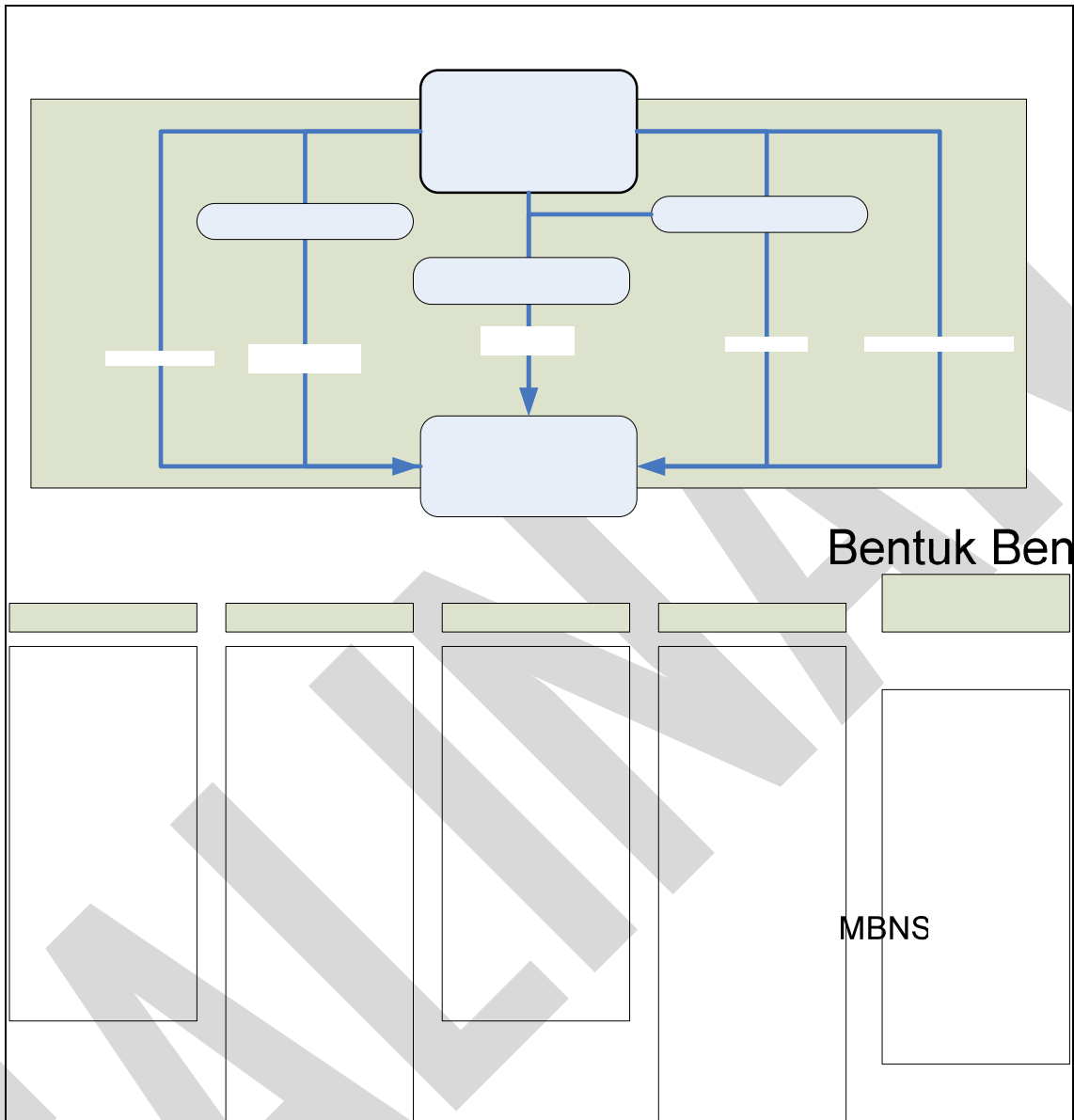
21.3.11. Terkait dengan hubungan antara AAAN, AAMN, dan PTDV, Tim Pemeriksa mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut:-----

- a. AAAN berencana melakukan investasi di PTDV melalui anak perusahaannya yaitu ANH BV dan ANI BV;-----
- b. Bahwa dalam rangka investasi di PTDV tersebut, AAAN telah mendirikan AAMN untuk menjadi channel and content supplier bagi PTDV; -----
- c. Untuk mendukung investasi yang akan dilakukan oleh AAAN tersebut, AAMN telah membeli siaran BPL musim 2007-2010 untuk wilayah Indonesia dari ESS yang khusus untuk disiarkan oleh PTDV; -----
- d. Dalam rangka investasi tersebut, AAAN melalui anak perusahaannya yaitu MBNS memberikan dukungan dalam hal pemberian lisensi penggunaan merek ASTRO, dukungan secara teknis serta IT Service and Broadcast Service Control kepada PTDV; -----
- e. Mengacu pada ketentuan mengenai penanaman modal asing, rencana penanaman modal yang dilakukan oleh AAAN dan AAMN adalah bertujuan untuk melakukan kegiatan usaha di wilayah Republik Indonesia;-----
- f. Dalam BAP PL AAMN dinyatakan bahwa PTDV beroperasi seolah-olah Joint Venture Agreement telah dilaksanakan. Joint Venture Agreement tersebut memungkinkan AAAN untuk merekomendasikan satu orang untuk duduk di jajaran direksi di PTDV; -----
- g. Direktur Keuangan (Finance) PTDV yaitu Sean Dent, direkomendasikan oleh AAAN-----

²² Knud Hansen dkk., *op.cit*, hal. 52

21.3.12. Lebih jauh lagi, hubungan antara AAAN, AAMN, dan PTDV dapat terlihat pada skema sebagai berikut: -----

Skema 3.
Bentuk Hubungan Astro Group dan PTDV



21.3.13. Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, Tim Pemeriksa menyimpulkan bahwa AAAN, AAMN, dan PTDV membentuk satu kesatuan entitas ekonomi sehingga meskipun AAAN dan AAMN tidak didirikan atau berkedudukan di Indonesia, namun keduanya melakukan kegiatan usaha di wilayah hukum negara Indonesia melalui wadah PTDV. Selanjutnya dalam Laporan ini AAAN, AAMN, MBNS, ANBV, dan ANIBV secara bersama-sama disebut sebagai “Astro Group”, kecuali jika salah satunya disebut secara khusus; -----

Penempatan Direksi

Menempatkan David Butorac di PT DV untuk melakukan perjanjian-perjanjian content dengan ESS pada tahun 2006

Trade Mark Liscence

Trade Mark Liscence dilakukan antara PT DV dan MBNS (anak perusahaan Astro)

Trade Mark Liscence meniadakan PT DV

Keper

Keper Astro merupakan bentuk rencana Group TV

- 21.3.14. Sedangkan ESS, sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, memasok channel-channel kepada berbagai operator TV berbayar di Indonesia. Tim Pemeriksa mempertimbangkan apakah kegiatan memasok ke wilayah hukum Indonesia tersebut memadai untuk dianggap melakukan kegiatan di wilayah hukum Indonesia; -----
- 21.3.15. Tim Pemeriksa menilai bahwa kegiatan jual beli dalam bentuk pasokan yang dilakukan oleh pihak yang tidak berdomisili di Indonesia ke dalam wilayah Indonesia saja tidak cukup untuk dianggap melakukan kegiatan di wilayah Indonesia. Tim Pemeriksa menghindari perdebatan mengenai aplikasi effect doctrine (US) ataupun implementation doctrine (EU) dalam persaingan usaha yang menganggap hukum persaingan usaha bersifat ekstrateritorial selama kondisi persaingan pada pasar domestik negara yang bersangkutan terganggu oleh perilaku yang dilakukan oleh pelaku usaha di luar teritori negara tersebut;-----
- 21.3.16. Dengan demikian Tim Pemeriksa memandang bahwa ESS tidak melakukan kegiatan usaha di wilayah Indonesia sehingga tidak memenuhi kualifikasi pelaku usaha sebagaimana dimaksud Pasal 1 ayat 5 UU No 5 Tahun 1999;-----
- 21.3.17. Selanjutnya Tim Pemeriksa menilai pemenuhan unsur-unsur di dalam Pasal 1 ayat 5 UU No 5 Tahun 1999 untuk masing-masing Terlapor sebagai berikut: -----
- 21.3.17.1. PTDV; -----
- a. Unsur *”setiap orang perorangan atau badan usaha”*;-----
Bahwa PTDV berdasarkan Anggaran Dasarnya merupakan badan usaha, sehingga unsur ini terpenuhi; -----
 - b. Unsur *”baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum”*;-----
Bahwa PTDV berdasarkan Anggaran Dasarnya merupakan badan hukum yang berbentuk perseroan terbatas, sehingga unsur ini terpenuhi;-----
 - c. Unsur *”didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia”*; -----

Bahwa PTDV didirikan dan berkedudukan serta melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, sehingga unsur ini terpenuhi; --

d. Unsur "*baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian*"; -----

Bahwa PTDV melakukan kegiatan usahanya secara sendiri di Indonesia; -----

e. Unsur "*menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi*"; -----

Bahwa PTDV melakukan kegiatan usaha dalam bidang ekonomi berupa penyelenggaraan televisi berbayar di Indonesia, sehingga unsur ini terpenuhi;

f. Dengan demikian, PTDV terbukti memenuhi unsur pelaku usaha berdasarkan UU No. 5 Tahun 1999; --

21.3.17.2. AAAN; -----

a. Unsur "*setiap orang perorangan atau badan usaha*"; -----

Bahwa berdasarkan The Company Act 1985, Memorandum and Article of Association, AAAN merupakan badan usaha, sehingga unsur ini terpenuhi; -----

b. Unsur "*baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum*"; -----

Bahwa AAAN merupakan badan usaha yang berbentuk perseroan terbuka, sehingga unsur ini terpenuhi; -----

c. Unsur "*didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia*"; -----

Bahwa AAAN terdaftar di Inggris dan Wales, berkedudukan di Malaysia, dan melakukan kegiatan usaha di Malaysia dan di Indonesia berdasarkan analisa Single Economic Entity Doctrine, sehingga unsur ini terpenuhi; -----

d. Unsur "*baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian*"; -----

Bahwa AAAN melakukan kegiatan usahanya secara sendiri melalui anak-anak perusahaannya di Indonesia;-----

- e. Unsur "*menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi*"; -----

Bahwa AAAN melakukan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi berupa usaha televisi berbayar, penyiaran radio, produksi dan distribusi content TV, serta sejumlah bisnis lainnya di bidang media, sehingga unsur ini terpenuhi;-----

- f. Dengan demikian, AAAN terbukti memenuhi unsur pelaku usaha berdasarkan UU No. 5 Tahun 1999; --

21.3.17.3. ESS;-----

- a. Unsur "*setiap orang perorangan atau badan usaha*";-----

Bahwa ESS merupakan badan usaha patungan yang berbentuk general partnership antara ESPN dan STAR Sports, sehingga unsur ini terpenuhi;-----

- b. Unsur "*baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum*"; -----

Bahwa ESS merupakan badan hukum yang didirikan berdasarkan hukum negara bagian Delaware, sehingga unsur ini terpenuhi;-----

- c. Unsur "*didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia*";-----

Bahwa ESS didirikan di Amerika Serikat, berkedudukan di Singapura, dan tidak melakukan kegiatan usaha di Indonesia, sehingga unsur ini tidak terpenuhi;-----

- d. Unsur "*baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian*"; -----

Bahwa ESS melakukan kegiatannya secara sendiri;

- e. Unsur "*menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi*"; -----

Bahwa ESS melakukan kegiatan dalam bidang ekonomi berupa usaha dalam bidang pengembangan

produksi program olahraga, distribusi dan penjualan channel dan hak siar, sehingga unsur ini terpenuhi;-

- f. Dengan demikian, ESS tidak terbukti memenuhi unsur pelaku usaha berdasarkan UU No. 5 Tahun 1999;-----

21.3.17.4. AAMN;-----

- a. Unsur "*setiap orang perorangan atau badan usaha*";-----

Bahwa AAMN merupakan badan usaha, sehingga unsur ini terpenuhi; -----

- b. Unsur "*baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum*"; -----

Bahwa AAMN merupakan badan hukum yang berbentuk perseroan, sehingga unsur ini terpenuhi;-

- c. Unsur "*didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia*";-----

Bahwa AAMN didirikan dan berkedudukan di Dubai, Uni Emirat Arab, melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Indonesia berdasarkan Single Economic Entity Doctrine; -----

- d. Unsur "*baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian*"; -----

Bahwa AAMN melakukan kegiatan usahanya secara sendiri; -----

- e. Unsur "*menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi*"; -----

Bahwa AAMN menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi berupa memperoleh content, membuat channel televisi berbahasa Indonesia dan berbahasa Malaysia untuk disuplai kepada operator televisi berbayar dan pengadaan dekoder untuk disuplai ke PT Direct Vision di Indonesia; -----

- f. Dengan demikian, AAMN terbukti memenuhi unsur pelaku usaha berdasarkan UU No. 5 Tahun 1999; --

21.4. **Siaran Liga Inggris Dalam Pasar Bersangkutan TV Berbayar; -----**

21.4.1. *Apakah Liga Inggris Merupakan Content yang Penting Bagi Industri TV Berlangganan Indonesia?* Untuk menjawab pertanyaan di atas, Tim Pemeriksa menilai dari sisi *supply* dan sisi *demand*. Data dari *supply* bersumber dari keterangan yang didapat dari para operator TV berlangganan. Data dari sisi *demand* bersumber dari survey pelanggan TV berlangganan dan data perilaku pemirsa TV *free to air* yang potensial menjadi pelanggan TV berlangganan; -----

21.4.2. Sisi Supply: Perspektif Operator TV Berbayar. Indovision menyatakan bahwa Liga Inggris merupakan konten yang penting. Hal tersebut ditunjukkan banyaknya konsumen yang berhenti jadi pelanggan akibat hilangnya tayangan tersebut di Indovision. (vide bukti B1). Pernyataan Indovision tersebut didukung oleh adanya perubahan posisi operator TV berlangganan dalam menguasai jumlah pelanggan; -----

21.4.3. Tabel dan grafik berikut menunjukkan posisi operator TV berlangganan di pasar berdasarkan pangsa pelanggan paket sport yang berisi *channel* ESPN. Pada periode sebelum Juli 2007, *channel* ESPN di setiap operator sama-sama memiliki tayangan liga inggris. Namun pada periode Juli 2007 dan setelahnya hanya *channel* ESPN di ASTRO yang menayangkan Liga Inggris; -----

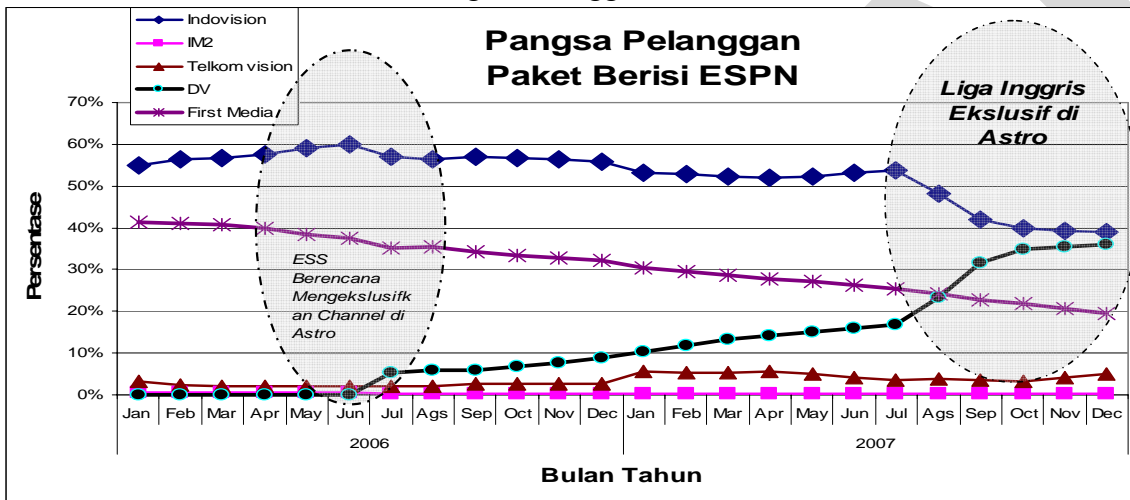
Tabel 8.
Pangsa Pelanggan Paket Sport Operator TV Berlangganan
(Paket yang berisi ESPN)

Tahun	Bulan	INDOVISION	IM2	TELKOM VISION	DV	FIRST MEDIA	KETERANGAN
2006	Jan	55%	1%	3%	0%	41%	ESS Berencana Mengeksklusikan Channel ESPN dan STAR Sport di ASTRO Liga Inggris Ditayangkan di TV7 dan Semua Operator TV Berlangganan
	Feb	56%	0%	2%	0%	41%	
	Mar	57%	0%	2%	0%	41%	
	Apr	58%	0%	2%	0%	40%	
	May	59%	0%	2%	0%	38%	
	Jun	60%	0%	2%	0%	37%	
	Jul	57%	0%	2%	5%	35%	
	Ags	56%	0%	2%	6%	35%	
	Sep	57%	0%	3%	6%	34%	
	Oct	57%	0%	3%	7%	33%	
	Nov	57%	0%	3%	8%	33%	
	Dec	56%	0%	3%	9%	32%	
2007	Jan	53%	0%	6%	10%	30%	
	Feb	53%	0%	5%	12%	30%	
	Mar	52%	0%	5%	13%	29%	
	Apr	52%	0%	5%	14%	28%	
	May	52%	0%	5%	15%	27%	

Tahun	Bulan	INDOVISION	IM2	TELKOM VISION	DV	FIRST MEDIA	KETERANGAN
	Jun	53%	0%	4%	16%	26%	LIGA Inggris Eksklusif di ASTRO
	Jul	54%	0%	4%	17%	25%	
	Ags	48%	0%	4%	23%	24%	
	Sep	42%	0%	4%	32%	23%	
	Oct	40%	0%	3%	35%	22%	
	Nov	39%	0%	4%	36%	21%	
	Dec	39%	0%	5%	36%	20%	

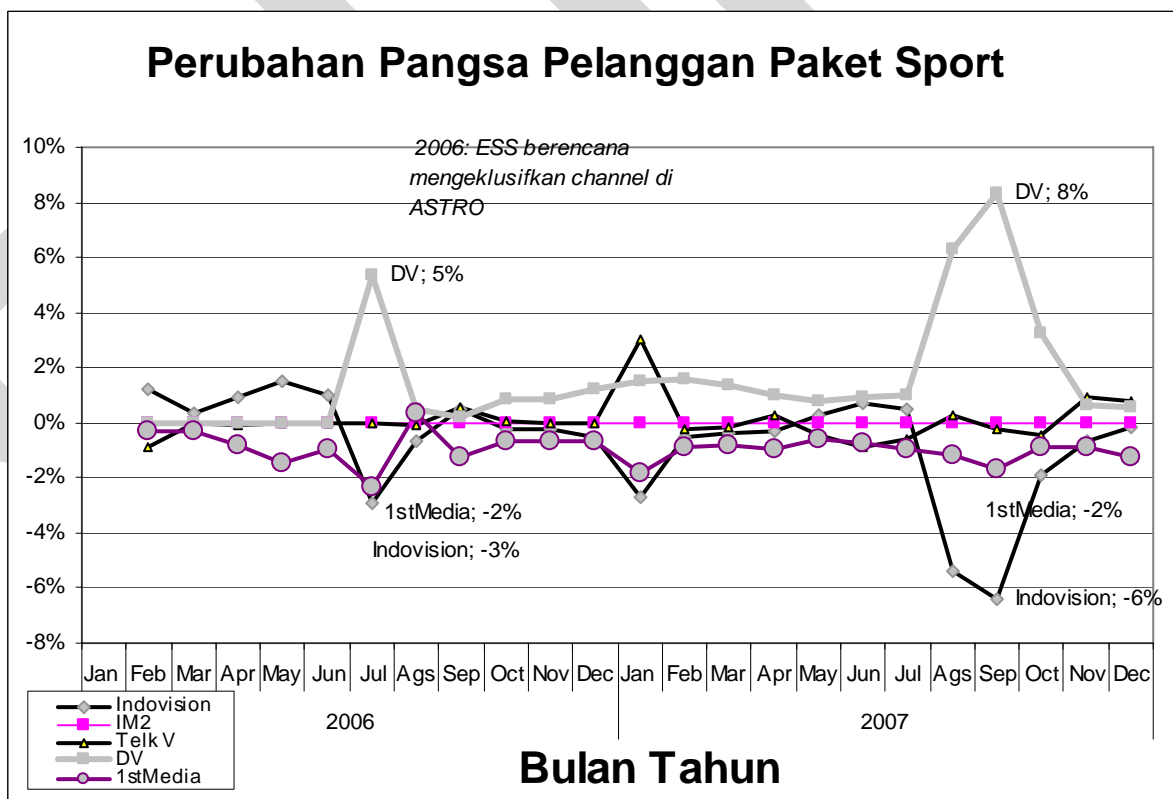
Sumber: Data ESS, data diolah

Grafik 3.
Pangsa Pelanggan Paket Berisi ESPN



Sumber: Data ESS, data diolah

Grafik 4.
Perubahan Pangsa Pelanggan Paket Sport Berisi ESPN



Sumber: ESS; data diolah

Tabel 9.
Perubahan Pangsa Pelanggan Paket Sport Berisi ESPN

Tahun	Bulan	Indovision	IM2	Telk V	DV	1st Media
2006	Jan					
	Feb	1%	0%	-1%	0%	0%
	Mar	0%	0%	0%	0%	0%
	Apr	1%	0%	0%	0%	-1%
	May	1%	0%	0%	0%	-1%
	Jun	1%	0%	0%	0%	-1%
	Jul	-3%	0%	0%	5%	-2%
	Ags	-1%	0%	0%	0%	0%
	Sep	1%	0%	1%	0%	-1%
	Oct	0%	0%	0%	1%	-1%
	Nov	0%	0%	0%	1%	-1%
	Dec	-1%	0%	0%	1%	-1%
2007	Jan	-3%	0%	3%	1%	-2%
	Feb	0%	0%	0%	2%	-1%
	Mar	0%	0%	0%	1%	-1%
	Apr	0%	0%	0%	1%	-1%
	May	0%	0%	0%	1%	-1%
	Jun	1%	0%	-1%	1%	-1%
	Jul	1%	0%	-1%	1%	-1%
	Ags	-5%	0%	0%	6%	-1%
	Sep	-6%	0%	0%	8%	-2%
	Oct	-2%	0%	0%	3%	-1%
	Nov	-1%	0%	1%	1%	-1%
	Dec	0%	0%	1%	1%	-1%

Sumber: ESS, data diolah

21.4.4. Dari tabel perubahan pangsa pelanggan paket sport berisi ESPN, terlihat terdapat perubahan mencolok yaitu: -----

- a. Bulan Juli 2006, dan -----
- b. Bulan Agustus, September, dan Oktober 2007; -----

21.4.5. Pada bulan Juli 2006, kenaikan pangsa pelanggan sebesar 5% dimana pada bulan sebelum dan sesudahnya hanya 1%, mengindikasikan bahwa rencana ESS pada tahun 2006²³ untuk mengeksklusifkan beberapa channel hanya di ASTRO telah berhasil mengungkit posisi awal ASTRO di pasar untuk memperoleh pangsa pelanggan sebesar 5%. Pangsa pasar tersebut mengalami peningkatan terus pada bulan-bulan selanjutnya hingga menjadi 16% pada bulan Juni 2007; -----

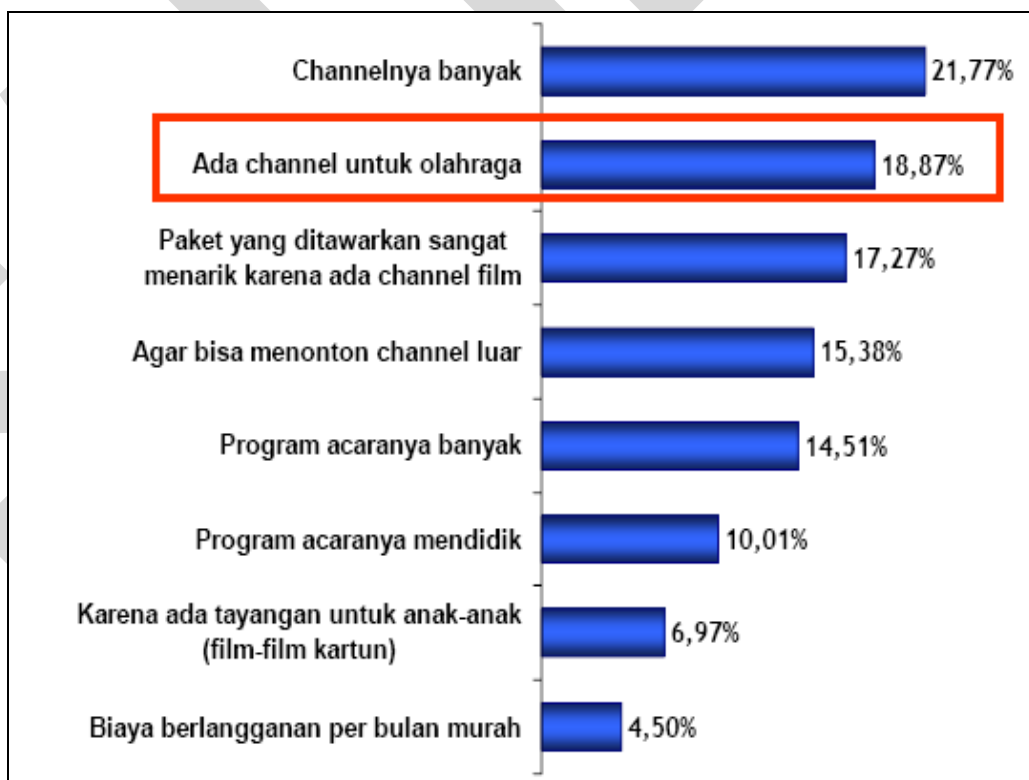
21.4.6. Sedangkan pada bulan Agustus, September, Oktober 2007, terdapat kenaikan pangsa pelanggan ASTRO yang cukup signifikan

²³Rencana tersebut dihentikan sehingga KPPU hanya mengeluarkan penetapan pada kasus tersebut.

- dibandingkan dengan perubahan pangsa pelanggan ASTRO pada periode sebelumnya. Yaitu peningkatan pangsa pelanggan sebesar 6%, 8%, 3% berturut-turut dibandingkan dengan peningkatan pangsa pelanggan pada bulan-bulan sebelumnya hanya 1%; -----
- 21.4.7. Hal tersebut menunjukkan bahwa strategi untuk menyiarkan tayangan liga inggris secara eksklusif berhasil mengungkit peningkatan pangsa pelanggan ASTRO di pasar. Akibat strategi tersebut, ASTRO berhasil memperkuat posisinya di pasar dengan menguasai pangsa pelanggan paket sport dari sebesar 16% pada bulan Juni 2007 menjadi 36 % pada bulan Desember 2007;-----
- 21.4.8. Persepsi subjektif Indovision yang menyatakan bahwa Liga Inggris penting bagi industri TV berlangganan didukung oleh fakta bahwa pangsa pelanggan indovision hilang banyak setelah Liga Inggris hanya ditayangkan di ASTRO pada industri tv berbayar. Hal tersebut ditunjukkan bahwa pangsa pelanggan Indovision menurun drastis dari 53% pada bulan Juni 2007 menjadi 39% pada bulan Desember 2007;-----
- 21.4.9. Dengan demikian, adanya tayangan Liga Inggris secara eksklusif di suatu TV berbayar merupakan suatu yang penting bagi operator karena hal tersebut mengakibatkan berpindahnya pelanggan paket sport pada TV berlangganan. Hilangnya pelanggan merupakan kerugian bagi operator TV berbayar, sehubungan sumber pendapatan utamanya diperoleh dari iuran yang dibayarkan oleh pelanggan; -----
- 21.4.10. AAMN menyatakan bahwa Liga Inggris bukan konten yang penting dibandingkan konten-konten lainnya, namun AAMN menyatakan bahwa pembelian hak siar Liga Inggris periode 2007-2010 merupakan konten yang paling mahal yang dibeli oleh AAMN dibanding konten-konten lainnya; -----
- 21.4.11. Kesiediaan AAMN untuk membeli tayangan Liga Inggris eksklusif dengan harga yang mahal dibandingkan konten-konten lainnya, bertentangan dengan pernyataannya. Kesiediaan membeli secara mahal tersebut menunjukkan bahwa persepsi subjektif operator mendukung pendapat bahwa liga inggris merupakan konten yang penting bagi industri tv berlangganan saat ini;-----

- 21.4.12. Merujuk pernyataan subjektif operator tv berlangganan diatas dapat disimpulkan bahwa tayangan liga inggris merupakan tayangan yang penting bagi pelaku usaha di pasar tv berlangganan di Indonesia. Disamping itu berdasarkan data pangsa pelanggan pada paket yang berisi ESPN terbukti bahwa konten liga inggris menjadi driver atau konten yang menyebabkan pelanggan berpindah operator; -----
- 21.4.13. Sisi Demand: Sudut Pandang Konsumen. Untuk mendapatkan gambaran presepsi dari sudut pelanggan Tim Pemeriksa mempertimbangkan data yang didapat dari hasil survey pelanggan TV berlangganan sebagai berikut; -----
- 21.4.14. Berdasarkan hasil survey terhadap 689 konsumen TV berlangganan pada bulan 30 Juni – 11 Juli 2008 di Jakarta, Surabaya, Medan dan Pekanbaru, diketahui bahwa:-----
- 21.4.14.1. Sebanyak 18,87% pelanggan menyatakan bahwa "adanya channel olah raga" merupakan alasan orang untuk menjadi konsumen TV berlangganan. Alasan tersebut merupakan jawaban terbanyak kedua setelah alasan "channelnya banyak" dinyatakan oleh 21,27%; -

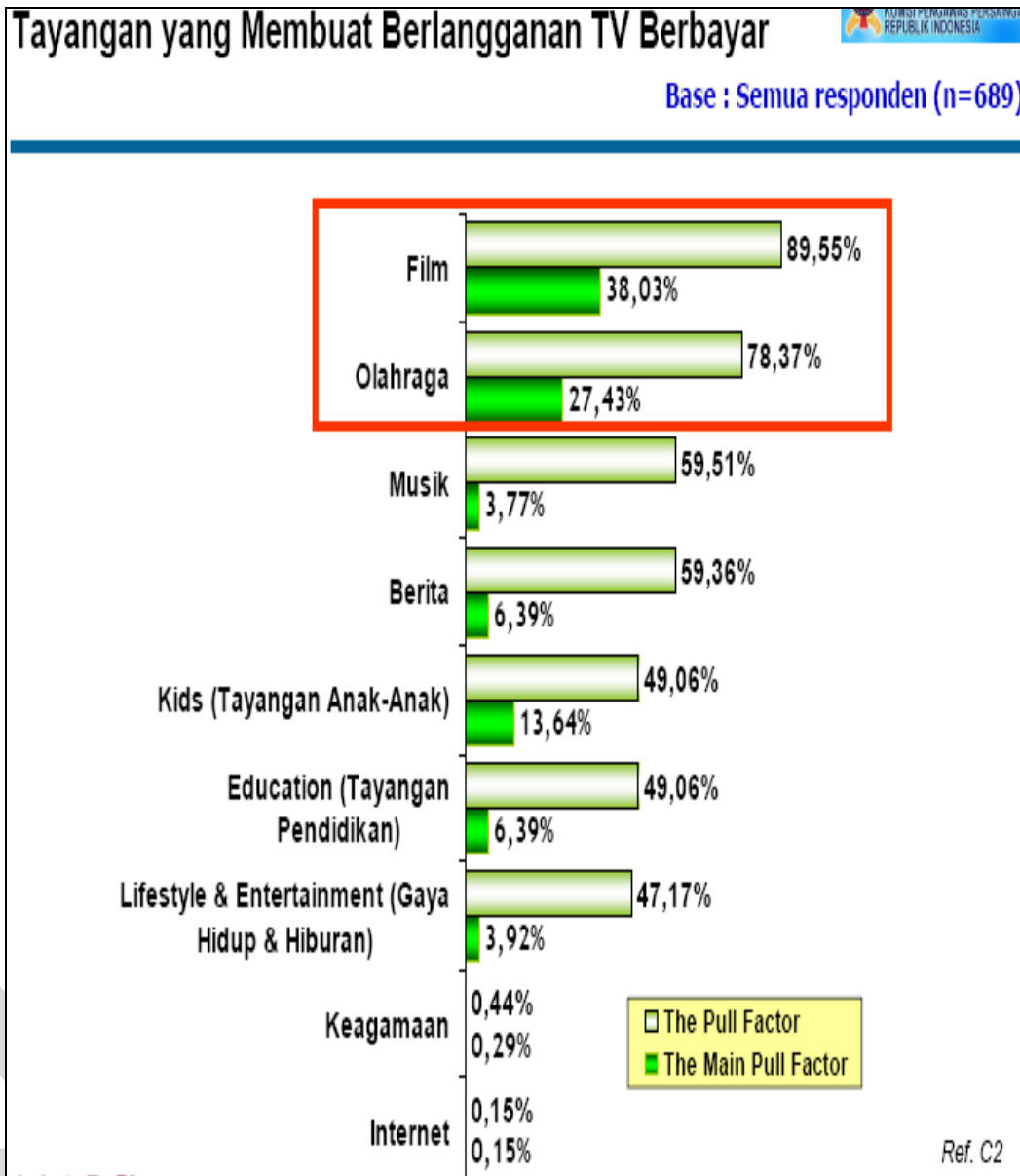
Grafik 5.
Hasil Survey Alasan Menjadi Pelanggan TV Berbayar



n = 689

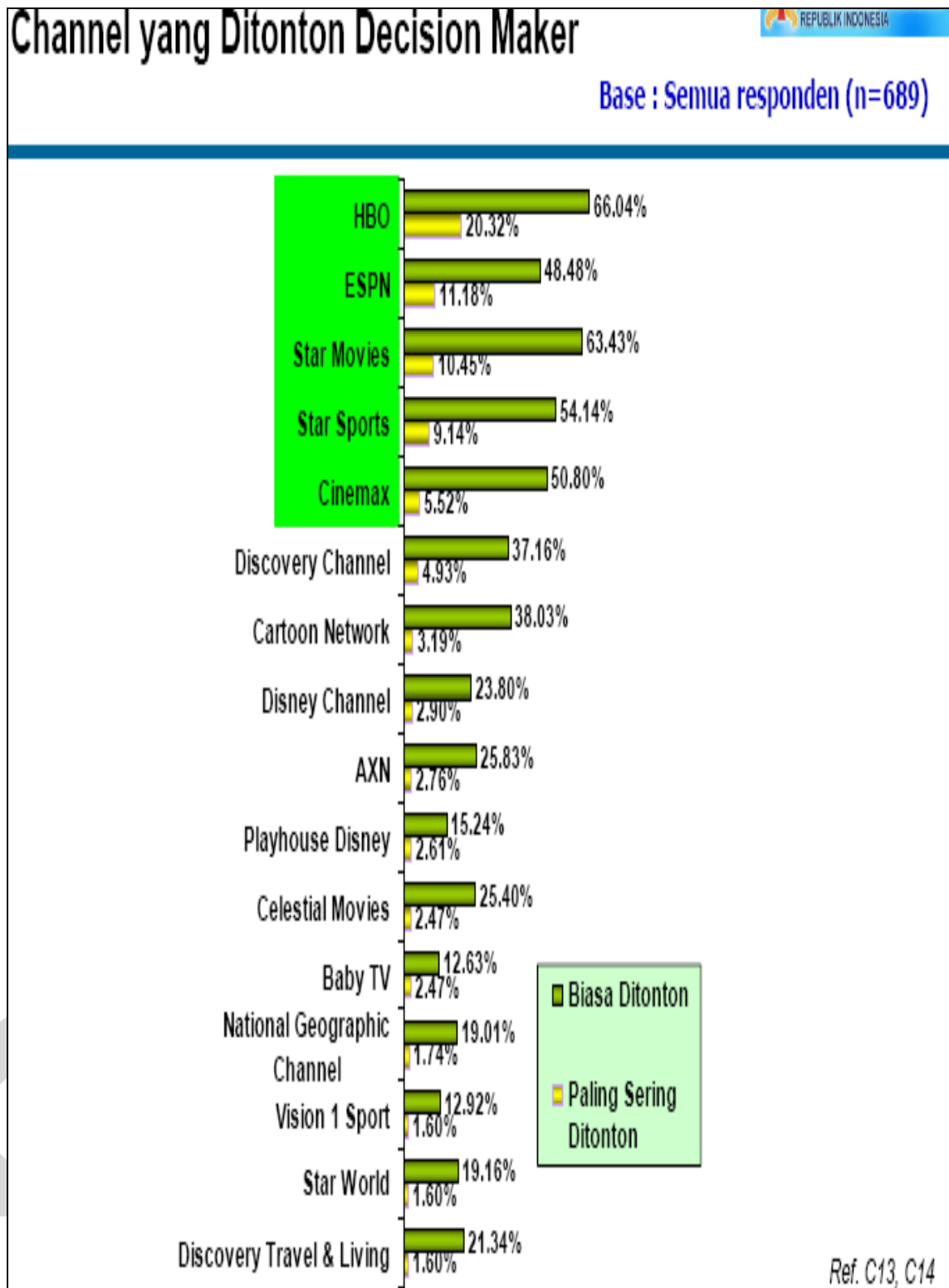
21.4.14.2. "Film" dan "Olahraga" menjadi tayangan membuat orang berlangganan TV berbayar. Hal tersebut terlihat bahwa film menjadi pull factor sebesar 38,03% dan Olah raga sebesar 27,43% ;-----

Grafik. 6.
Hasil Survey Tayangan yang Membuat Berlangganan TV Berbayar



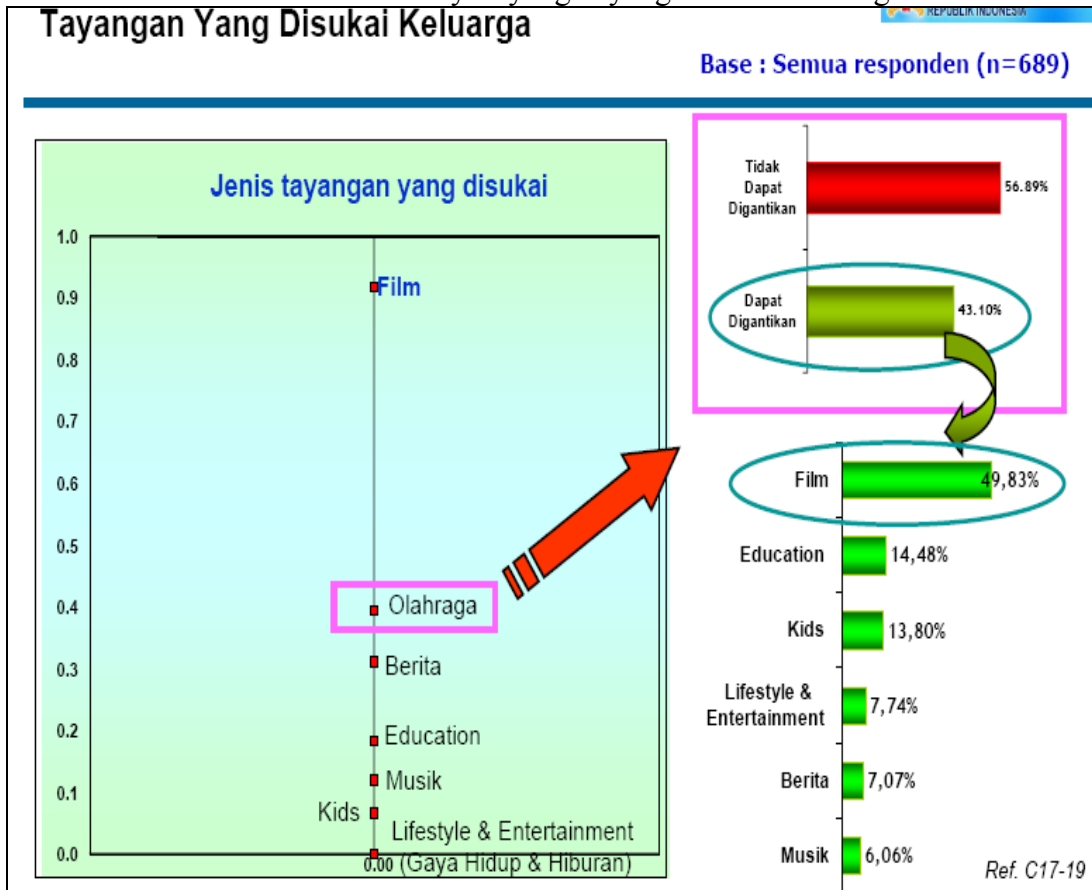
21.4.14.3. Pola "penentu keputusan" dalam menonton tayangan yang ada dalam jasa televisi berlangganan dapat dilihat dari tayangan yang paling sering ditonton. Berdasarkan hal tersebut terlihat bahwa channel HBO, ESPN, Star Movies, Star Sports, Cinemax menjadi channel yang paling sering ditonton;-----

Grafik 7.
 Hasil Survey Channel yang Ditonton Decision Maker



21.4.14.4. Pada tingkat agregasi pola tayangan keluarga, Olah raga menempati tayangan yang kedua yang disukai oleh keluarga setelah Film yang menempati posisi pertama. Dimana 56,89% menyatakan bahwa tayangan olah raga tidak dapat digantikan; -----

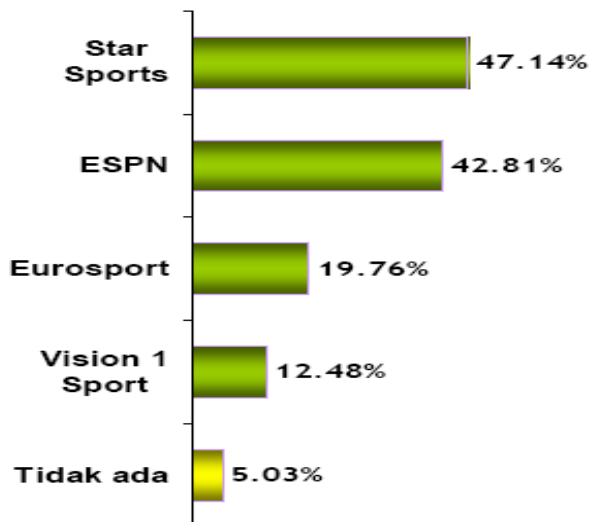
Grafik 8.
 Hasil Survey Tayangan yang Disukai Keluarga



21.4.15. Pada pelanggan yang menyatakan menyukai olah raga (n=577, 84% dari total responden) diketahui hal-hal sebagai berikut; -----

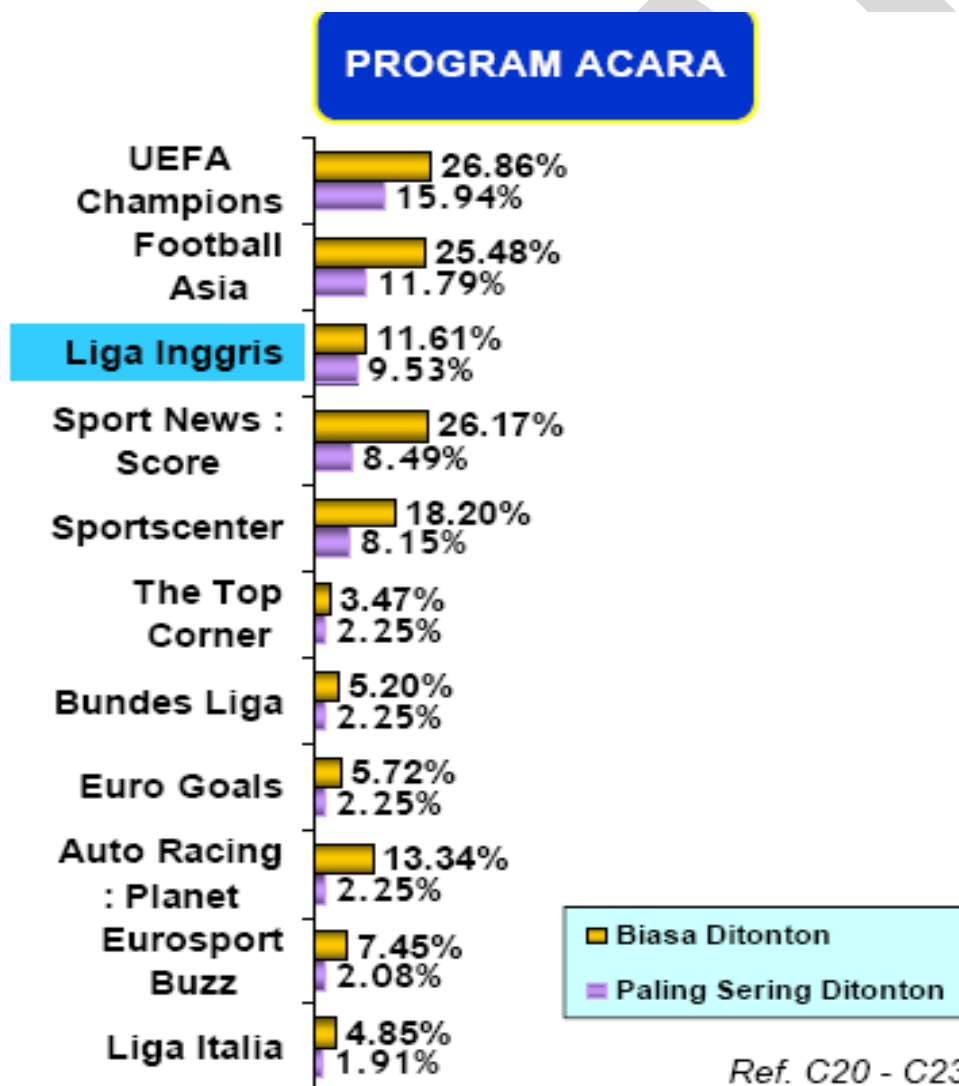
21.4.15.1. Star Sports, ESPN, Eurosport menempati channel yang paling banyak dijawab oleh pelanggan menyukai olah raga ketika ditanya channel apa yang harus ada pada paket sport; -----

Grafik 9.
 Hasil Survey Channel yang Harus Ada pada Paket Sport



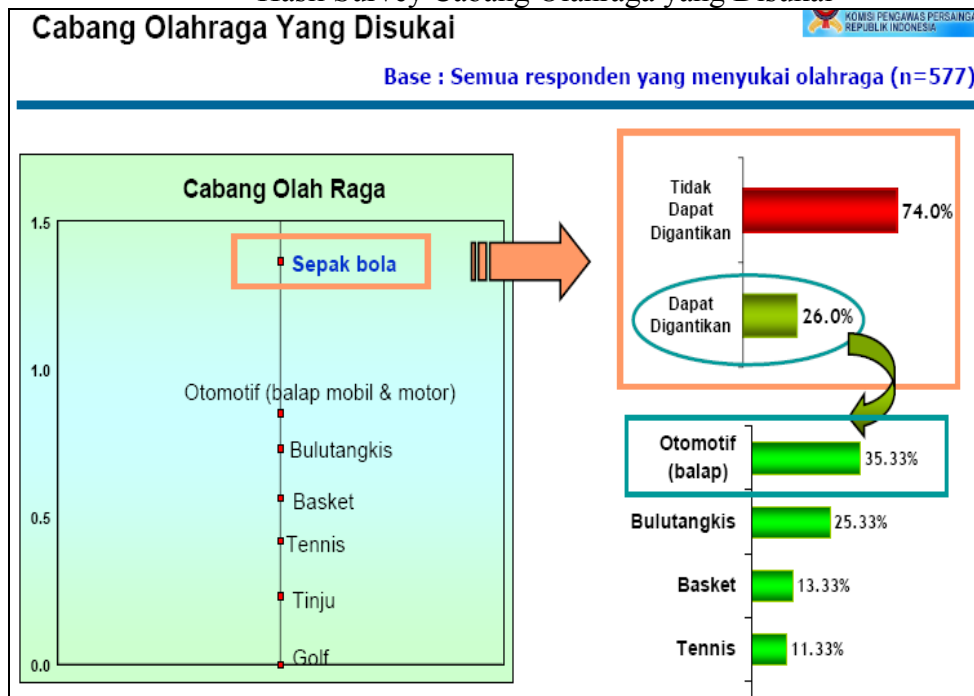
21.4.15.2. Liga Inggris menempati urutan ketiga paling sering ditonton oleh pelanggan yang menyukai olah raga setelah UEFA Champion dan Foot Ball Asia. Urutan tersebut memposisikan Liga Inggris termasuk tayangan favorit mengingat bahwa pada saat survey dilakukan Liga Inggris hanya ditayangkan di ASTRO sedangkan UEFA Champion dan Foot Asia ditayangkan pada channel ESPN dan Star Sport yang ditayangkan di seluruh operator berlangganan; -----

Grafik 10.
Hasil Survey Program Acara Olah Raga yang Paling Sering Ditonton



21.4.15.3. Sepakbola merupakan cabang olah raga yang paling disukai oleh responden yang menyukai olahraga. Sebanyak 74% responden yang menyatakan bahwa tayangan sepakbola tidak dapat digantikan oleh tayangan olah raga lainnya; -----

Grafik 11.
 Hasil Survey Cabang Olahraga yang Disukai



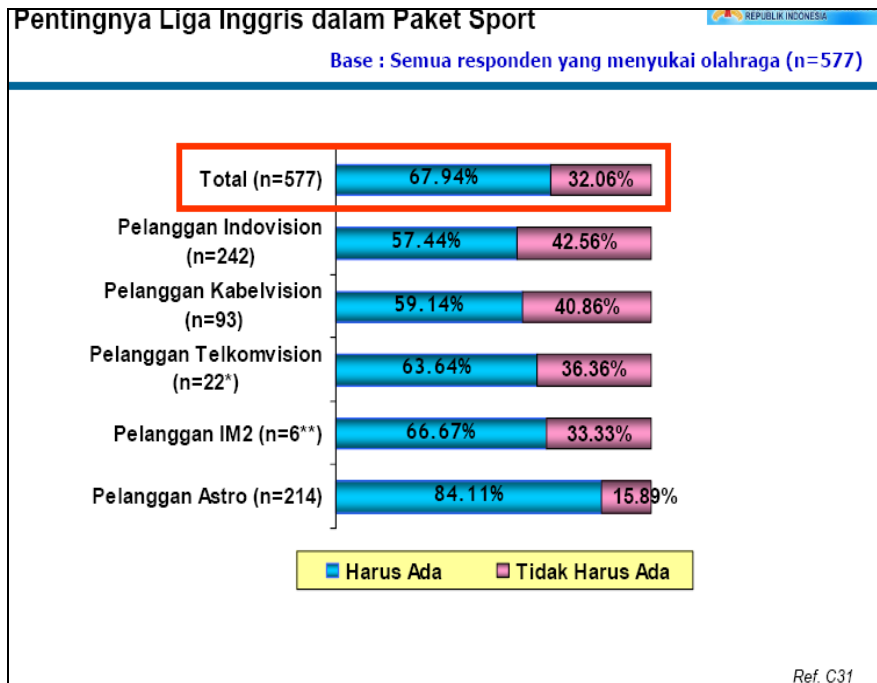
21.4.15.4. Liga Inggris merupakan tayangan liga sepakbola yang paling disukai dibandingkan liga Italia, liga Spanyol, liga Jerman, liga Perancis, liga Belanda. Sebanyak 64,99% responden yang menyukai olahraga menyatakan bahwa tayangan liga Inggris tidak dapat digantikan;-----

Grafik 12.
 Hasil Survey Liga Sepak Bola yang Disukai



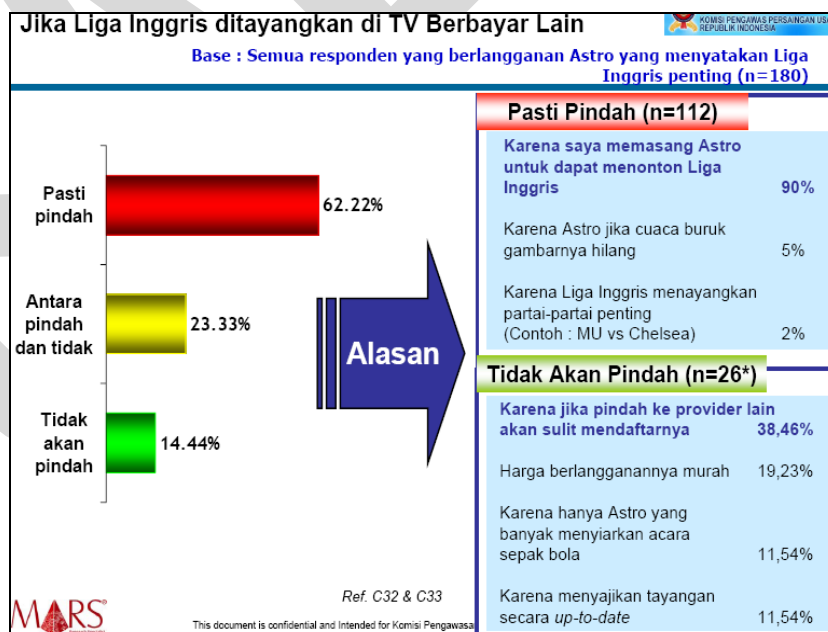
21.4.15.5. Diatas 50% responden yang menyukai tayangan olah raga di setiap operator menyatakan bahwa Liga Inggris adalah program acara yang sangat penting sehingga harus ada di dalam paket *sport*; -----

Grafik 13.
Pentingnya Liga Inggris dalam Paket Sport



21.4.15.6. Bagi pelanggan yang berlangganan liga inggris dan menyatakan liga inggris penting (pelanggan paket sport ASTRO) 62,22% menyatakan pasti pindah bila tayangan liga inggris hilang dari ASTRO; -----

Grafik 14.
Hasil Survey Liga Inggris Sebagai Driver Perpindahan Pelanggan



21.4.15.7. Pada pelanggan yang pada saat survey tidak berlangganan Liga Inggris dan menyatakan Liga Inggris penting, lebih banyak responden yang menyatakan bahwa "kualitas" (penerimaan sinyal, variasi tayangan) dibandingkan "switching barrier" (harga dan proses registrasi) yang menjadi alasan responden tidak berpindah ke ASTRO;-----

Grafik 15.

Hasil Survey Alasan Pelanggan Tidak Berlangganan ASTRO



21.4.15.8. Berdasarkan data-data hasil survey tersebut menunjukkan bahwa tayangan film dan olahraga merupakan tayangan yang paling mempengaruhi keputusan seseorang dalam berlangganan TV berbayar. Dimana bagi pelanggan yang menyukai sport menyatakan bahwa liga inggris merupakan tayangan yang harus ada di paket sport; -----

21.4.15.9. Dengan demikian berdasarkan sudut pandang pelanggan dapat disimpulkan bahwa tayangan liga Inggris adalah tayangan yang penting;-----

21.4.15.10. Berdasarkan uraian-uraian tersebut di atas, dilihat dari sisi *supply* dan dari sisi *demand* dapat disimpulkan bahwa Liga Inggris merupakan konten yang penting bagi industri TV berlangganan di Indonesia;-----

21.5. **Perilaku Para Terlapor;**-----

21.5.1. Dugaan awal pada perkara ini adalah penyalahgunaan posisi monopoli ASTRO di Malaysia sehingga ESS, tanpa proses tender, mengalihkan hak siar BPL untuk wilayah Indonesia untuk disiarkan melalui Group Astro di Indonesia; -----

21.5.2. Berdasarkan fakta yang ditemukan dalam rangkaian proses pemeriksaan maka Tim Pemeriksa melakukan analisis terhadap dugaan tersebut di bawah ini; -----

AAAN; -----

21.5.3. AAAN merupakan holding perusahaan yang merupakan induk dari Astro Malaysia (MBNS) dan merupakan pengendali ASTRO Indonesia (PTDV) secara de facto; -----

21.5.4. Melalui posisi tersebut maka AAAN dapat menggunakan posisi monopolinya di Malaysia untuk memenangkan persaingan di Indonesia dengan cara yang tidak fair. Dalam hal ini, yaitu melakukan tindakan yang menghalangi ESS sebagai pemilik hak siar BPL di wilayah Indonesia untuk hanya menjual hak pengendalian siaran BPL kepada AAMN untuk disalurkan melalui PTDV tanpa memberikan kesempatan yang sama kepada para operator TV berbayar lainnya di Indonesia;-----

21.5.5. Hipotesis tersebut dapat dibuktikan setidaknya-tidaknya melalui dua hal, yaitu: (1) proses negosiasi yang terjadi antara AAAN atau AAMN (sebagai calon pembeli dari grup Astro) dengan ESS mengenai hak siar BPL untuk wilayah Indonesia, (2) perbandingan harga pembelian hak siar BPL untuk wilayah Malaysia dan wilayah Indonesia;-----

21.5.6. Metode kedua mengenai perbandingan harga di atas dikonfirmasi oleh Saksi Ahli Haryo AswicaHyono pada pemeriksaan tanggal 11 Juli 2008 yang menyatakan:-----

No. 20; -----

Pertanyaan:Secara konkret, Astro Indonesia memiliki afiliasi atau hubungan dengan Astro Malaysia yang memonopoli pasar TV berbayar di Malaysia maka apakah Astro Malaysia dapat menggunakan kekuatannya di pasar malaysia untuk menekan guna mendapatkan content tertentu di pasar negara lain; -----

Jawaban:Itu dapat terjadi dan itu merupakan monopoly power dimana dampaknya perusahaan itu yaitu Astro bisa mendapatkan harga atau term yang lebih baik;-----

21.5.7. Tim Pemeriksa tidak memperoleh bukti-bukti negosiasi seperti korespondensi surat-menyurat atau e-mail antara grup Astro dengan ESS yang mengkaitkan hak siar wilayah Indonesia dengan hak siar wilayah Malaysia atau korespondensi MBNS dengan ESS yang mengaitkan hak siar wilayah Malaysia dengan wilayah Indonesia. Pernyataan AAAN pada pemeriksaan pada tanggal 29 Februari 2008 terhadap AAAN adalah sebagai berikut:-----

No. 45

Pertanyaan: Tolong dijelaskan tentang cara perolehan BPL rights oleh Astro.

Jawaban: Hak siar BPL untuk Indonesia dan Malaysia dimiliki oleh ESS. Namun hak siar untuk Malaysia dan Indonesia adalah sama sekali berbeda dan terpisah.

ESS memperoleh BPL rights untuk Malaysia. Namun hak untuk Malaysia ini tidak dijual secara terpisah melainkan merupakan bagian dari channel supply agreement (yang didalamnya termasuk content BPL) tersebut dilakukan di antara ESS dan MBNS.

Sedangkan hak siar BPL untuk Indonesia sama sekali berbeda dan terpisah dari hak siar BPL di Malaysia. Untuk Indonesia, pihak yang membeli hak siar BPL dari ESS adalah AAMN. Dan hak untuk Indonesia adalah hak untuk menyiarkan BPL, yang terpisah dari channel supply agreement.

Saya sendiri (Grant Ferguson) ikut bernegosiasi dengan ESS mewakili AAMN karena saya bertanggung jawab atas urusan bisnis international Astro, tetapi saya tidak terlibat sama sekali dalam negosiasi antara MBNS dan ESS.

No. 60

Pertanyaan: Tidak ada kaitan pembelian EPL dari ESS oleh AAMN dengan transaksi antara ESS dengan MBNS. Apakah hal tersebut benar?

Jawaban: Ya.

No. 61

Pertanyaan: Apakah dapat disampaikan bukti mengenai fakta tersebut di atas? Dokumen tersebut dapat berupa undangan tender, atau proposal dari AAMN untuk mendapatkan akses EPL dari ESS?

Jawaban: Hal tersebut dapat dibuktikan dari adanya korespondensi antar dua kelompok yang berbeda. Terdapat dua perjanjian yang berbeda yang dibuat oleh pihak-pihak yang berbeda. Hal tersebut dilakukan dengan struktur dan draft kontrak yang sama sekali berbeda.

21.5.8. Dalam rangka memeriksa jawaban dari AAAN tersebut Tim Pemeriksa menanyakan hal yang sama kepada ESS pada pemeriksaan tanggal 2 Juli 2008 sebagai berikut:-----

No. 3

Pertanyaan: Apakah ada kaitan antara ESS dengan AAMN dengan perjanjian ESS dengan MBNS yaitu terkait dengan broadcast affiliation? (dokumen ditunjukkan).

Perjanjian tersebut ditanda tangani tahun 2005 dimana diatur special fee untuk pembayaran EPL selama 6 (enam) tahun. Mohon dijelaskan mengenai hal tersebut.

Jawaban: Kontrak tersebut memang benar dibuat oleh ESS dan MBNS untuk wilayah Malaysia dengan jangka waktu 6 tahun namun karena BPL ini hanya untuk 3 tahun maka pengaturan mengenai fee tersebut akan dinegosiasikan ulang jika ESS mendapatkan EPL.

- 21.5.9. Berdasarkan dokumen yang diperoleh Tim Pemeriksa diketahui bahwa struktur pasokan BPL kepada MBNS merupakan satu kesatuan dengan supply channel ESPN dan Star Sport dengan harga yang tunggal sedangkan supply BPL dari ESS kepada AAMN adalah berdiri sendiri dengan harga tersendiri; -----
- 21.5.10. Nilai kontrak MBNS dengan ESS untuk keseluruhan channel supply di Malaysia termasuk supply di dalamnya untuk periode BPL musim 2007-2010 adalah sebesar US\$ [XXX]²⁴ sedangkan nilai kontrak AAMN dengan ESS untuk siaran BPL di wilayah Indonesia adalah sebesar US\$ [XXX]²⁵. Sedangkan nilai kontrak MBNS dengan ESS untuk keseluruhan channel supply di Malaysia termasuk supply di dalamnya untuk periode BPL pada periode 2004-2007 adalah sebesar US\$ [XXX]²⁶ dan nilai kontrak BPL pada periode yang untuk wilayah Indonesia yang dimenangkan oleh TV7 adalah sebesar US\$ [XXX]²⁷;-----
- 21.5.11. Berdasarkan angka-angka tersebut terlihat adanya peningkatan harga hak siar BPL yang naik berlipat ganda pada musim 2007-2010 dibanding dengan musim 2004-2007 yang tercermin pada nilai kontrak baik di wilayah Malaysia maupun Indonesia.;-----
- 21.5.12. Pihak Group Astro menyatakan tidak dapat melakukan penilaian terhadap siaran BPL di Malaysia saja karena untuk wilayah Malaysia penjualan hak siar BPL digabung dengan supply channel. Meskipun demikian, melihat nilai kontrak BPL di wilayah Indonesia pada musim sebelumnya dan nilai kontrak keseluruhan channel untuk wilayah Malaysia, Tim Pemeriksa menyimpulkan tidak terdapat perilaku yang abusive yang dilakukan oleh Group Astro terkait dengan posisi monopolinya di Malaysia untuk mendapatkan hak siar eksklusif BPL di wilayah Indonesia; -----

²⁴ Nilai bersifat rahasia hanya diungkapkan untuk AAAN dan ESS. Dihilangkan untuk versi publik.

²⁵ Nilai bersifat rahasia hanya diungkapkan untuk AAMN dan ESS. Dihilangkan untuk versi publik.

²⁶ Nilai bersifat rahasia hanya diungkapkan untuk AAAN dan ESS. Dihilangkan untuk versi publik.

²⁷ Nilai bersifat rahasia berdasarkan permintaan saksi TV 7.

21.5.13. Perilaku abusive dapat ditunjukkan dengan nilai kontrak BPL untuk wilayah Indonesia yang secara tidak rasional sangat kecil dibanding dengan nilai kontrak BPL untuk wilayah Malaysia. Meskipun nilai kontrak BPL untuk wilayah Indonesia tidak dapat dibandingkan secara apple to apple dengan nilai kontrak di wilayah Malaysia karena menggunakan struktur penjualan yang berbeda, namun dengan membandingkan nilai kontrak BPL di Indonesia pada musim sebelumnya yang meningkat berlipat ganda menghilangkan adanya indikasi perilaku yang abusive yang dilakukan oleh Group Astro dalam hal AAAN; -----

AAMN; -----

21.5.14. AAMN adalah 100% anak perusahaan dari AAAN yang melakukan kegiatan usaha utama untuk memperoleh content, membuat channel televisi berbahasa Indonesia dan berbahasa Malaysia untuk disuplai kepada operator televisi berbayar yang dioperasikan oleh Group Astro baik di PT Direct Vision di Indonesia, di MEASAT Broadcast Network Systems Sdn. Bhd. di Malaysia maupun di Kristal Astro di Brunei Darussalam; -----

21.5.15. Terkait dengan hak siar BPL periode 2007-2010, AAMN merupakan perusahaan yang bertugas untuk memperoleh dan menyalurkannya kepada PTDV di Indonesia. Dalam hal ini, AAMN merupakan pihak dalam perjanjian dengan ESS terkait dengan hak pengendalian siaran BPL yang dimiliki oleh ESS; -----

21.5.16. Meskipun perjanjian tersebut sendiri masih berupa Heads of Agreement antara AAMN dengan ESS, namun secara faktual supply konten telah dilaksanakan dan BPL untuk musim 2007-2008 telah disiarkan melalui PTDV secara eksklusif; -----

21.5.17. Perjanjian yang bersifat eksklusif pada dasarnya membatasi akses dari pesaing untuk memperoleh produk yang sama menjadi hilang. Laporan Dugaan Pelanggaran telah menjelaskan masalah hak eksklusif tersebut dan tidak mempermasalahkannya. Namun karena sifatnya yang membatasi persaingan maka cara untuk memperolehnya harus tetap sesuai dengan ketentuan persaingan agar persaingan selalu tetap terjaga keberadaannya; -----

21.5.18. Hal tersebut dikuatkan oleh Saksi Ahli Prof. Dr. Ine. S. Ruky dalam pemeriksaan tanggal 23 Juni 2008 yang menyatakan sebagai berikut: -----

No. 16

Pertanyaan: Bagaimana persaingan yang sehat dari sisi ekonomi?

Jawaban: Kalau menurut saya bahwa persaingan yang sehat harus dilihat dari prosesnya dimana harus dilihat kondisi konsumen terkait dengan pilihannya dimana sehingga persaingan sehat jika si konsumen tersebut harus memiliki banyak alternatif pilihan. Terkait dengan kasus ini bahwa oleh karena eksklusif maka yang bisa dipersaingkan adalah cara untuk mendapatkan hak eksklusif tersebut. Kompetisi dalam hal tersebut terkait dengan akses informasi terkait dengan peroleh hak tersebut, lalu harus dilihat barrier to entry seperti capital requirement dimana menurut saya cukup tinggi. Selain itu, ada hal yang penting yaitu waktu (timing) dimana akan mempengaruhi nilainya.

- 21.5.19. Sesuai dengan fakta yang diperoleh Tim Pemeriksa, penjualan hak siar BPL dari ESS kepada AAMN tidak melalui proses yang kompetitif sebagaimana proses perpindahan dari FAPL kepada ESS; -----
- 21.5.20. Sesuai dengan analisis keberadaan BPL yang penting bagi industri TV berbayar, maka perpindahan hak yang terjadi harus menjamin semua pelaku usaha pada pasar tersebut untuk memperoleh kesempatan dan akses yang sama tanpa diskriminasi; -----
- 21.5.21. Fakta menunjukkan bahwa proses kompetisi tersebut tidak terjadi pada proses pengalihan hak siar BPL wilayah Indonesia dari ESS kepada AAMN; -----
- 21.5.22. Oleh karena itu, meskipun perjanjian yang bersifat eksklusif tidak menimbulkan kekhawatiran cideranya persaingan, namun demikian proses untuk melahirkan perjanjian tersebut harus senantiasa menjaga proses persaingan yang sehat-----
- 21.5.23. Dengan demikian Tim Pemeriksa menilai perjanjian yang dibuat oleh AAMN dapat mengakibatkan dampak anti persaingan sebagaimana dielaborasi lebih jauh pada bagian F. Analisis Ekonomi.;-----
- 21.5.24. Pasokan hak siar BPL secara eksklusif kepada PTDV oleh AAMN menyebabkan peredaran hak siar BPL di Indonesia menjadi terbatas. Namun demikian, Tim Pemeriksa menilai bahwa pembatasan tersebut konsisten dengan analisis Tim Pemeriksa sebelumnya yang memandang AAAN, AAMN, dan PTDV sebagai satu entitas ekonomi sehingga AAMN dalam hal ini merupakan end user yang berhak untuk menikmati hak eksklusif tersebut tanpa

memiliki kewajiban untuk mendistribusikannya lagi kepada operator TV berbayar lainnya; -----

21.5.25. Dengan demikian Tim Pemeriksa tidak menemukan adanya perilaku yang bersifat anti persaingan atas pembatasan peredaran hak siar BPL di Indonesia oleh AAMN;-----

ESS; -----

21.5.26. ESS adalah perusahaan yang melakukan kegiatan usaha dalam bidang pengembangan produksi program olahraga, distribusi dan penjualan channel dan hak siar di wilayah Asia dan anak benua India; -----

21.5.27. ESS memasok EPL periode 2004-2007 kepada seluruh operator TV berbayar di Indonesia dan dimasukkan dalam satu paket dalam content olah raga, sehingga selama periode tersebut, EPL merupakan salah satu program dalam channel ESPN dan Star Sports yang disiarkan oleh seluruh TV berbayar di Indonesia;-----

21.5.28. Dalam melakukan analisis perilaku ESS ini, mengacu kepada kualifikasi ESS pada bagian C. Mengenai Yurisdiksi KPPU atas para Terlapor, Tim Pemeriksa mendudukan ESS dalam analisis ini sebagai pihak lain di luar negeri; -----

21.5.29. Sesuai dengan fakta yang diperoleh Tim Pemeriksa, dalam menjual hak siar BPL musim 2007-2010, ESS hanya melakukan negosiasi dengan Astro Group dan tidak membuka kesempatan untuk bernegosiasi dengan operator TV lainnya meskipun operator-operator tersebut telah menghubungi ESS untuk membeli hak siar BPL musim 2004-2007; -----

21.5.30. Dalam suatu rantai produksi atau pemasaran, posisi ESS bersifat intermediari seperti layaknya wholesaler/distributor karena ESS tidak menggunakan secara langsung konten-konten yang dibelinya melainkan didistribusikan lebih lanjut ke level retailer/pengecer; --

21.5.31. Dalam mendistribusikan siaran BPL tersebut ESS seharusnya menjaga proses kompetisi dalam peroleh hak siar di level retailer. Hal tersebut perlu dilakukan mengingat siaran BPL yang merupakan siaran penting bagi industri TV berbayar di Indonesia. Kecuali, quod non, ESS menggunakan sendiri hak siar yang diperolehnya sehingga posisi ESS menjadi retailer dan selevel

dengan operator TV lainnya ataupun siaran tersebut bukan merupakan siaran yang penting; -----

21.5.32. Tanpa proses yang kompetitif, ESS kemudian melakukan perjanjian secara eksklusif dengan AAMN mengenai hak siar BPL musim 2007-2010. Tim Pemeriksa memandang perjanjian tersebut tidak menjadi perilaku yang bersifat anti persaingan, namun Tim Pemeriksa memandang perilaku-perilaku pra perjanjian yang kemudian melahirkan perjanjian tersebut tidak dapat dilepaskan dari keberadaan perjanjian saat ini harus tetap tunduk kepada kaidah-kaidah hukum persaingan yang berlaku;-----

PTDV; -----

21.5.33. PTDV merupakan entitas yang menyelenggarakan penyiaran dengan menggunakan brand “Astro” di Indonesia. Meskipun AAAN maupun AAMN tidak memiliki saham PTDV, namun sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, PTDV merupakan satu kesatuan entitas ekonomi dengan Astro Group; -----

21.5.34. Siaran BPL musim 2007-2010 secara eksklusif disiarkan di bawah naungan PTDV sebagai operator TV berbayar di Indonesia. Siaran tersebut dipasok oleh AAMN kepada PTDV di Indonesia; -----

21.5.35. Dalam proses pemeriksaan, Tim Pemeriksa tidak menemukan keterlibatan PTDV dalam proses negosiasi hak siar eksklusif BPL dengan ESS ataupun adanya strategi lainnya yang diinisiasi oleh PTDV. Dalam perkara ini PTDV merupakan kendaraan bagi Astro Group dalam merealisasikan bisnis dan strateginya di Indonesia; --

21.5.36. Dengan demikian, Tim Pemeriksa tidak menemukan adanya perilaku anti persaingan yang dilakukan oleh PTDV dalam perkara ini; -----

21.6. Analisis Ekonomi; -----

21.6.1. Untuk menganalisis ada tidaknya tindakan anti persaingan dalam transaksi hak eksklusif tayangan Liga Inggris periode 2007-2010, Tim Pemeriksa mengajukan pertanyaan pokok yaitu: Apakah dampak tindakan terlapor terhadap industri TV berbayar di Indonesia pada pasar upstream dan downstream dalam jangka pendek serta jangka panjang;-----

21.6.2. *Dampak Upstream: Kerugian Pesaing di Pasar Pembelian Hak Tayang Liga Inggris;*-----

21.6.2.1. Sebagaimana telah diuraikan pada bagian III.D paragraf 77 dan 78, maka tindakan yang dilakukan oleh AAMN dan ESS telah menyebabkan kerugian yang diderita oleh pesaing AAMN dalam pembelian hak siar Liga Inggris untuk wilayah Indonesia; -----

21.6.2.2. Kerugian tersebut timbul sebagai akibat hilangnya pelanggan sejak ditayangkan Liga Inggris secara eksklusif di Astro karena berpindahannya pelanggan paket sport pada TV berlangganan. Hilangnya pelanggan merupakan kerugian bagi operator TV berbayar, sehubungan sumber pendapatan utama operator TV berlangganan diperoleh dari iuran yang dibayarkan oleh pelanggan;-----

21.6.3. *Dampak Di Downstream: Industri Televisi Berlangganan;*-----

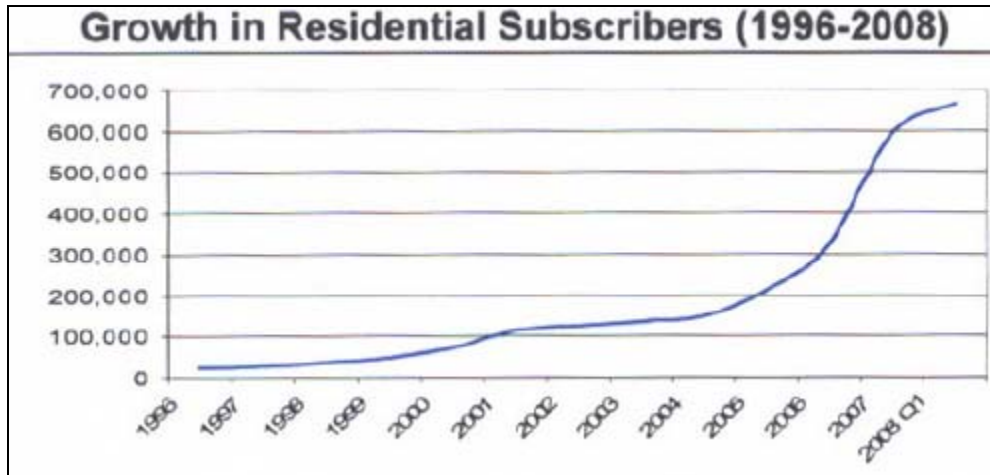
21.6.3.1. Untuk mengukur apakah tindakan yang dilakukan oleh Terlapor memiliki pengaruh terhadap kompetisi, Tim Pemeriksa mempertimbangkan kondisi pasar televisi berlangganan dalam kerangka waktu jangka pendek dan jangka panjang. Dampak jangka pendek diukur berdasarkan kondisi perkembangan jumlah pelanggan, jumlah pelaku usaha, perkembangan jumlah produk yang ditawarkan, perubahan *pricing structure* (biaya berlangganan), dan tingkat *switching barrier*; -----

Jumlah Pelanggan

21.6.3.2. Meskipun TV berlangganan telah ada sejak tahun 1994, jumlah pelanggan hanya mencapai 50.000 sampai dengan tahun 1999. Antara tahun 1999 dengan 2001 jumlah pelanggan meningkat menjadi 125000 yang dipicu oleh pengembangan jangkauan jasa kabelvision. Sampai dengan pertengahan 2004 jumlah pelanggan relatif statis, dan mulai meningkat drastis setelah Indovision memangkas biaya berlangganan awal sebesar 87%. Pada tahun 2006 jumlah pelanggan meningkat cepat dipicu oleh masuknya Astro ke pasar

dan aktivitas yang dilakukan Indovision (Casbaa 2007, Hal 21); -----

Grafik 1. Jumlah Pelanggan Residensial



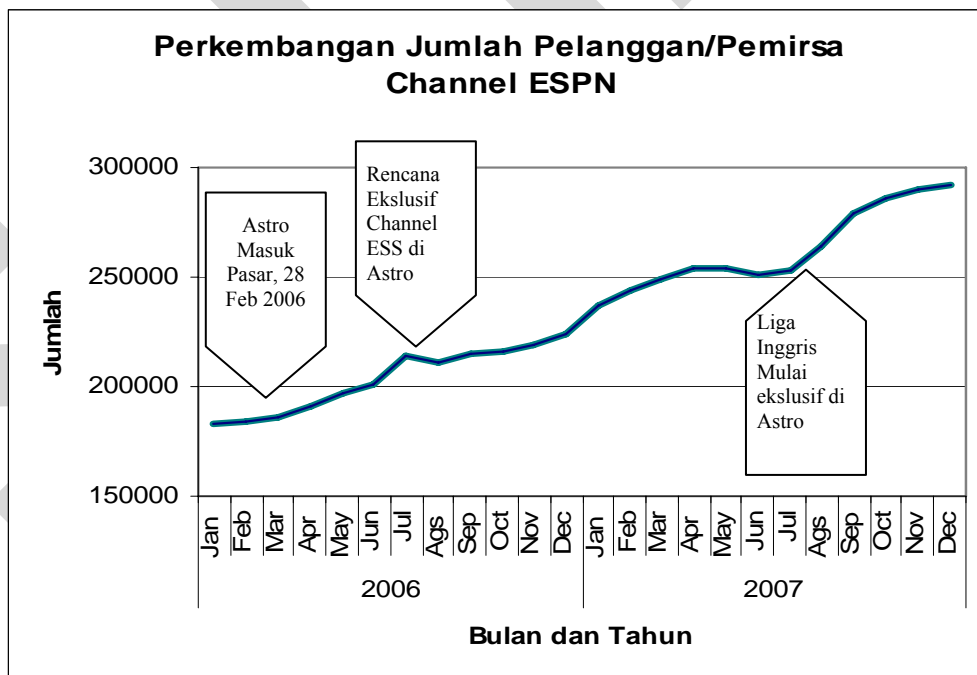
Sumber: CASBAA, 2008

Penyebab meningkatnya jumlah pelanggan karena peningkatan agresivitas marketing operator dan liputan media tentang TV berlangganan sehingga meningkatkan *awareness* masyarakat. (CASBAA, 2008, hal. 8); -----

21.6.3.3. Jumlah pelanggan tayangan olah raga yang disediakan oleh ESPN pun mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal tersebut terlihat dari grafik berikut; -----

Grafik 15.

Perkembangan Total Jumlah Pelanggan TV Paket yang berisi Channel ESPN



Sumber: ESS; data diolah

21.6.3.4. Masuknya Astro dan strategi mengeksklusifkan tayangan liga inggris mempengaruhi jumlah pelanggan industri TV berlangganan secara keseluruhan. Hal tersebut menunjukkan bahwa strategi tersebut tidak hanya secara langsung mengundang pelanggan baru, namun juga secara tidak langsung mengakibatkan pesaing ASTRO melakukan strategi merespon tindakan ASTRO yang pada akhirnya mengundang pelanggan baru;-----

21.6.3.5. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada fase sebelum dan sesudah ASTRO mendapatkan tayangan liga inggris secara eksklusif di TV berlangganan jumlah pelanggan terus mengalami peningkatan dan tidak terdapat hambatan pertumbuhan pelanggan; -----

Jumlah Pelaku Usaha;-----

21.6.3.6. Perkembangan jumlah pelaku usaha dapat menjadi petunjuk tinggi atau rendahnya *entry barrier* untuk memasuki industri TV berlangganan. Semakin tinggi *entry barrier* menunjukkan sulitnya pelaku usaha baru untuk masuk ke dalam pasar. Sulitnya pelaku usaha baru masuk akan menghilangkan tekanan kompetisi yang diterima oleh pelaku usaha lama (*incumbent*). Kondisi tersebut akan memberikan kesempatan yang lebih besar kepada *incumbent* untuk mengeksploitasi *market power*. Eksploitasi *market power* tersebut akan berdampak lebih buruk pada persaingan pada pasar dengan tingkat *entry barrier* yang tinggi; -----

21.6.3.7. Berdasarkan keterangan pemerintah (*vide* Notulen Pertemuan Dit. Penyiaran Depkominfo) menyatakan bahwa: -----

- a. Terdapat 14 (empat belas) lembaga penyiaran yang mendapat izin dari Ditjen Postel dan/atau Deppen. 10 diantaranya masih beroperasi dengan *brand*: Indovision, IM2, Kabel Vision (First Media), TelkomVision, M2V, dan Metra yang

beroperasi secara nasional. Mega Vision dan Fasindo beroperasi di Jawa Barat dan Bali Interaktif di Bali; -----

- b. Terdapat 5 lembaga penyiaran berlangganan satelit yang telah mendapat izin prinsip, yaitu: ----

Tabel 2.
Daftar Pemegang Izin Prinsip Usaha TV Berbayar

Brand	Perusahaan	Afiliasi
Oke Vision	PT Nusantara Vision	MNC (indovision)
B-Vision	PT Media Commerce Indonesia	Bakrie
I-Sky-Net	PT Cipta Skynindo	Skynet Group
Citra TV	PT Karya Megah Adijaya	
Penta Vision	PT Global Comm Nusantara	

Sumber: BAP Dit Penyiaran, CASBAA 2008 Hal. 17

- c. Terdapat 28 Perusahaan yang masih telah mengajukan izin termasuk TV Satelit, mobil dan digital terrestrial. Namun demikian proses persetujuannya mengalami tertunda menunggu kebijakan pemerintah terkait dengan isu migrasi dari teknologi terrestrial analog ke digital terrestrial;-----
- d. Adanya perkembangan jumlah pelaku usaha potensial yang memasuki ke pasar tersebut dapat menjadi petunjuk bahwa *entry barrier* untuk pelaku usaha relatif tidak tinggi; -----

Perkembangan Produk; -----

21.6.3.8. Informasi perkembangan produk sebagai dasar tim untuk menilai apakah konsumen dari waktu ke waktu mendapatkan manfaat yang meningkat dari jasa yang diterima dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Penilaian tersebut dapat diukur dari penambahan jumlah tayangan secara keseluruhan serta variasi yang diakibatkan oleh diferensiasi produk; -----

21.6.3.9. Pada bulan Desember 2007 terdapat kenaikan total jumlah *channel*/saluran yang terdapat dalam TV berlangganan Indonesia bertambah sebanyak 6 channel dibandingkan bulan Desember 2006. Kenaikan tersebut berada Astro: 1 Channel, di First Media (d/h

KabelVision): 11 Channel, sedangkan Telkomvision mengalami penurunan sebanyak 6 Channel. Hal tersebut sebagaimana ditunjukkan oleh tabel berikut; -

Tabel 10.
Jumlah Total Channel
Pada Operator TV Berlangganan

	Jumlah Channel	
	Des-07	Des-06
Indovision	55	55
PT DV	49	48
Telkomvision satelit	32	32
First Media digital	98	89
First Media analog	62	60
Telkomvision cable	38	44
IM2*	<i>n.a</i>	57*
Jogya Medianet*	<i>n.a</i>	53*
TOTAL	334	328

* Guna kepentingan perbandingan, akibat ketiadaan data tentang IM2 dan Jogya Medianet pada Desember 2007 maka data-data mereka pada Desember 2006 tidak disertakan dalam perhitungan total.

Sumber: CASBAA 2008 dan 2007

21.6.3.10. Dengan demikian secara agregat, terdapat kenaikan jumlah channel di TV berlangganan Indonesia walaupun kenaikan tersebut tidak terlalu signifikan hanya tumbuh sebanyak 1,8 %; -----

21.6.3.11. Sampai dengan akhir tahun 2006, operator TV secara umum memiliki pilihan channel internasional (*international turn around channel*) yang relatif sama (Casbaa 2007, hal 27). Walaupun demikian pola differensiasi mulai dilakukan oleh operator. Diantara bentuk-bentuk differensiasi tersebut adalah adanya *commissioned content*, yaitu content yang diproduksi oleh pihak lain atau oleh operator namun hanya ditayangkan secara eksklusif di operator tertentu. Diantara bentuk differensiasi tersebut adalah sebagai berikut: -----

ASTRO; -----

1. Astro Expresi -----
2. Astro Awani -----
3. Astro Ceria -----
4. Astro Aruna -----
5. Astro Kirana -----
6. Astro Oasis (2007) -----
7. Astro xpresi -----

