



KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA
REPUBLIK INDONESIA



Analisis
Komisi Pengawas Persaingan Usaha
Terhadap
Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika RI
No. 01/M/KOMINFO/1/07 Tentang Pengiriman Surat

www.kppu.go.id

POSITION PAPER
KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA
TERHADAP
SURAT EDARAN MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA RI
NO. 01/M/KOMINFO/1/07 TENTANG PENGIRIMAN SURAT

PENDAHULUAN

Industri pos dan logistik belakangan ini menunjukkan dinamika yang relatif meningkat. Peningkatan tersebut sedikit banyak terjadi atas kontribusi aktifitas logistik termasuk lalu lintas surat dan dokumen bisnis semakin berkembang seiring dengan perkembangan dunia usaha. Adanya perkembangan (*demand*) pasar terhadap logistik surat-dokumen bisnis menjadi latar belakang semakin banyaknya pelaku usaha swasta (non PT. Pos Indonesia) yang berkiprah dalam sektor yang bersangkutan. Berdasarkan data yang diperoleh, tercatat kurang lebih 945 perusahaan jasa kurir yang beroperasi di seluruh Indonesia di tahun 2006, dimana sekitar 121 perusahaan beroperasi di wilayah Jabodetabek. Kemudian, berdasarkan data Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres Indonesia (Asperindo), industri jasa pengiriman menyerap lapangan pekerjaan bagi sekitar 60 ribu orang dengan omzet domestiknya yang terus meningkat diatas 800 milyar rupiah di tahun 2006. Kondisi tersebut relatif kontras dengan profil PT. Pos Indonesia yang memiliki pegawai sekitar 25 ribu orang dengan omzet Rp. 1,64 trilliun untuk tahun 2006.

Perkembangan jumlah pelaku usaha juga diiringi dengan inovasi produk dan pelayanan. Salah satu bentuk inovasi adalah pelayanan

jasa kurir untuk surat-dokumen bisnis. Dalam segmen ini, perusahaan swasta bersaing secara langsung (*head to head*) dengan PT. Pos Indonesia untuk melayani transaksi pengiriman surat-dokumen bisnis yang lebih bersifat *one to many* atau dari satu perusahaan untuk banyak penerima (*recipient*). Menyikapi perkembangan tersebut, pemerintah melalui Menkominfo mengeluarkan himbauan berupa Surat Edaran Nomor 01/SE/M/KOMINFO/1/2007 yang intinya adalah menyerukan kepada pengguna jasa pos untuk hanya menggunakan PT. Pos Indonesia dalam berbagai bentuk korespondensi bisnisnya. Adanya himbauan tersebut menimbulkan polemik di kalangan bisnis, terutamanya oleh perusahaan penyedia jasa kurir swasta, dimana ditenggarai, SE No. 01/SE/M/KOMINFO/1/2007 merupakan salah satu bentuk persaingan usaha tidak sehat yang didukung oleh pemerintah.

Paper ini bertujuan untuk melakukan analisis legalitas dan analisis persaingan usaha dari terbitnya SE No. 01/SE/M/KOMINFO/1/2007. Berdasarkan *paper* ini, KPPU akan memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah untuk menyikapi dinamika terakhir dalam industri jasa pos di Indonesia.

ANALISIS LEGALITAS

Sampai dengan saat ini, regulasi industri pos dan jasa pengiriman yang masih berlaku mengamanatkan bahwa negara yang menyelenggarakan pos dan pelaksanaannya diserahkan kepada satu-satunya badan usaha milik negara (BUMN) yang saat ini bernama PT Pos Indonesia (berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 1995). Ketentuan tersebut mengacu pada Undang-undang Nomor 6 Tahun 1984 tentang Pos yang menyatakan:

Pasal 3 (1) : ***Pos diselenggarakan oleh negara***

Pasal 3 (3) : ***Menteri melimpahkan tugas dan wewenang perusahaan pos dan giro yang dibentuk sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku***

Pasal 4 (1) : ***Badan sebagaimana dimaksudkan dalam Pasal 3 ayat (3) adalah satu-satunya badan yang bertugas menerima, membawa, dan/atau menyampaikan surat, warkatpos, serta kartupos dengan memungut biaya***

Penegasan terhadap pelimpahan negara kepada satu-satunya badan usaha juga terdapat di aturan turunan UU No 6 Tahun 1984, yaitu melalui Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 1985 tentang Penyelenggaraan Pos yang berbunyi:

Pasal 3 (1) : ***Pos diselenggarakan oleh Negara dan ditugaskan kepada Perum***

Pasal 3 (3) : ***Perum adalah satu-satunya badan yang bertugas menerima, membawa, dan/atau menyampaikan surat, warkatpos, dan kartupos dengan memungut biaya***

Dalam implementasinya, perum yang dimaksud dalam pasal 3 ayat 3 adalah Perum Pos dan Giro yang dibentuk berdasarkan PP No. 9/1978.

Pada perkembangan terakhirnya, bentuk Perum tersebut berubah menjadi Persero berdasarkan PP No. 5/1995.

Perubahan status Perum Pos dan Giro menjadi PT Pos Indonesia (Persero) berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 5/1995 tentang Pengalihan Bentuk Perusahaan Umum (Perum) Pos dan Giro menjadi Perusahaan Perseroan (Persero), menyebabkan kerancuan dalam penyediaan jasa pelayanan publik dan hak monopoli. Definisi Persero adalah mengejar keuntungan setinggi-tingginya (berdasarkan Pasal 12 Undang-undang No. 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara), berbeda dengan Perum yang bertujuan untuk kemanfaatan umum dengan melayani kepentingan masyarakat (UU No. 19/2003 Pasal 36). Kondisi tersebut menyebabkan pertentangan antara prinsip melayani kepentingan publik dan hak monopoli berdasarkan UU No. 6/1984 dan PP No. 37/1985 dengan prinsip mencari keuntungan setinggi-tingginya (PP No. 5/1995). Dengan demikian, hubungan antara PT. Pos Indonesia (berdasarkan PP No. 5/1995) dengan fungsi pelayanan kepentingan publik dan hak monopoli (UU No 6/1984 dan PP 37/1985) menjadi kurang relevan. Dengan peralihan menjadi Persero, maka PT. Pos Indonesia telah masuk ke dalam wilayah komersial, dimana sebagai Persero, PT Pos Indonesia harus dapat bersaing secara sehat dengan perusahaan swasta lainnya. PT Pos Indonesia idealnya bersaing melalui prosedur yang kompetitif untuk terpilih sebagai penyedia jasa pos dan logistik.

Sebenarnya, selain PT. Pos Indonesia, masih ada ruang bagi perusahaan swasta untuk berkiprah dalam sektor pos dan logistik. Hal tersebut juga diatur dalam regulasi pos berdasarkan beberapa ketentuan sebagai berikut:

- Undang-undang Nomor 6 Tahun 1984 tentang Pos
Pasal 4 (4) : ***Perusahaan yang melakukan usaha pengiriman suratpos jenis tertentu, paket, dan uang harus mendapat izin berdasarkan persyaratan yang diatur oleh menteri.***

Penjelasan Pasal 4 (4) : ***Yang dimaksudkan dengan surat pos jenis tertentu, adalah barang cetakan, surat kabar, sekogram, dan bungkus kecil. Pengiriman uang dalam ayat ini tidak meliputi yang diselenggarakan oleh lembaga perbankan. Perusahaan sebagaimana dimaksudkan dalam ayat ini diwajibkan untuk mendapat izin berdasarkan syarat yang ditetapkan oleh Menteri, agar dicapai keserasian antara jasa yang diusahakan oleh badan sebagaimana dimaksudkan dalam Pasal 3 ayat (3), dan jasa pelayanan, yang diusahakan oleh swasta, dengan memperhatikan ketentuan dalam peraturan perundang-undangan mengenai barang yang dilarang peredarannya di Indonesia dan barang yang dikenakan pemeriksaan pabean, dapat ditaati semestinya.***

- Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 1985 tentang Penyelenggaraan Pos
Pasal 3 (4) : ***Menteri menetapkan ketentuan tentang persyaratan yang harus dipenuhi oleh perusahaan***

lain untuk memperoleh izin melakukan usaha pengiriman suratpos jenis tertentu, paket dan uang.

Pasal 4 (1) : *Kecuali Perum, pihak lain hanya diperkenankan menerima, membawa, dan/atau menyampaikan surat, warkatpos, atau kartupos dengan memungut biaya apabila:*

- a. Surat, warkatpos, atau kartupos tersebut isinya khusus mengenai barang-barang yang diangkut dan harus diserahkan bersama-sama;*
- b. Surat, warkatpos, atau kartupos tersebut diangkut dalam wilayah antar suatu kantor pos dengan maksud untuk memposkannya dan hal itu harus terbukti dari pemrangkoan yang cukup atau dengan cara lain;*
- c. Surat, warkatpos, atau kartupos tersebut diangkut antara tempat-tempat yang belum dilayani Perum atas penugasan Perum;*
- d. Surat, warkatpos, atau kartupos tersebut berasal dari satu pengirim atau satu keluarga serumah, dengan syarat bahwa pengangkutannya dilakukan di dalam dan diantara tempat-tempat di Indonesia dan tidak diposkan di luar negeri dan juga pengangkutannya tidak dilakukan oleh orang-orang sebagaimana dimaksud dalam ayat (2).*

- Peraturan Menteri Perhubungan No 5 Tahun 2005 Tentang Penyelenggaraan Jasa Titipan

Pasal 2 : ***Penyelenggaraan Jasa Titipan adalah kegiatan yang dilakukan untuk menerima, membawa dan atau menyampaikan paket, uang dan suratpos jenis tertentu dalam bentuk barang cetakan, surat kabar, sekogram, bungkusan kecil dari pengirim kepada penerima dengan memungut biaya.***

Dengan demikian, baik PT. Pos Indonesia maupun perusahaan penyedia jasa pos swasta mempunyai dasar hukum yang kuat untuk berkiprah dalam industri pos dan logistik.

Pada tanggal 25 Januari 2007, Menteri Komunikasi dan Informatika mengeluarkan Surat Edaran Nomor 01/SE/M/KOMINFO/1/2007 tentang Pengiriman Surat. Surat Edaran ini berisi penegasan atas *law enforcement* dari peraturan yang terkait. Berdasarkan Surat Edaran ini, Pemerintah menyatakan dengan ***"berdasarkan amanat Universal Postal Union, PT. Pos Indonesia menyelenggarakan layanan Surat s.d 2000 gram, warkat pos dan kartu pos yang merupakan Hak Eksklusif dari PT. Pos Indonesia karena memenuhi persyaratan tertentu"*** . Surat Edaran ini mewajibkan instansi pemerintah dan swasta untuk menggunakan jasa PT. Pos Indonesia dalam pengiriman surat, warkatpos dan kartupos. Apabila mengacu pada peraturan perundangan pos, dapat dikatakan SE No. 01/SE/M/KOMINFO/1/2007 memiliki landasan hukum yang cukup kuat, karena mengacu pada UU No. 6/1984 tentang Pos berikut produk regulasi turunannya.

Berkaitan dengan polemik SE No. 01/SE/M/KOMINFO/1/2007, paling tidak terdapat dua titik permasalahan yang menjadi isu sentral, khususnya oleh para pelaku usaha swasta. Isu pertama adalah definisi dan cakupan dari surat dan barang cetakan. Definisi surat yang mengacu pada Undang-undang Nomor 6 Tahun 1984 tentang Pos adalah:

Pasal 1 (2) : ***Surat adalah berita atau pemberitahuan secara tertulis atau terekam yang dikirim dalam sampul tertutup.***

Mengacu pada definisi tersebut, berdasarkan Keputusan Menteri Perhubungan Nomor KM 32 Tahun 2002 tentang Tarif Jasa Pos Dalam Negeri dan Luar Negeri, Pemerintah mengklasifikasikan seluruh dokumen dalam sampul tertutup dan yang memiliki berat dibawah 2.000 gram termasuk kedalam kategori 'surat'. Dan berdasarkan regulasi yang berlaku, PT. Pos Indonesia adalah satu-satunya badan yang berhak melakukan pengiriman surat dengan batasan berat sampai dengan 2.000 gram.

Namun, di lapangan pengertian dokumen yang telah berkembang saat ini, tidak hanya mencakup surat, namun juga mencakup *billing statement*, *bill of lading*, *letter of credit*, kartu kredit, undangan, *business correspondences*, dll. Bagi pelaku non PT. Pos Indonesia (swasta), berbagai dokumen bisnis tersebut tidak dapat dikategorikan sebagai surat, namun lebih tepat pada pengertian barang cetakan yang memang dapat dilayani secara komersial oleh pelaku usaha swasta (berdasarkan pasal 4 ayat 4 UU No 6/1984 berikut

penjelasannya). Situasi ini telah lama terjadi dan sampai saat ini belum ada sanksi yang ditimpakan kepada pelaku swasta karena telah melayani berbagai surat-dokumen bisnis tersebut. Hal tersebut diartikan para pelaku swasta bahwa tidak terjadi pelanggaran terhadap regulasi pos yang berlaku.

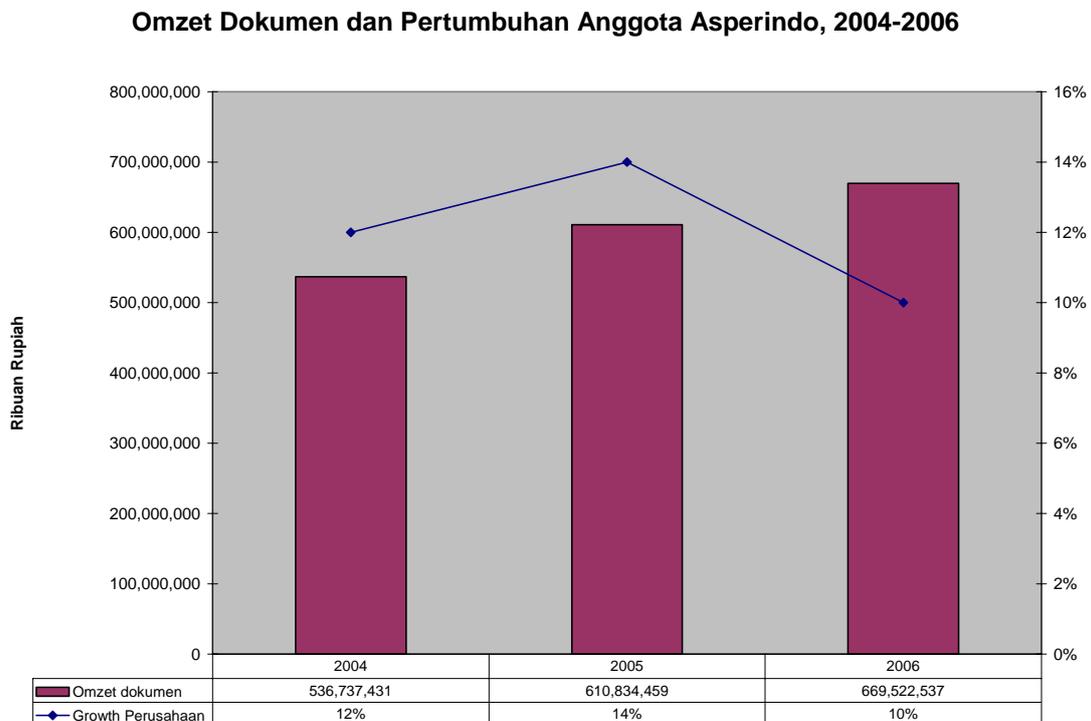
Perbedaan intepretasi terhadap pengertian surat dan barang cetakan dapat terjadi karena definisi yang diatur dalam regulasi pos, baik dari undang-undang maupun aturan turunannya **tidak jelas**. Ketidakjelasan tersebut semakin diperparah dengan **inkonsistensi** dalam penegakan hukum, dimana sampai saat ini ratusan perusahaan swasta telah berdiri dan melayani jasa pengiriman dokumen ekspres tanpa ada sanksi sama sekali dari pihak regulator. Kondisi ini tidak berkaitan langsung dengan persaingan usaha, namun **pendefinisian ulang (redefinisi)** terhadap surat-dokumen komersial dan non komersial sangat penting, terutama apabila dikaitkan dengan hak monopoli negara yang dilimpahkan kepada PT. Pos Indonesia.

Isu kedua yang cukup krusial adalah mengenai ketidakjelasan definisi pelayanan jasa *city courier* (antar dalam kota). Berbagai surat dan dokumen bisnis yang bersifat *one to many* lebih banyak terkait dengan kegiatan *city courier*. Karakter utama dari jasa *city courier* adalah pengantaran sampai ke penerima langsung (yang disertai dengan tanda terima) serta adanya jaminan dari perusahaan penyedia jasa apabila surat-dokumen yang diantar mengalami keterlambatan yang berpotensi merugikan baik penerima maupun pengirim. Apabila mengacu pada ketentuan regulasi pos, **tidak dapat ditemukan satu pun ketentuan yang mengatur mengenai jasa city courier**. Hal ini mengindikasikan bahwa regulasi pos yang berlaku sudah tidak

sesuai atau tidak mampu lagi mengikuti perkembangan dunia usaha, khususnya mengenai jasa pos dan logistik di Indonesia.

ANALISIS PERSAINGAN USAHA

Sebagaimana telah disebutkan di awal, baik jumlah pelaku usaha maupun omzet pasar dokumen ekspres cenderung mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Kondisi tersebut terlihat melalui grafik berikut ini.



Sumber: Diolah dari berbagai sumber

Dari sisi omzet pasar dokumen, dalam tiga tahun terakhir terjadi peningkatan nilai transaksi yang cukup signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa segmen dokumen bisnis merupakan lahan yang potensial secara ekonomis, paling tidak untuk beberapa tahun yang akan

datang. Dari sisi jumlah pelaku usaha, terdapat pertumbuhan jumlah pelaku usaha anggota Asperindo setiap tahun, walaupun di tahun 2006, pertumbuhannya relatif menurun dari tahun sebelumnya (2005 sebesar 14% menjadi 10% di tahun 2006).

Sementara posisi PT. Pos Indonesia masih merupakan *incumbent* dengan keunggulan di jaringan infrastruktur yang paling luas di Indonesia. Berikut adalah profil dari infrastruktur yang dimiliki oleh PT. Pos Indonesia pada tahun 2006.

Tabel Profil Infrastruktur PT Pos Indonesia, 2006

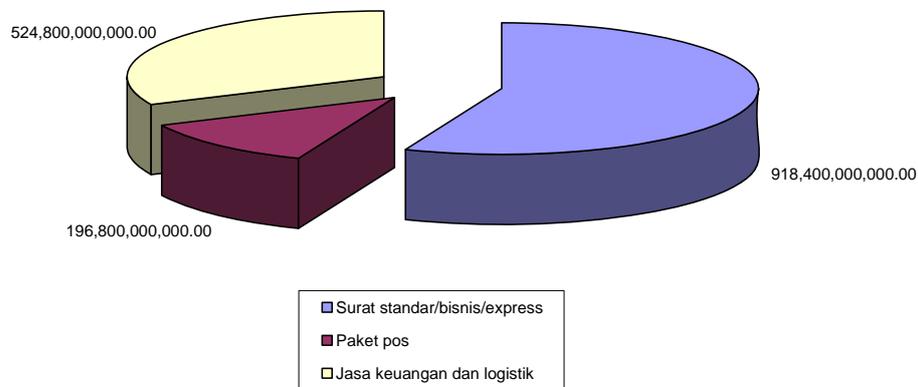
No	Alat Produksi PT Pos Indonesia	Unit
1	Kantor Pos di Ibukota Kabupaten/ Provinsi	1.044
2	Kantor Pos Kecamatan/ Desa	2.517
3	Loket extention	247
4	Pos keliling kendaraan roda 4	211
5	Pos keliling kendaraan roda 2	1.599
6	Layanan khusus keliling	1.810
7	Bis surat, kotakpos, tromolpos, petipos	99.497

Sumber: PT. Pos Indonesia

Chart berikut menggambarkan proporsi *revenue* PT. Pos Indonesia per tahun 2006 yang diklasifikasikan kedalam 3 golongan utama yaitu jasa surat/dokumen/paket, logistik dan jasa keuangan. Dari profil tersebut dapat terlihat bahwa pendapatan jasa surat/dokumen masih merupakan sumber pendapatan utama bagi PT. Pos Indonesia. Diversifikasi bisnis PT. Pos Indonesia yang telah dilakukan mampu untuk memberikan kontribusi yang signifikan terhadap *revenue* perusahaan, terutamanya berupa jasa keuangan. Apabila terus dikembangkan, tidak tertutup kemungkinan bahwa diversifikasi yang

dilakukan PT. Pos Indonesia akan terus meningkatkan proporsi pendapatan non surat-dokumen untuk tahun-tahun yang akan datang.

Komposisi Pendapatan PT. Pos Indonesia, 2006



Sumber: PT Pos Indonesia

Berdasarkan analisis baik terhadap profil Asperindo maupun PT. Pos Indonesia, terdapat paling tidak dua titik singgung antara kedua pihak yang merupakan segmen jasa layanan dokumen ekspres dan jasa logistik. Dalam segmen tersebut, terjadi persaingan yang diduga cukup ketat antara perusahaan jasa kurir swasta dengan PT. Pos Indonesia. Bentuk persaingan dapat berupa inovasi pelayanan serta tarif.

Ilustrasi bentuk persaingan dalam tarif antara perusahaan jasa kurir swasta dengan PT. Pos Indonesia dapat terlihat melalui tabel berikut:

Tabel

Pelayanan dan Tarif PT Pos Indonesia dan Perusahaan Swasta

Jenis	Keterangan	Sumber	Biaya	Waktu	Minimal Order
Billing Statement, PIN, dll	Normal	ASPERINDO	1.800 - 2.500	1 - 6 hari	> 10.000 / bln
	Urgent	ASPERINDO	2.500 - 4.000	1 - 2 hari	> 10.000 / bln
Kartu Kredit/ATM	Normal	ASPERINDO	4.500 - 7.000	1 - 4 hari	> 1.000 / bln
	Urgent	ASPERINDO	8.000 - 12.500	1 - 2 hari	> 500 / bln
Pos Express	Same Day	Pos Indonesia	12.500 - 14.000	1 hari	NA
	Next day before 10	Pos Indonesia	9.000 - 10.000	1 - 2 hari	NA
	Next day before 5	Pos Indonesia	5.000 - 5.500	1 - 2 hari	NA

Melalui tabel diatas, dapat terlihat bahwa bentuk persaingan paling ketat terjadi pada surat ekspres dalam berbagai kriteria. Untuk pengantaran normal (1-6 hari), perusahaan swasta menawarkan tarif antara Rp. 1.800 – 7.000 dengan minimal order sebanyak 10.000 surat per bulan. Sementara PT. Pos Indonesia menawarkan tarif antara Rp. 5.000 – 10.000 dengan waktu *delivery* maksimal 2 hari (minimal order tidak dapat diketahui).

Untuk *delivery* yang bersifat *urgent* atau pengiriman dalam 1 hari, perusahaan swasta menawarkan tarif antara Rp. 2.500 – 12.500 dengan minimal order sebesar 500 surat per bulan (kartu kredit, ATM, dll) dan atau 10.000 surat per bulan (*billing statement, PIN Number* dll). Sementara PT. Pos Indonesia memberikan tarif antara Rp. 12.500 – 14.000 untuk jasa pengiriman satu hari (minimal order tidak diketahui). Data tarif yang dikumpulkan dari PT. Pos Indonesia adalah tarif standar yang *publish* melalui *website*, artinya bukan tarif *nett*

yang penetapannya dilakukan berdasarkan negosiasi dengan konsumen. Dengan demikian, masih terbuka peluang bagi PT. Pos Indonesia untuk memberikan diskon kepada konsumen korporat apabila volume pengiriman relatif besar.

Selain melalui tarif, persaingan juga terjadi berupa inovasi dalam pelayanan. Perusahaan jasa kurir swasta memberikan servis berupa *report* pengiriman melalui MIS (*Management Information System*) dan atau email yang *diupdate* tiap hari atau melalui program yang memungkinkan konsumen memperoleh laporan secara *real time*. Selain hal tersebut, perusahaan jasa kurir swasta juga memberikan jaminan *delivery* dimana apabila terjadi kehilangan surat atau keterlambatan, maka perusahaan penyedia jasa kurir akan didenda oleh konsumen korporat. Fitur ini sangat signifikan terutama di kalangan keuangan-perbankan, dimana keterlambatan pengiriman *billing statement* dapat berakibat pada *late charges* yang dibebankan kepada konsumen akhir. Untuk ini, perusahaan jasa kurir bersedia memberikan jaminan penggantian denda dan kerugian lain (penyalahgunaan kartu kredit akibat salah kirim kartu atau nomor PIN dll) dalam kasus terjadi keterlambatan dan atau kehilangan surat dalam pengiriman.

Sementara PT. Pos Indonesia memberikan inovasi pelayanan yang terbagi atas dua bentuk yaitu *service level guarantee based (pre sorted first class mail)* dan *mailing room*. Dalam *service level*, PT. Pos Indonesia memberikan jaminan waktu pelayanan pengantaran (*time certain*), *system collecting* dan fitur *quick report*. Semua fasilitas tersebut diikat dalam bentuk perjanjian kerja resmi (*service level agreement*) antara PT. Pos Indonesia dengan konsumen korporat.

Inovasi kedua adalah *mailing room*, dimana pelayanan ini ditujukan untuk penanganan surat antar departemen (divisi) suatu perusahaan dalam 1 gedung, penanganan surat antar cabang dalam satu perusahaan dan penanganan surat antar perusahaan dalam 1 gedung yang sama.

Dalam hal ini, PT. Pos Indonesia memiliki keunggulan dimana jangkauan infrastrukturnya sangat luas dan mencakup sampai di tingkat kecamatan. Pihak penyedia jasa kurir swasta juga memiliki keunggulan yaitu tingkat fleksibilitas pelayanan serta kemampuan untuk memberikan jaminan terhadap ketepatan dan kecepatan pengantaran dokumen. Dari sisi persaingan, kondisi ini jelas akan menguntungkan konsumen dan perkembangan industri pos dan logistik ke depan. Berbagai bentuk persaingan tarif dan non tarif yang terjadi sekaligus menegaskan bahwa jasa pengiriman surat ekspres antar perusahaan maupun perusahaan dengan individu (*one to many*) merupakan bentuk pelayanan yang bersifat komersial dan tidak terkait dengan *Public Service Obligation* (PSO) dan atau hak monopoli oleh negara.

Berdasarkan kondisi yang ada, dengan menganalisis substansi Surat Edaran No. 01/SE/M/KOMINFO/1/2007, maka Surat Edaran ini bersifat menghambat persaingan (*lessening competition*), karena:

- Menghambat pelaku swasta jasa pos dan logistik (*entry barrier*) untuk melakukan aktivitas bisnisnya;
- Membatasi pilihan pengguna pos (konsumen BUMN/BUMD dan BUMS) hanya kepada PT. Pos Indonesia;
- Diskriminatif antara PT. Pos Indonesia dengan perusahaan jasa pos/logistik swasta.

SE No. 01/SE/M/KOMINFO/1/2007 bersifat *entry barrier* karena jelas akan menutup peluang usaha bagi perusahaan swasta penyedia jasa kurir, terutama untuk segmen dokumen ekspres. Dalam hal ini, SE akan berpotensi mengarah pada penyingkiran pesaing keluar dari pasar (*market foreclosure*). Selain *entry barrier*, surat edaran juga akan membatasi pilihan bagi pengirim atau pengguna jasa pos. Tersedianya alternatif pilihan bagi konsumen merupakan salah satu manfaat dari persaingan usaha. Dengan adanya alternatif pilihan, maka konsumen dapat melakukan *assessment* terhadap berbagai pilihan yang tersedia berikut perbandingan jasa dan tarif yang ditawarkan. Hanya dalam kondisi tersebut, konsumen akan dapat menetapkan pilihan yang terbaik berdasarkan preferensinya masing-masing. Mengurangi alternatif pilihan, hanya kepada satu perusahaan (dalam hal ini PT. Pos Indonesia) jelas bersifat antikompetitif sekaligus akan merugikan kepentingan konsumen selaku pengguna jasa pos. Surat edaran juga bersifat diskriminatif, karena dalam hal pengantaran surat-dokumen ekspres, terdapat perlakuan yang *unequal* terhadap pelaku usaha tertentu yaitu PT. Pos Indonesia dibanding perusahaan jasa kurir swasta lainnya. Efek diskriminatif jelas akan berdampak negatif atau merugikan persaingan serta perkembangan iklim usaha jasa pos dan logistik ke depan.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa tatanan regulasi tentang pos di Indonesia sudah tidak relevan dengan perkembangan dunia usaha. Hal tersebut paling tidak dapat terlihat dari kerancuan definisi surat dan barang cetakan serta ketidakmampuan regulasi dalam mengantisipasi perkembangan dan

inovasi jasa berupa *city courier*. Kondisi tersebut melatarbelakangi polemik yang muncul akibat adanya SE No. 01/SE/M/KOMINFO/1/2007 yang muncul pada awal tahun 2007 lalu. Dalam perspektif persaingan, SE No. 01/SE/M/KOMINFO/1/2007 jelas bersifat antikompetitif dan dikhawatirkan akan memukul pertumbuhan industri pos dan logistik di Indonesia.

Kondisi PT Pos Indonesia yang saat ini sangat memprihatinkan sudah menjadi fakta di lapangan. Namun perlu disadari bahwa solusi untuk meningkatkan kinerja PT Pos Indonesia tidak harus melalui kebijakan yang cenderung bertentangan dengan prinsip-prinsip persaingan usaha yang sehat. Kebijakan anti persaingan tersebut bahkan dapat memperburuk kinerja sektor jasa pos dan logistik secara keseluruhan. Dalam hal ini, perlu adanya program revitalisasi yang komprehensif terhadap PT. Pos Indonesia untuk perbaikan serta peningkatan kinerja operasional dan pelayanan.

Dibutuhkan dukungan penuh Pemerintah, baik melalui kebijakan maupun hal-hal lain terutama terkait dengan penugasan PT Pos Indonesia yang tidak memiliki nilai ekonomis (komersial) yang biasanya terwujud dalam bentuk *public service obligation* (PSO). Sementara untuk kegiatan komersial, sudah selayaknya manajemen PT. Pos Indonesia diberikan fleksibilitas untuk menetapkan berbagai kebijakan operasional dan strategis, seperti diantaranya adalah penetapan tarif layanan komersial dan inovasi produk dan jasa kepada konsumen komersial. Hal ini sejalan dengan status PT. Pos Indonesia (Persero) yang salah satu tujuannya adalah mencari keuntungan (*profit center*).

Dengan demikian, diperlukan adanya reformasi regulasi pos dengan menuju tatanan regulasi yang lebih akomodatif terhadap perkembangan dunia usaha jasa pos dan logistik serta iklim persaingan usaha. Reformasi regulasi yang diawali dari amandemen UU No 6 Tahun 1984 merupakan langkah strategis dan paling tepat untuk mengatasi berbagai macam polemik yang timbul dalam industri pos dan logistik belakangan ini. Penyesuaian regulasi tersebut harus juga tercermin pada berbagai kebijakan yang diterbitkan pemerintah untuk waktu yang akan datang.

Diharapkan Pemerintah dan pihak legislatif dapat mempercepat proses amandemen draft Rancangan Undang-Undang Perposan untuk mengurangi unsur ketidakpastian bagi pelaku usaha dan bagi *stakeholder* lainnya. Selama proses pembahasan draft RUU Perposan, pemerintah atau dalam hal ini Menkominfo dapat meninjau ulang substansi SE Menkominfo No. 01/SE/M/Kominfo/1/2007 agar tetap sesuai dengan koridor persaingan usaha yang sehat. Selain hal tersebut, program revitalisasi PT. Pos Indonesia dapat dirumuskan dan diimplementasikan dalam waktu dekat.

--oo00oo--