

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Demi mencapai efisiensi dan efektivitas atas penggunaan sumber daya masyarakat dan perlindungan kepentingan konsumen maka diperlukan sebuah kebijakan pengaturan persaingan usaha. Kebijakan ini dilakukan melalui mekanisme pengawasan terhadap struktur pasar serta perilaku pasar dengan menjaga kepentingan umum sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Pengaturan persaingan usaha dimaksud untuk memberikan jaminan kepastian hukum dan perlindungan terhadap setiap pelaku usaha dalam melaksanakan kesempatan usaha. Cara yang ditempuh dengan mencegah timbulnya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, serta mengharapkan iklim usaha yang kondusif secara wajar dan sehat.¹

Harapan terlaksananya pencegahan tersebut maka Negara Indonesia menetapkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (selanjutnya disebut dengan UU Kompetisi Nomor 5 Tahun 1999). Dengan adanya penetapan maka secara tidak langsung masyarakat pelaku usaha dipaksa untuk menaati dan tidak melanggar demi tujuan yang sudah diputuskan. Peraturan ini berasaskan kepada demokrasi

¹ Tri Anggraini, *Hukum Persaingan Usaha*, (Malang: Setara Press, 2013), hal. 137

ekonomi² dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dengan kepentingan umum yang bertujuan untuk menjaga kepentingan umum dan melindungi konsumen serta mencegah adanya praktek monopoli dalam rangka meningkatkan ekonomi nasional.³

Berdasarkan tujuan dan asas yang berlaku dari UU Kompetisi Nomor 5 Tahun 1999 maka diperlukannya Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (selanjutnya disebut dengan KPPU). KPPU adalah komisi yang dibentuk untuk mengawasi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya agar tidak melakukan monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. KPPU ini bertugas sebagai penilai, penyidik, penuntut dan juga sekaligus sebagai pengadilan.⁴

Dalam mendukung hal diatas maka harus dilakukannya hubungan bisnis. Hubungan tersebut dilakukan karena memiliki kepentingan dan tujuan untuk saling mencari keuntungan satu dengan yang lain. Hal ini tentu mempunyai karakteristik yaitu dengan saling menguntungkan untuk beberapa pihak. Selain itu pun dapat mengejar pangsa pasar, memperbesar kapasitas, hingga mempersempit ruang gerak pesaing. Pelaku usaha ini pun terdiri dari dua tipe, dalam bentuk kooperatif maupun non kooperatif. Pertama, perilaku yang bersifat nonkooperatif mengacu pada tindakan perusahaan yang mencoba meningkatkan profit mereka dengan meningkatkan posisi relatifnya terhadap pesaing. Mereka tidak melakukan kerja sama satu sama lain. Perilaku jenis ini biasanya meningkatkan profit satu

² Demokrasi ekonomi adalah produksi dikerjakan oleh semua masyarakat dan untuk semua di bawah pimpinan atau pemilihan anggota-anggota masyarakat. Demokrasi ekonomi Indonesia menerapkan Demokrasi Ekonomi Pancasila.

³ Tri Anggraini, Op Cit., hal. 1

⁴ Pasal 35 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

perusahaan dan menurunkan profit perusahaan pesaingnya. Kedua, perilaku strategis yang bersifat kooperatif diciptakan untuk mengubah kondisi pasar sehingga memudahkan semua perusahaan untuk berkoordinasi dan membatasi respon pesaing mereka. Bentuk perilaku kooperatif ini mampu meningkatkan profit semua perusahaan yang bermain di pasar dengan meminimalisir persaingan. Pada bagian ini akan ditekankan pada pembahasan mengenai perilaku penentuan harga.⁵

Dari hubungan bisnis ini terdapat 2 (dua) macam hubungan interaksi kegiatan usaha yaitu hubungan horizontal dan hubungan vertikal. Hubungan horizontal dimaksud dengan dua perusahaan yang saling bersaing melakukan strategi bersama yang berkaitan dengan harga, alokasi pasar dan penetapan produksi. Sedangkan hubungan vertikal yaitu hubungan yang dapat meningkatkan efisiensi dan dapat juga menghambat persaingan di antara pemasok dan pelanggan dengan membuat perjanjian timbal balik di antara mereka. Kedua hubungan tersebut akan memiliki perilaku pada pelaku usaha yang telah dijelaskan diatas dengan berbagai macam efek.⁶

Masa globalisasi dan pasar bebas dapat membawa pengaruh bagi berkembangnya kegiatan perdagangan baik nasional maupun internasional, hal ini ditandai dengan bertambah luasnya bidang-bidang usaha untuk berpartisipasi dalam pemasaran barang dan/atau jasa. Dimana perusahaan yang sudah ada menitikberatkan pada sektor produksi barang dan/atau jasa yang mulai beralih

⁵ Andi Fahmi, dkk, *Hukum Persaingan Usaha* (Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2017), hal. 58

⁶ Peraturan Komisi No. 7 Tahun 2009 tentang Pedoman Pelaksanaan Pasal 26 tentang Jabatan Rangkap, hal. 5

pada bidang yang mempunyai sifat atau karakteristik khusus. Bidang usaha tersebut adalah sebuah perantara antara perusahaan atau supplier barang dan/atau jasa dengan konsumen atas dasar sistem keagenan dan distributor dalam kegiatan pemasaran barang.⁷ Hubungan diatas merupakan bisnis secara vertikal yang menjadi sorotan bagi penelitian ini, dimana terjadi dalam dua perusahaan atau lebih yang bergerak di bidang usaha yang berbeda namun memiliki keterkaitan yang erat dalam bidang atau jenis usaha. Contohnya dalam proses produksi suatu barang dari pasar hulu sampai ke pasar hilir. Perusahaan produsen dengan perusahaan pemasok bahan baku atau dengan perusahaan distributor atau agen terdapat seorang menjadi direksi di perusahaan produsen dan orang yang sama menjadi komisaris pada perusahaan pemasok bahan baku atau pada perusahaan distributor atau agen.⁸

Tindakan dalam peraturan persaingan usaha ini meliputi Pelaku Usaha yang artinya adalah “setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau 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.”⁹ Pelaku Usaha ini dapat digambarkan sebagai rantai dalam melakukan tindakan persaingan usaha yaitu meliputi produsen, supplier besar (distributor), supplier kecil (agen), dan *retailer*. Kondisi kesehatan persaingan usaha diperankan oleh keempat pelaku usaha yang saling

⁷ Badan Pembinaan Hukum Nasional, “Laporan Pengkajian tentang Beberapa Aspek Hukum Perjanjian Keagenan dan Distribusi”. Departemen Kehakiman, 1992, hal. 1

⁸ Andi Fahmi, dkk, *Op Cit.*, hal. 256

⁹ Pasal 1 ayat 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

berkesinambungan untuk melaksanakan setiap usaha yang dimiliki masing-masing pelaku usaha. Suatu produk tidak mungkin berada ditangan konsumen apabila tidak terdapat rantai pelaku usaha ini.¹⁰

Dalam mendukung kegiatan persaingan usaha yang berkaitan yaitu adanya kegiatan produksi, distribusi, serta konsumsi. Kegiatan produksi ini dilakukan oleh produsen yang merupakan proses menghasilkan barang atau jasa dengan biaya produksi sekecil-kecilnya untuk memenuhi permintaan konsumen.¹¹ Setelah produk sudah tersedia maka ada kegiatan distribusi yang dilakukan oleh distributor guna menyalurkan barang atau jasa dengan waktu dan biaya angkut pengiriman yang ada serta dilengkapi dengan pelayanan yang baik.¹² Selanjutnya produk atau barang atau jasa yang telah dikirimkan akan dikonsumsi oleh konsumen demi mencapai kepuasan yang sebesar-besarnya.¹³ Kegiatan ketiganya merupakan hal yang mendukung adanya persaingan usaha.

Peran distributor disini diartikan sebagai perusahaan perdagangan nasional yang bertindak untuk dan atas namanya sendiri berdasarkan perjanjian yang melakukan pembelian, penyimpanan, penjualan serta pemasaran barang dan/atau jasa yang dimiliki atau dikuasai.¹⁴ Berdasarkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 23/MPP/Kep/1/1998 yang memposisikan distributor sebagai badan usaha yang bertindak atas namanya sendiri yang ditunjuk oleh pabrik atau

¹⁰ Andi Fahmi, dkk, *Op Cit.*, 63.

¹¹ Prathama Rahardja, *Pengantar Ilmu Ekonomi* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008), hal. 96

¹² *Ibid.*, hal. 125

¹³ *Ibid.*, hal. 74

¹⁴ Departemen Perdagangan, *Peraturan Menteri Perdagangan tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Agen atau Distributor Barang dan/atau Jasa*, *Permendagri No.11/M-DAG/PER/3/2006*, pasal 1 angka 4-5.

pemasok.¹⁵ Barang dan/atau jasa yang diperoleh distributor adalah hasil pembeliannya sendiri terhadap principal atau pemasok dan kemudian dijual kembali kepada para konsumen di dalam wilayah yang diperjanjikan oleh principal. Segalau akibat hukum dan perbuatannya menjadi tanggung jawab distributor sendiri.¹⁶

Dari segala peran pelaku usaha, terdapat parameter persaingan yang jauh lebih penting diperhatikan dibandingkan hal lainnya dalam perkembangan yang terjadi. Pendekatan terhadap elastisitas permintaan dan penawaran dapat dilakukan melalui analisis preferensi konsumen, dengan menggunakan beberapa parameter utama sebagai alat yaitu harga, karakter, kegunaan, layanan berkelanjutan setelah pembelian, dan lainnya. Hal tersebut dapat memberikan informasi yang valid dan komprehensif mengenai persaingan usaha.¹⁷

Kegiatan tersebut didasari dengan pendukung awal dari persaingan usaha yang menjadi pusat dari setiap produk yaitu harga. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan dari penjualan produk barang atau jasa. Harga juga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan produk itu. Hal itu pun menjadi faktor penting dalam mempengaruhi pemasaran produk dimana harga yang terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan

¹⁵ Departemen Perindustrian dan Perdagangan, *Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan tentang Lembaga-lembaga Usaha Perdagangan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia, Kepmen Perindustrian dan Perdagangan No. 23//MPP/Kep/1/1998*, Pasal 1 angka 9.

¹⁶ I Ketut Oka Setiawan, *Lembaga Keagenan dalam Perdagangan dan Pengaturannya di Indonesia*, (Jakarta: Ind-Hill-Co, 1996), hal. 21

¹⁷ KPPU, *Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 3 Tahun 2009*, hal. 13-15

akan menurut namun jika sebaliknya harga yang terlalu rendah maka akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan.¹⁸

Namun dibalik itu semua harus terdapat kualitas yang memuaskan. Banyak produk yang dapat merebut hati konsumen walaupun memiliki harga jual yang tinggi. Hal tersebut disebabkan oleh teknologi yang canggih, memiliki inovasi dalam kebutuhan konsumen, penerapan teknologi yang tepat, serta kemampuan dalam prosedur penggunaannya. Konsumen akan berani membayar mahal produk ini apabila diiringi dengan kualitas barang yang tidak tertandingi.¹⁹

Sebagai contoh dimana terdapat suatu perusahaan asing yang sedang memperluas usahanya di Indonesia dan sudah memiliki beberapa distributor di satu lokasi. Saat ini perusahaan itu mempunyai perwakilan di Indonesia serta memberikan perjanjian kepada distributornya untuk tidak menjual produk tersebut dibawah harga yang ditentukan, apabila terdapat distributor yang melanggar keputusan itu akan diberikan sanksi sesuai dengan perjanjian. Sesungguhnya hal ini disebut dengan *Resale Price Maintenance* atau disebut RPM yang mengatur harga sesuai hubungan bisnis vertikal. Tentunya terdapat keuntungan dan kerugian yang dimiliki namun tetap saja melanggar peraturan yang ada. Banyak sisi yang dapat dilihat dalam penelitian ini dimana bukan saja dilihat dengan kacamata hukum tapi dengan kacamata ekonomi bisnis.

Masalah penetapan harga RPM diatur dalam Pasal 8 yang menyatakan:

¹⁸ Phillip Areeda, *Antitrust Analysis, Problems, Text, Cases* (Canada: John Willey & Sons Inc, 1983), hal. 13-14

¹⁹ Knud Hansen et al, *Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat* (Media Service Katalis, 2002) hal. 6

“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa penerima barang dan atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang dan atau jasa yang diterimanya, dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.”²⁰

Cara menentukan adanya pelanggaran atau tidak maka diperlukan pengukuran dampak ekonomi yang diakibatkan oleh pelaku usaha tersebut. Hal ini sejalan dengan teori ekonomi yang mencakup bahwa perilaku Penetapan Minimum Harga Jual Kembali atau RPM dapat memiliki dampak positif dan/atau negatif. Mengingat rumitnya penerapan ketentuan ini maka diperlukan pemahaman mendalam baik dari sisi hukum normatif atau analisis ekonomi. Demi mencapai pemahaman yang baik dalam melakukan analisa kegiatan tersebut sehingga tercipta pemahaman yang selaras antara KPPU dan pelaku usaha dalam menilai kegiatan ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut di atas dapat dirumuskan pokok permasalahan penelitian sebagai berikut:

1.2.1. Bagaimana alasan dan sebab akibat penetapan harga jual kembali (*Resale Price Maintenance*) RPM dalam hubungan bisnis vertikal?

1.2.2. Bagaimana suatu perjanjian Harga Jual Kembali atau (*Resale Price Maintenance*) RPM dinyatakan sebagai *per se illegal* atau

²⁰ Pasal 8 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

diperbolehkan berdasarkan pendekatan *rule of reason* berdasarkan UU No. 5 Tahun 1999 tentang Kompetisi?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1.3.1 Untuk mengetahui alasan dan sebab akibat penetapan harga jual kembali (*Resale Price Maintenance*) RPM dalam hubungan bisnis vertikal.
- 1.3.2 Untuk mengetahui serta memahami suatu perjanjian Harga Jual Kembali atau (*Resale Price Maintenance*) RPM dinyatakan sebagai *per se illegal* atau diperbolehkan berdasarkan pendekatan *rule of reason*.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan hasilnya dapat memberikan manfaat teoritis dan praksis yaitu:

- 1.4.1 Secara teoritis diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau kontribusi bagi perkembangan ilmu hukum pada umumnya, khususnya dalam bidang Hukum Persaingan Usaha mengenai penetapan harga.
- 1.4.2 Secara praksis diharapkan dapat memberikan masukan bagi pemerintah dalam mengembangkan peraturan yang berkaitan dengan persaingan usaha serta memberikan acuan bagi KPPU dalam memutuskan putusan berkaitan dengan penetapan harga di masa yang akan datang.

1.5. Sistematika Penelitian

Dalam memudahkan pembaca mengenai pembahasan materi karya tulis ini, penulis akan menguraikan secara singkat bab demi bab guna memberikan gambaran yang lebih jelas terhadap arah pembahasan. Sistematika penulisan penelitian ini dibagi menjadi lima bab yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi pendahuluan yang terbagi menjadi lima bagian yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Bab ini akan memuat mengenai teori-teori hukum yang akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah. Penulis membaginya menjadi dua sub bahasan yaitu landasan teori dan landasan konseptual. Dalam landasan teori diuraikan secara garis besar mengenai metode penetapan harga, hubungan bisnis vertikal, perilaku strategi penentuan harga, penerapan pendekatan dalam hukum persaingan. Penulis menguraikan pula mengenai perjanjian yang dilarang dalam penetapan harga hingga melancip terhadap RPM (*resale price maintenance*). Selanjutnya dalam landasan konseptual diuraikan pengertian mengenai hal-hal terkait dengan penetapan harga jual kembali agar tidak terjadi perluasan makna atau penyimpangan dalam penulisan skripsi ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai pengertian metode penelitian. Dalam bab ini, penulis akan menjelaskan mengenai jenis penelitian yang digunakan, serta prosedur pengumpulan bahan penelitian, baik bahan hukum primer, maupun bahan hukum sekunder. Selanjutnya penulis akan membahas mengenai teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Dalam bab hasil penelitian, penulis menguraikan dua hal penting yang relevan dengan permasalahan yaitu menganalisis mengenai alasan dan dampak penetapan harga jual kembali dengan pernyataan penetapan harga jual kembali RPM (*resale price maintenance*) sebagai pendekatan *per se illegal* atau diperbolehkan berdasarkan pendekatan *rule of reason*.

BAB V KESIMPULAN & SARAN

Bab ini menguraikan mengenai dari kesimpulan dan saran. Dimana kesimpulan ini menyimpulkan mulai dari Bab I sampai Bab IV. Selain itu, penulis juga akan memberikan saran yang relevan dengan permasalahan.