

## *Jurist-Diction*

Volume 2 No. 1, Januari 2019

Article history: Submitted 2 December 2018; Accepted 6 January 2019; Available online 27 January 2019

### **ANALISA YURIDIS PERJANJIAN TERTUTUP DAN KEGIATAN MONOPOLI OLEH PT. FORISA NUSAPERSADA**

**Nanda Cahyaning Din**

nandacahyaningdin@gmail.com

Universitas Airlangga

**Abstract**

*In trading transaction there is a business competition, consist of fair competition and unfair competition. Unfair competition happen if the businessman do the competition with unfair way. One of the example is case of terms made by PT. Forisa Nusapersada in Internal Office Memo Number 15/IOM/MKT-DB/XII/2014, these are display of pop ice product exclusivity and doesn't sell similar product from competitor for keep market leader of PT. Forisa Nusapersada in the amount of 92% that potentially causes monopolistic practice as form of dominant position abuse, that is exclusive agreement causes interbrand barrier because the barrier happen to competitor of PT. Forisa Nusapersada in the same relevant market. In this case need a follow up from KPPU to the violate allegation because KPPU's decision number 14/KPPU-L/2015 doesn't apply article 15 and 17 of Indonesia's Law number 5 of 1999 also KPPU has competence to solve the case from their own initiative.*

**Keywords:** *Business Competition Law; Exclusive Agreement; Monopolistic Practice.*

**Abstrak**

Dalam transaksi perdagangan tentu terdapat suatu persaingan usaha, yaitu persaingan usaha sehat maupun persaingan usaha tidak sehat. Persaingan usaha tidak sehat terjadi apabila pelaku usaha melakukan persaingan dengan cara yang curang. Salah satu contoh adanya persaingan usaha tidak sehat, yaitu kasus penetapan persyaratan oleh PT. Forisa Nusapersada dalam Internal Office Memo No. 15/IOM/MKT-DB/XII/2014 berupa mendisplay produk pop ice secara eksklusif dan tidak menjual produk sejenis dari pelaku usaha pesaing dengan tujuan untuk mempertahankan market leader yang dimilikinya sebesar 92% yang berpotensi terdapat kegiatan monopoli sebagai bentuk penyalahgunaan posisi dominan berupa perjanjian tertutup yang menimbulkan hambatan interbrand karena hambatan terjadi terhadap pelaku usaha pesaing PT. Forisa Nusapersada yang berada dalam pasar bersangkutan yang sama. Dalam hal ini perlu adanya penindaklanjutan secara tegas oleh KPPU terhadap dugaan pelanggaran tersebut mengingat dalam Putusan KPPU No. 14/KPPU-L/2015 tidak diterapkan pasal 15 dan 17 UU Nomor 5 Tahun 1999 serta KPPU memiliki wewenang untuk memutus perkara atas inisiatifnya sendiri.

**Kata Kunci:** Hukum Persaingan Usaha; Perjanjian Tertutup; Kegiatan Monopoli.

**Pendahuluan**

Indonesia merupakan negara yang dapat dikatakan sebagai salah satu kawasan perdagangan dunia atau internasional karena keunikan letak geografisnya yang melewati titik silang perdagangan dunia. Melihat kondisi Negara Indonesia tersebut, maka tidak heran bahwa ilmu ekonomi menjadi perhatian negara ini.

Dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan ilmu ekonomi tentu terdapat dasar yang menjadi acuan pelaksanaan kegiatan tersebut berupa prinsip ekonomi. Untuk menerapkan prinsip ekonomi ini tentu membutuhkan sarana atau alat yang mampu memaksimalkan penerapan prinsip ini secara legal. Sarana atau alat yang dimaksud merupakan hukum dalam bentuk peraturan perundang-undangan agar penerapan prinsip ekonomi memiliki kekuatan mengikat bagi masyarakat sehingga berjalan maksimal. Selain itu keterkaitan antara ilmu ekonomi dan ilmu hukum juga dapat dilihat bahwa ilmu ekonomi berguna sebagai ilmu yang mampu menganalisis sebelum hukum ditegakkan, salah satu contohnya, yakni hukum persaingan usaha.

Hukum persaingan usaha merupakan ilmu hukum yang tidak hanya mengatur mengenai keberlakuan hukum tetapi juga mengatur transaksi ekonomi seperti perdagangan. Hal tersebut dapat dilihat pada pasal 3 UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang menyatakan bahwa tujuan pembentukan undang-undang ini adalah untuk:

- a. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- b. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil;
- c. Mencegah praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha; dan
- d. Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Jika diperhatikan pada pasal 3 poin a UU Nomor 5 Tahun 1999 tersebut, maka telah jelas bahwa terdapat keterkaitan antara ilmu ekonomi dan ilmu hukum dalam hukum persaingan usaha.

Hukum persaingan usaha merupakan hukum yang berkaitan dengan kegiatan pelaku usaha di suatu pasar yang kegiatan pelaku usaha ketika berinteraksi tersebut dilandasi atas motif-motif ekonomi.<sup>1</sup> Jika melihat pengertian hukum persaingan

---

<sup>1</sup> Andi Fahmi Lubis, [et., al.], *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks & Konteks*, (ROV Creative Media 2009). [21].

usaha tersebut, maka dapat dikatakan bahwa dalam memahami hukum persaingan usaha tidak hanya mempelajari bagaimana pemberlakuan hukum terhadap persaingan usaha tetapi juga harus mempelajari konsep dasar ataupun teori-teori dalam ilmu ekonomi. Pengaturan hukum persaingan usaha tertuang dalam UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Dalam hukum persaingan usaha digunakan dua jenis pendekatan, yaitu pendekatan *per se illegal* yang ditentukan dengan pernyataan “dilarang” dalam bunyi pasal UU Nomor 5 Tahun 1999 sedangkan pendekatan *rule of reason* ditentukan dengan pernyataan “yang dapat mengakibatkan” dan/atau “patut diduga”, dari pernyataan tersebut, maka dapat dilihat bahwa suatu pasal dengan pendekatan rule of reason diperlukan adanya pembuktian atas dugaan terjadinya persaingan usaha tidak sehat misalnya, menganalisis berapa persen pangsa pasar yang dikuasai oleh suatu pelaku usaha guna membuktikan adanya unsur kegiatan monopoli atau tidak.

Salah satu contohnya, yakni dalam kasus yang melibatkan PT. Forisa Nusapersada dengan kios minuman yang menerima pasokan darinya. Kasus tersebut diawali dengan dikeluarkannya *Internal Office Memo* No. 15/IOM/MKT-DB/XII/2014 tentang Program Program Pop Ice The Real Ice Blender oleh PT. Forisa Nusapersada.<sup>2</sup> Program Pop Ice The Real Ice Blender yang tercantum dalam memo tersebut memiliki tiga program antara lain Program Bantuan Tukar (BATU) Kios Minuman, Program Display Kios Minuman, dan Program Display Toko Pasar. Untuk mengikuti program tersebut, PT. Forisa Nusapersada menetapkan persyaratan berupa tidak menjual dan tidak mendisplay produk kompetitor dengan menandatangani Surat Perjanjian Kontrak Display Pop Ice bagi kios minuman yang mengikuti program. Dalam *Internal Office Memo* tersebut juga tercantum bahwa PT. Forisa Nusapersada menguasai 92% pangsa pasar minuman olahan serbuk berperisa buah yang mengandung susu dalam kemasan sachet dan program tersebut diadakan untuk mempertahankan market leader yang dimilikinya. Tindakan tersebut

---

<sup>2</sup> Putusan KPPU Nomor 14/KPPU-L/2015 perihal Dugaan Pelanggaran Pasal 19 huruf (a) dan (b) dan Pasal 25 ayat 1 huruf (a) dan (c) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang dilakukan oleh PT. Forisa Nusapersada.

memiliki kemungkinan dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dalam pangsa pasar minuman olahan serbuk berperisa buah yang mengandung susu dalam kemasan sachet di Indonesia. UU No. 5 Tahun 1999 memberikan tiga indikator untuk menyatakan terjadinya persaingan usaha tidak sehat, yaitu:<sup>3</sup>

1. Persaingan usaha yang dilakukan secara tidak jujur
2. Persaingan usaha yang dilakukan dengan cara melawan hukum
3. Persaingan usaha yang dilakukan dengan cara menghambat terjadinya persaingan di antara pelaku usaha.

Berdasarkan latar belakang, isu hukum yang muncul adalah penerapan pasal 15 ayat (3) dan pasal 17 UU Nomor 5 Tahun 1999 dalam putusan KPPU Nomor 14/KPPU-L/2015 berdasarkan data berupa penetapan persyaratan dalam program Pop Ice The Real Ice Blender dan besarnya presentase penguasaan pasar pada periode Bulan November 2014 sampai Bulan Juli 2015 yang melebihi 50% (lima puluh persen) dalam pangsa pasar Minuman Olahan Serbuk Berperisa Buah yang Mengandung Susu dalam Kemasan Sachet oleh produk Pop Ice milik PT. Forisa Nusapersada.

### **Pengertian Perjanjian Tertutup dan Kegiatan Monopoli**

*Exclusive agreement* (perjanjian tertutup) merupakan perjanjian antara pelaku usaha selaku pembeli dan penjual untuk melakukan kesepakatan secara eksklusif yang dapat berakibat menghalangi dan menghambat pelaku usaha lain untuk melakukan kesepakatan yang sama, salah satunya dengan penetapan harga.<sup>4</sup> Dalam UU nomor 5 tahun 1999, perjanjian tertutup diatur dalam pasal 15 yang menyatakan bahwa:

- (1) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa pihak yang menerima barang dan atau jasa hanya akan memasok atau tidak memasok kembali barang dan atau jasa tersebut

---

<sup>3</sup> Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha*, (Raja Grafindo Persada 2010).[17].

<sup>4</sup> Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 5 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 15 (Perjanjian Tertutup) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

kepada pihak tertentu dan atau pada tempat tertentu.

- (2) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pihak lain yang memuat persyaratan bahwa pihak yang menerima barang dan atau jasa tertentu harus bersedia membeli barang dan atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok.
- (3) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian mengenai harga atau potongan harga tertentu atas barang dan atau jasa, yang memuat persyaratan bahwa pelaku usaha yang menerima barang dan atau jasa dari pelaku usaha pemasok:
  - a. harus bersedia membeli barang dan atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok; atau
  - b. tidak akan membeli barang dan atau jasa yang sama atau sejenis dari pelaku usaha lain yang menjadi pesaing dari pelaku usaha pemasok.<sup>5</sup>

Secara teoritis, suatu industri dikatakan berstruktur monopoli bila hanya ada satu pelaku usaha/produsen saja tanpa memiliki pesaing langsung dan tidak langsung.<sup>6</sup> Namun dalam perkembangannya pengertian monopoli dengan satu penjual sudah tidak relevan lagi, pengertian monopoli saat ini lebih mengarah pada pengertian dari sisi perilaku.<sup>7</sup> Meskipun di dalam suatu pasar atau industri terdapat beberapa pelaku usaha, tetapi jika ada satu pelaku usaha yang memiliki perilaku seperti monopoli maka dapat dikatakan pelaku usaha tersebut memiliki posisi monopoli.<sup>8</sup> Jika melihat penjelasan di atas, maka pelaku usaha yang memiliki posisi dominan juga dapat dikatakan memiliki posisi monopoli. Hal ini dikarenakan pelaku usaha yang memiliki posisi dominan tetap memiliki pelaku usaha pesaing walaupun bukan pelaku usaha pesaing berarti dan bukan menjadi satu-satunya pelaku usaha pada suatu pasar tertentu serta pelaku usaha yang memiliki posisi dominan juga memiliki kemungkinan untuk berperilaku monopoli karena memiliki presentase penguasaan pangsa pasar yang paling tinggi diantara pelaku usaha pesaingnya sebagaimana diatur dalam pasal 1 huruf d UU Nomor 5 Tahun 1999. Penjelasan ini tercantum dalam Peraturan KPPU Nomor 11 Tahun 2011 yang menyatakan bahwa posisi dominan yang dimiliki pelaku usaha juga merupakan bentuk lain dari

---

<sup>5</sup> Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

<sup>6</sup> Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha tentang Nomor 11 Tahun 2011 tentang Penentuan Pasal 17 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

<sup>7</sup> *ibid.*

<sup>8</sup> *ibid.*

pengertian posisi monopoli<sup>9</sup>. Selain itu juga tercantum dalam Peraturan KPPU Nomor 6 Tahun 2010 yang menyatakan bahwa perusahaan dengan posisi dominan pada hakekatnya identik dengan memiliki kekuatan monopoli.<sup>10</sup>

Pengertian monopoli dalam pasal 17 UU Nomor 5 Tahun 1999 dinyatakan bahwa:

- (1) Pelaku usaha dilarang melakukan penguasaan atau produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
- (2) Pelaku usaha patut diduga atau dianggap melakukan penguasaan atau produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) apabila:
  - a. barang dan atau jasa yang bersangkutan belum ada substitusinya; atau
  - b. mengakibatkan pelaku usaha lain tidak dapat masuk ke dalam persaingan usaha barang dan atau jasa yang sama; atau
  - c. satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50% (lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

Dari definisi menurut undang-undang tersebut, maka dapat dilihat bahwa monopoli bukanlah kejahatan atau bertentangan dengan hukum, jika diperoleh melalui cara-cara yang tidak melanggar hukum.<sup>11</sup> Oleh karena itu yang dilarang adalah perbuatan-perbuatan dari perusahaan yang mempunyai monopoli untuk menggunakan kekuatannya di pasar bersangkutan.<sup>12</sup> Dengan kata lain yang dilarang oleh UU Nomor 5 Tahun 1999 adalah praktek monopoli sebagai bentuk penyalahgunaan posisi dominan atau posisi monopoli.

### **Pemenuhan Perjanjian Tertutup Yang Dilakukan Oleh PT. Forisa Nusapersada Terhadap Pasal 15 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999**

Terkait penetapan persyaratan yang dilakukan PT. Forisa Nusapersada berdasarkan Internal Office Memo No. 15/IOM/MKT-DB/XII/2014 berupa mendisplay produk pop ice secara eksklusif dan tidak menjual produk sejenis dari pelaku usaha pesaing PT. Forisa Nusapersada sebagai persyaratan jika kios

---

<sup>9</sup> *ibid.*

<sup>10</sup> Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2010 tentang Pedoman Pasal 25 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

<sup>11</sup> Andi Fahmi Lubis, [et al.]. *Op.Cit.* [127].

<sup>12</sup> *ibid.*

minuman ingin mengikuti program Pop Ice The Real Ice Blender. Terlihat jika penetapan persyaratan tersebut memenuhi pasal 15 ayat (3) huruf b UU Nomor 5 Tahun 1999 mengenai perjanjian tertutup dalam hal potongan harga.

Hal ini dikarenakan dalam salah satu program Pop Ice The Real Ice Blender berupa program Bantuan Tukar (BATU) ditentukan bahwa kios minuman yang memiliki produk sejenis dengan produk pop ice yang merupakan sisa dari penjualannya yang terdiri dari 1 renteng atau kurang dari 1 renteng (minimal 5 sachet) dapat ditukar dengan 1 renceng produk pop ice dan 1 renceng produk pop ice coklat sebagai hadiah. Dari ketentuan tersebut dapat dilihat terdapat potongan harga yang diterima oleh kios minuman, yaitu potongan harga diperoleh dari selisih antara harga 1 renceng pop ice yang diberikan oleh PT. Forisa Nusapersada dengan produk sejenis dari pelaku usaha pesaing yang dimiliki kios minuman yang berjumlah kurang dari 1 renceng sebagai produk yang ditukarkan.

Selain itu juga dalam penetapan persyaratan yang ditetapkan oleh PT. Forisa Nusapersada berupa mendisplay produk pop ice secara eksklusif dan tidak menjual produk sejenis dari pelaku usaha pesaing PT. Forisa Nusapersada sebagai syarat apabila kios minuman ingin mengikuti program Pop Ice The Real Ice Blender. Dari penetapan persyaratan tersebut dapat dilihat terdapat kesamaan dengan penetapan persyaratan yang dilarang dalam pasal 15 ayat (3) huruf b, yaitu tidak akan membeli barang dan atau jasa yang sama atau sejenis dari pelaku usaha lain yang menjadi pesaing dari pelaku usaha pemasok. Dengan kata lain untuk apa kios minuman yang menerima pasokan dari PT. Forisa Nusapersada membeli produk sejenis dari pelaku usaha pesaing apabila tidak diperbolehkan menjualnya, dalam hal ini syarat yang ditetapkan PT. Forisa Nusapersada berupa tidak menjual produk sejenis dari pelaku usaha pesaing sama dengan penetapan persyaratan yang dilarang dalam pasal 15 ayat (3) huruf UU Nomor 5 Tahun 1999 berupa tidak akan membeli barang ang sejenis dari pelaku usaha lain yang menjadi pesaing dari PT. Forisa Nusapersada sebagai pelaku usaha pemasok.

### **Pemenuhan Kegiatan Monopoli Yang Dilakukan Oleh PT. Forisa Nusapersada Terhadap Pasal 17 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999**

Terkait penguasaan pasar yang dimiliki PT. Forisa Nusapersada sebesar 92% dalam pangsa pasar minuman olahan serbuk berperisa buah yang mengandung susu dalam kemasan sachet serta berdasarkan *Internal Office Memo* Nomor 15/IOM/MKT-DB/XII/2014 yang menyatakan bahwa PT. Forisa Nusapersada mengadakan program Pop Ice The Real Ice Blender dengan menetapkan persyaratan berupa mendisplay produk pop ice secara eksklusif dan tidak menjual produk sejenis dari pelaku usaha pesaing bagi kios minuman yang ingin mengikuti program tersebut bertujuan untuk memperatahkan market leader yang dimilikinya. Terlihat jika pengadaan program tersebut memenuhi pasal 17 UU Nomor 5 Tahun 1999 mengenai kegiatan monopoli.

Hal ini dikarenakan dalam data yang diperoleh dari penyelidikan ditemukan bahwa penguasaan pasar yang dimiliki PT. Forisa Nusapersada mencapai 92% dalam pangsa pasar minuman olahan serbuk berperisa buah yang mengandung susu dalam kemasan sachet. Dari besarnya penguasaan pasar tersebut dapat dilihat memenuhi ketentuan yang diatur dalam pasal 17 ayat (2) huruf c UU Nomor 5 Tahun 1999, yaitu PT. Forisa Nusapersada sebagai satu pelaku usaha menguasai lebih dari 50% pangsa pasar.

Selain itu dalam *Internal Office Memo* Nomor 15/IOM/MKT-DB/XII/2014 juga dinyatakan bahwa PT. Forisa Nusapersada mengadakan program Pop Ice The Real Ice Blender bertujuan untuk mempertahankan market leader yang dimilikinya. Market leader yang dimaksud dalam hal ini, yaitu posisi dominan yang dimiliki PT. Forisa Nusapersada karena PT. Forisa Nusapersada memiliki presentase penguasaan pangsa pasar melebihi 50% sebagaimana unsur dalam pasal 17 ayat (2) huruf c dan pasal 25 ayat (2) huruf a UU Nomor 5 Tahun 1999 oleh karena itu PT. Forisa Nusapersada dikatakan memiliki posisi dominan atau posisi monopoli. Dari program yang diadakan dan tujuan diadakannya program tersebut dapat dilihat bahwa program tersebut dapat menghalangi pelaku usaha lain masuk dalam pasar yang sama dengan PT. Forisa Nusapersada. Hal ini juga diperkuat dengan hasil



investigasi dengan pelaku usaha pesaing PT. Forisa Nusapersada, yaitu produk milik pelaku usaha pesaing yang sejenis dengan produk pop ice hilang di pasar tertentu dan tergantikan dengan produk pop ice. Dalam hal ini tindakan yang dilakukan PT. Forisa Nusapersada dapat dikatakan sebagai tindakan penyalahgunaan posisi dominan yang dimilikinya berupa praktik atau kegiatan monopoli. Namun juga tetap harus melakukan pembuktian sebelum menyatakan tindakan PT. Forisa Nusapersada dilarang karena pasal 17 UU Nomor 5 Tahun 1999 mengandung pendekatan *rule of reason*.

### **Jenis Perjanjian Tertutup Yang Dilakukan PT. Forisa Nusapersada**

Perjanjian tertutup terdiri dari beberapa jenis antara lain:

#### *a. Exclusive Distribution Agreement*

Merupakan pelaku usaha membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa pihak yang menerima produk hanya akan memasok atau tidak memasok kembali produk tersebut kepada pihak tertentu atau pada tempat tertentu saja, atau dengan kata lain pihak distributor dipaksa hanya boleh memasok produk kepada pihak tertentu dan tempat tertentu saja oleh pelaku usaha manufaktur.<sup>13</sup>

#### *b. Tying Agreement*

Merupakan salah satu perjanjian tertutup dengan ketentuan bahwa distributor boleh membeli suatu barang (*tying product*) dengan syarat harus membeli barang lain (*tied product*) dari pelaku usaha yang sama.<sup>14</sup> *Tying agreement* terjadi apabila perjanjian dilakukan antar pelaku usaha yang berada pada tingkat berbeda.

#### *c. Vertical Agreement on Discount atau Special Discount*

Merupakan perjanjian dimana suatu pelaku usaha menetapkan persyaratan berupa bersedia membeli produk lain dari pelaku usaha tersebut serta larangan

---

<sup>13</sup> Andi Fahmi Lubis, *[et., al]. Op. Cit.* [118].

<sup>14</sup> Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 5 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 15 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

membeli produk yang sama atau sejenis dari pelaku usaha pesaing/kompetitor dari pelaku usaha tersebut agar mendapatkan potongan harga.

Jika dikaitkan dengan dugaan adanya perjanjian tertutup yang dilakukan oleh PT. Forisa Nusapersada, maka perjanjian tersebut termasuk dalam jenis perjanjian tertutup yang ketiga, yaitu *vertical agreement on discount* atau *special discount*. Hal ini dapat dilihat pada salah satu prestasi perjanjian berupa penetapan persyaratan yang tercantum dalam perjanjian kontrak display pop ice berupa tidak diperbolehkan menjual atau mendisplay produk kompetitor. Dari prestasi tersebut secara tidak langsung PT. Forisa Nusapersada melarang membeli produk yang sama atau sejenis dari pelaku usaha pesaing bagi kios minuman yang mengikuti program tersebut dengan ketentuan bahwa PT. Forisa Nusapersada akan menukar produk S'café yang tidak laku. Penukaran tersebut dilakukan dengan ketentuan 1 renceng atau kurang dari 1 renceng produk S'café (minimal 5 sachet) akan ditukar dengan 1 renceng Pop ice yang ditambah dengan hadiah berupa 1 renceng Pop Ice coklat. Dari penukaran tersebut dapat dilihat adanya potongan harga, karena harga produk yang diambil oleh PT. Forisa Nusapersada dengan harga produk yang diterima kios minuman sebagai gantinya tidaklah sama atau memiliki selisih harga.

### **Dampak Perjanjian Tertutup dan Kegiatan Monopoli yang Dilakukan PT. Forisa Nusapersada**

Telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa perjanjian tertutup merupakan salah satu bagian dari perjanjian yang dilarang. Hal tersebut dikarenakan berdasarkan pendekatan *per se illegal*, perjanjian tertutup dapat menyebabkan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Dari pernyataan tersebut secara tidak langsung perjanjian tertutup memiliki dampak negatif bagi persaingan usaha itu sendiri. Dampak yang ditimbulkan oleh PT. Forisa Nusapersada sebagai akibat dilakukannya perjanjian tertutup antara lain:

1. Menghalangi atau menghambat pelaku usaha pesaing atau kompetitor (S'café, Milkjus, dan lainnya) dalam melakukan persaingan usaha secara

sehat dengan PT. Forisa Nusapersada.<sup>15</sup>

2. Menghalangi pelaku usaha lain untuk masuk dalam pangsa pasar yang sama dengan produk Pop Ice karena adanya prestasi perjanjian berupa mendisplay produk Pop Ice secara eksklusif dan tidak diperbolehkan menjual maupun mendisplay produk pelaku usaha pesaing.<sup>16</sup>
3. Menimbulkan kelangkaan atau *scarcity* produk pelaku usaha pesaing atau kompetitor sebagai akibat adanya program penukaran produk kompetitor dengan produk Pop Ice
4. Dengan timbulnya kelangkaan produk pelaku usaha pesaing tersebut, maka membuat konsumen tidak lagi memiliki pilihan produk lain
5. Dengan timbulnya kelangkaan produk pelaku usaha pesaing serta menurunnya tingkat penjualan produk pelaku usaha pesaing, maka presentase posisi dominan yang sebelumnya telah dimiliki PT. Forisa Nusapersada dapat meningkat dan PT. Forisa Nusapersada juga akan dapat mempertahankan market leadernya.

Selain perjanjian tertutup, kegiatan monopoli juga dinyatakan dilarang setelah adanya pembuktian bahwa kegiatan tersebut memang dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat. Hal ini dikarenakan kegiatan monopoli yang diatur pasal 17 UU Nomor 5 Tahun 1999 menggunakan pendekatan *rule of reason*. Dampak-dampak negatif yang akan ditimbulkan akibat kegiatan monopoli yang diduga dilakukan oleh PT. Forisa Nusapersada dengan memanfaatkan posisi dominan atau posisi monopoli yang dimilikinya, yaitu:

- a. Menyebabkan terjadinya *entry barrier* atau hambatan masuk terhadap pelaku usaha lain yang ingin masuk dalam pangsa pasar minuman olahan serbuk berisa buah yang mengandung susu dalam kemasan sachet karena larangan mendisplay dan menjual produk kompetitor yang diterapkan PT. Forisa Nusapersada bagi kios minuman sebagai usaha mempertahankan posisi *market leadernya*;
- b. Menyebabkan hambatan bagi pelaku usaha pesaing atau kompetitor PT. Forisa Nusapersada dalam melakukan persaingan usaha yang sehat sehingga pelaku usaha lain tersebut dapat bangkrut dan menutup usahanya karena kalah bersaing dengan monopolis;
- c. Dengan tutupnya pelaku usaha pesaing, PT. Forisa Nusapersada selaku monopolis dapat menjadi satu-satunya pelaku usaha yang memproduksi produk terkait sehingga konsumen tidak lagi memiliki pilihan produk lain. Dengan kata lain terjadinya eksploitasi terhadap hak pilih konsumen;
- d. Dengan menjadi satu-satunya pelaku usaha, PT. Forisa Nusapersada dapat

---

<sup>15</sup> *ibid.*

<sup>16</sup> *ibid.*

meningkatkan harga penjualan produk yang dapat menyebabkan *dead weight loss* untuk memperoleh keuntungan lebih;

- e. Menyebabkan terjadinya penurunan kesejahteraan konsumen akibat eksploitasi terhadap surplus konsumen dengan menetapkan harga yang tinggi.

### **Konsep Persaingan dan Hambatan yang Dilakukan PT. Forisa Nusapersada**

Persaingan dalam lingkup perekonomian dibagi menjadi dua jenis antara lain persaingan *intra-brand* dan persaingan *inter-brand* atau antar brand. Persaingan *intra-brand* adalah persaingan antar distributor atau pengecer yang memiliki produk dari pelaku usaha yang sama.<sup>17</sup> Persaingan *inter-brand* atau antar brand adalah persaingan antar pelaku usaha yang memiliki produk yang berada dalam pasar bersangkutan yang sama.<sup>18</sup> Persaingan antara PT. Forisa Nusapersada dan pelaku usaha pesaingnya (PT. Karniel Pacific Indonesia, Karunia Alam Segar/Wings Group, dan lainnya) sebagaimana yang tercantum pada *Internal Office Memo* No. 15/IOM/MKT-DB/XII/2014 merupakan persaingan *inter-brand* atau antar brand karena para pelaku usaha tersebut berada pada pangsa pasar yang sama, yaitu minuman olahan serbuk berperisa buah yang mengandung susu dalam kemasan sachet sehingga perjanjian tertutup yang dilakukan oleh PT. Forisa Nusapersada dengan kios minuman yang menerima pasokan darinya berupa penetapan persyaratan bahwa kios minuman yang mengikuti program Pop Ice The Real Ice Blender tidak diperbolehkan menjual dan mendisplay produk sejenis dari pelaku usaha pesaing PT. Forisa Nusapersada sebagai bentuk penyalahgunaan posisi dominan yang dimilikinya sebesar 92% dan bertujuan untuk mempertahankan market leader termasuk hambatan dalam persaingan yang bersifat *inter-brand* atau antar brand yakni untuk menghalangi pelaku usaha pesaing atau kompetitor PT. Forisa Nusapersada dalam bersaing secara sehat dengan PT. Forisa Nusapersada serta menghambat pelaku usaha pesaingnya dalam penjualan dan pemasaran produk sejenis dengan produk pop ice dalam pasar bersangkutan yang sama.

---

<sup>17</sup> Teguh Sulistia, *Aspek Hukum Usaha Kecil dalam Ekonomi Kerakyatan* (Andalas University Press 2006).[237].

<sup>18</sup> *ibid.*

Dalam praktek suatu persaingan usaha tidak selalu terlaksana dengan lancar dengan kata lain persaingan yang terjadi tidak selalu dalam kondisi persaingan usaha yang sehat atau sempurna tetapi juga terdapat suatu kondisi dimana persaingan usaha berjalan tidak sehat dan tidak sempurna. Salah satu yang menyebabkan kondisi suatu struktur pasar menjadi pasar persaingan yang tidak sempurna atau tidak sehat dikarenakan adanya hambatan tertentu, baik hambatan yang disebabkan oleh sesama pelaku usaha, hambatan yang terjadi secara natural atau ilmiah maupun hambatan yang disebabkan oleh pemerintah. Pengertian dari hambatan adalah sesuatu yang dapat menghalangi pencapaian terhadap suatu hal. Kata penghambat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diterjemahkan sebagai hal, keadaan atau penyebab lain yang menghambat (merintang, menahan, menghalangi).<sup>19</sup>

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa hambatan ada yang dilakukan oleh sesama pelaku usaha, hambatan yang terjadi secara natural atau ilmiah, dan ada yang dilakukan oleh pemerintah. Hambatan yang dilakukan oleh sesama pelaku usaha dibagi menjadi dua yaitu:

#### 1. Hambatan Horizontal

Hambatan horizontal diartikan secara luas sebagai suatu perjanjian yang bersifat membatasi dan praktek kerjasama, termasuk perjanjian secara langsung atau tidak langsung menetapkan harga atau persyaratan lainnya, seperti perjanjian penetapan terhadap pengawasan produksi dan distribusi, alokasi kuota atau wilayah, pertukaran informasi pasar, dan perjanjian yang mengorganisasikan suatu kerjasama atas penjualan ataupun pembelian, atau menciptakan hambatan bagi pelaku usaha lain untuk masuk pasar (*entry barriers*)<sup>20</sup>. Hambatan jenis ini dilakukan oleh para pesaing dalam bidang usaha tertentu dengan kata lain dilakukan oleh pelaku usaha yang berada dalam tingkat (*level*) yang sama.

#### 2. Hambatan Vertikal

Hambatan vertikal adalah hambatan perdagangan yang dilakukan oleh pelaku

---

<sup>19</sup> *ibid.*

<sup>20</sup> Yati Nurhayati, 'Konstitusionalitas Perjanjian Distribusi dalam Persaingan Usaha Sehat', (2011), 8 Jurnal Konstitusi.[1050].

usaha dari tingkat (level) yang berbeda dari rangkaian produksi dan distribusi<sup>21</sup>. Dalam hambatan jenis ini dapat dilakukan melalui berbagai cara salah satunya melalui penentuan harga. Selain penentuan harga juga dapat dilakukan melalui cara selain harga atau non-price instruments yang terdiri dari dua instrumen, antara lain:

- a. Hambatan berdasarkan wilayah (*Territorial Restrains*)
- b. Hambatan berdasarkan penggunaan produk (*Customer Restrains*)

Analisa terhadap hambatan vertikal terdiri dari dua macam, yaitu perjanjian yang diadakan pelaku usaha untuk mengontrol hal-hal terkait produk yang akan dijual kembali dan usaha-usaha pelaku usaha untuk membatasi pembelian yang oleh pembeli atas penjualan produk pesaingnya<sup>22</sup>. Hambatan yang dilakukan oleh PT. Forisa Nusapersada melalui perjanjian display pop ice dengan kios minuman yang menerima pasokan darinya sebagai bentuk penyalahgunaan posisi dominan merupakan hambatan yang dilakukan oleh pelaku usaha sebagaimana kedudukan PT. Forisa Nusapersada dan pemilik kios minuman yang sebagai pelaku usaha karena didirikan, berkedudukan, dan melakukan kegiatan usaha dalam bidang ekonomi di wilayah hukum Indonesia. Hambatan tersebut digolongkan dalam hambatan vertikal karena diadakan oleh pelaku usaha pada level atau tingkat yang berbeda, yaitu PT. Forisa Nusapersada sebagai pelaku usaha pemasok atau produsen dan kios minuman sebagai pelaku usaha penerima pasokan dari PT. Forisa Nusapersada atau konsumen antara.

## Kesimpulan

Penetapan persyaratan dalam program yang tercantum dalam *Internal Office Memo* No. 15/IOM/MKT-DB/2014 berupa bersedia mendisplay produk Pop Ice secara eksklusif sesuai target yang sudah disepakati dan tidak menjual produk kompetitor sejenis Pop Ice (S'cafe, Camelo, Milkjuss, dan lainnya) bagi kios minuman yang ingin mengikuti program tersebut merupakan perjanjian tertutup yang menimbulkan hambatan *interbrand*. Hal ini dikarenakan perjanjian tertutup

---

<sup>21</sup> *ibid.*[1051].

<sup>22</sup> Yati Nurhayati. *Loc. Cit.*

yang dilakukan antara PT. Forisa Nusapersada dengan kios minuman yang menerima pasokan darinya menimbulkan hambatan bagi pelaku usaha pesaing atau kompetitor PT. Forisa Nusapersada yang memiliki produk yang sejenis dengan produk Pop Ice dan berada dalam pangsa pasar yang sama, yaitu minuman olahan serbuk berperisa buah yang mengandung susu dalam kemasan sachet.

Posisi dominan yang dimiliki PT. Forisa Nusapersada sebesar 92% dalam pangsa pasar minuman olahan serbuk berperisa buah yang mengandung susu dalam kemasan sachet berpotensi terdapat praktik monopoli sebagai penyalahgunaan posisi dominan dan menimbulkan hambatan dalam persaingan usaha. Hal ini sebagaimana yang tercantum dalam *Internal Office Memo* No. 15/IOM/MKT-DB/2014 yang menyatakan bahwa program Pop Ice The Real Ice Blender bertujuan untuk mempertahankan posisi *market leader* PT. Forisa Nusapersada yang termasuk dalam hambatan vertikal dan menimbulkan hambatan dalam persaingan interbrand.

### **Daftar Bacaan**

#### **Buku**

Andi Fahmi Lubis,[et.,al], *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks & Konteks*, (ROV Creative Media 2009).

Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha*, (Raja Grafindo Persada 2010).

Teguh Sulistia, *Aspek Hukum Usaha Kecil dalam Ekonomi Kerakyatan* (Andalas University Press 2006).

#### **Jurnal**

Yati Nurhayati, 'Konstitusionalitas Perjanjian Distribusi dalam Persaingan Usaha Sehat' (2011) 8 Jurnal Konstitusi.

#### **Perundang-undangan**

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817).

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2010 tentang Pedoman Pasal 25 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 5 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 15 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 17 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

**HOW TO CITE:** Nanda Cahyaning Din, 'Analisa Yuridis Perjanjian Tertutup Dan Kegiatan Monopoli Oleh Pt. Forisa Nusapersada' (2019) Vol. 2 No. 1 Jurist-Diction.