

# Jurist-Diction

Volume 2 No. 3, Mei 2019

Histori artikel: Submit 18 April 2019; Diterima 23 April 2019; Diterbitkan online 1 Mei 2019.

## Perlindungan Hukum bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Melalui Perjanjian Kemitraan Antara Carrefour dan Pemasoknya

Novia Choirunnisa

novia.choirunnisa@gmail.com

Universitas Airlangga

### Abstract

*One form of cooperation which can be done by perpetrators of micro, small and medium enterprises (MSME) is a partnership with the general pattern of trade partnerships. As for the implementation of a partnership with common trade patterns is the cooperation may take the form of marketing, provision of business location/ receipt of supplies from the MSME. One of the businessmen who do partnership with general trading pattern is cooperation maintained between Carrefour and its suppliers. In practice, it often happens that problems arising from the existence of the partnership, where these problems often result in losses for the perpetrators of the MSME, due to the expected need for the legal protective measures firmly and fairly. In this case the authorities can support actively or passively enforce the norms and regulations of the contract as being the cornerstone of cooperation in the preparation of partnership, so that the purpose of each of the parties can be achieved. Contract general trade made in the form of written deed as a form of protective measures, legal certainty and so the contract agreement that has the perfect proving ground for the parties. In the event of a dispute then the dispute resolution efforts that can be used by the parties in the contract these general trade is through two ways i.e. nonlitigasi line i.e. consultation, negotiation, conciliation, mediation, and arbitration in did not find the deal so it can be presented to the path of litigation.*

**Keywords:** *Partership relation; Trading pattern; Contract.*

### Abstrak

Salah satu bentuk kerjasama yang dapat dilakukan oleh pelaku Usaha Mikro, kecil dan Menengah ialah kerjasama dengan pola kemitraan perdagangan umum. Adapun pelaksanaan kemitraan dengan pola perdagangan umum ialah dapat berupa kerjasama pemasaran, penyediaan lokasi usaha, atau penerimaan pasokan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Salah satu pelaku usaha yang melakukan kemitraan dengan pola perdagangan umum ialah kerjasama yang dijalin antara Carrefour dan para pemasoknya. Dalam pelaksanaannya, seringkali terjadi masalah yang timbul dari adanya kerjasama kemitraan tersebut, yang mana permasalahan ini seringkali menimbulkan kerugian bagi pihak pelaku usaha Mikro, kecil dan Menengah, oleh karena tersebut diharapkan perlu adanya upaya perlindungan hukum yang tegas dan adil. Dalam hal ini pihak yang berwenang dapat mendukung secara aktif atau pasif menegakkan norma dan peraturan kontrak sebagaimana menjadi landasan dalam penyusunan kerjasama kemitraan, sehingga tujuan setiap pihak dapat tercapai. Kontrak perdagangan umum dibuat dalam bentuk akta tertulis sebagai bentuk upaya perlindungan, kepastian hukum dan sehingga kontrak tersebut menjadi perjanjian yang memiliki pembuktian yang sempurna bagi para pihak. Dalam hal terjadi sengketa maka upaya penyelesaian sengketa yang dapat digunakan oleh para pihak dalam kontrak perdagangan umum ini adalah dengan melalui dua cara yaitu jalur nonlitigasi yaitu konsultasi, negosiasi, konsiliasi, mediasi, dan arbitrase apabila tidak menemukan kesepakatan maka dapat diajukan ke jalur litigasi.

**Kata Kunci:** Kemitraan; Perdagangan Umum; Kontrak.

## Pendahuluan

Seiring berkembangnya zaman masyarakat dituntut untuk ikut dinamis terhadap segala perubahan, salah satu hal yang melatar belakangi adanya suatu perubahan ialah Globalisasi. Globalisasi sendiri merupakan suatu keadaan dimana adanya integrasi dalam ruang lingkup internasional dimana hal ini dapat terjadi karena adanya arus pertukaran pemikiran, budaya hingga kebiasaan dimana keadaan ini tak telak mempengaruhi segala aspek kehidupan mulai dari sektor pendidikan, sektor sosial, sektor ekonomi, sektor politik, sektor ekonomi, sektor budaya, perdagangan hingga kegiatan bisnis.<sup>1</sup> Oleh adanya keadaan tersebut penduduk dunia melakukan beberapa langkah yang mana langkah tersebut diharapkan dapat dinamis mengikuti arah arus globalisasi, dalam hal ini tak terkecuali Indonesia.

Untuk dapat mengikuti arus perkembangan kegiatan bisnis, para pelaku usaha pula ikut berpartisipasi, hal ini pun diikuti pula oleh para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia Usaha Mikro, Kecil dan Menengah digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern. Peranan usaha kecil tersebut menjadi bagian yang diutamakan dalam setiap perencanaan tahapan pembangunan yang dikelola oleh dua departemen yaitu Departemen Perindustrian dan Perdagangan, serta Departemen Koperasi. Hal tersebut dibuktikan dengan Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah telah dipromosikan dan dijadikan sebagai agenda utama pembangunan ekonomi Indonesia.<sup>2</sup>

Di tengah krisis multidimensional yang terjadi seperti saat sekarang ini, ternyata sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) serta sektor informal justru menjadi sektor penyelamat perekonomian Indonesia. Krisis tahun 1997 telah menyebabkan kolapsnya industri-industri besar, bahkan perekonomian Indonesia tahun 1998 sempat tumbuh minus 13% dan tingkat inflasi 77%. Pemulihan ekonomi

---

<sup>1</sup> Ferdiansyah, 'Globalisasi Ekonomi, Integrasi Ekonomi Global. Dinamika Pasar Modal & Kebutuhan Standar Akuntansi Internasional', (2016), 8 Jurnal Akuntansi STIE STAN [120].

<sup>2</sup> Hernita Sahban. *Menembus Badai UMKM* (Sah Media 2015).[54].

terus berjalan, bahkan tahun 2003 diharapkan sektor perekonomian mampu tumbuh 3,8% dan inflasi diharapkan dapat ditekan 9% per tahun.<sup>3</sup>

Bahwasanya Usaha Mikro, kecil dan Menengah terdapat memiliki kekurangan yang berpotensi untuk menghambat pertumbuhannya, hal ini dikarenakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah tersebut memiliki keterbatasan sarana dan prasarana usaha, ditambah dengan implikasi dari adanya perdagangan bebas yang membuat Usaha Mikro, Kecil dan Menengah semakin terhimpit dalam pasar, yang mana hal ini dikarenakan suatu produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah kalah kualitas karena sifat produk dengan *lifetime* pendek.<sup>4</sup> Selain adanya kelemahan yang telah dijelaskan diatas dalam hal organisasi, manajemen, maupun penguasaan teknologi pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pula masih terbilang labil.

Bahwasanya dengan keadaan dimana banyaknya permasalahan yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah tersebut seringkali membuat kemampuan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk berkiprah dalam perekonomian nasional tidak dapat maksimal. Oleh karena itu perlu bagi Indonesia untuk membenahi penanganan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dengan serius agar dapat memanfaatkan potensinya secara maksimal. Adapun salah satu bentuk kerjasama yang terjalin antara Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dengan pelaku usaha lain ialah kerjasama untuk memasok barang kepada perusahaan ritel, mengingat kedudukan bisnis ritel di Indonesia yang berkembang pesat terutama sejak dibukanya pasar dalam negeri bagi masuknya ritel modern asing. Dengan adanya keadaan tersebut membawa kabar baik bagi para pemasok yang mana dalam hal ini ialah para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk menjual barang produksinya kepada perusahaan ritel tersebut.

Maka dengan adanya keadaan tersebut mengenai banyaknya bentuk bisnis baru dalam hal ini kerjasama yang terjalin antara Carrefour dan pemasoknya

---

<sup>3</sup> Tejo Nurseto, 'Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah yang Tangguh', Jurnal Ekonomi dan Pendidikan, 1 (2004).[1]. <<https://journal.uny.ac.id/index.php/jep/article/view/675/539>>.

<sup>4</sup> Robby Yuwono dan R. R. Retno Ardianti, 'Analisa Faktor-Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro dan Kecil Pada Sektor Formal di Jawa Timur', (2013) 1 AGORA.[2].

selain adanya Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, rambu-rambu untuk melindungi kepentingan pelaku usaha diatur pula dengan keberadaan Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang mengatur tentang struktur pasar dan perilaku pelaku pasar yang baik sehingga Undang-Undang ini dapat berfungsi sebagai landasan *bagi kegiatan usaha di Indonesia*.

Dalam hal ini kerjasama kemitraan yang dituangkan dalam sebuah kontrak antar kedua belah pihak, seharusnya terjalin atas dasar kesepakatan para pihak. Namun hal ini tidak terjadi melainkan adanya penentuan klausul dalam perjanjian tersebut hanya dibuat oleh para pelaku usaha yang kuat. Pada prakteknya tak sedikit terjadi adanya ketimpangan maupun kesenjangan yang terjadi antar para pelaku usaha yang melakukan perjanjian dikarenakan dalam perjanjian tersebut antar para pihak tidak adanya ketentuan yang menyebutkan bahwasanya para pelaku usaha yang mengadakan perjanjian akan memiliki akses yang sama baik itu antar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah maupun Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dengan pelaku usaha besar yang pada akhirnya tak jarang menimbulkan sengketa dan salah satu pihak pelaku usaha tidak dapat menjalankan kerjasama dengan baik sebagaimana yang telah diperjanjikan. Dengan pola hubungan kemitraan, dan didasarkan atas kesepakatan antara Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang dituangkan dalam bentuk perjanjian kerjasama yang mana seringkali salah satu pihak dari pelaku perjanjian tersebut menjadi pihak yang dominan dalam menentukan isi perjanjian yang nantinya dituangkan dalam kontrak kemitraan antar dua atau lebih pelaku usaha tersebut.

Adapun salah satu pelaku usaha yang melakukan hubungan kemitraan dengan pelaku Usaha Mikro, Kecil maupun Menengah ialah perusahaan ritel Carrefour, dimana untuk memenuhi ketersediaan barang yang dijualnya Carrefour menjalin kemitraan dengan para pemasok lokal. Namun dengan kondisi yang mana Carrefour merupakan salah satu perusahaan ritel terbesar di Indonesia hal ini membawa keadaan bahwasanya dalam menjalin kemitraan tersebut Carrefour menentukan persyaratan-persyaratan yang kerap kali merugikan para pemasoknya

yang mana merupakan pelaku Usaha Mikro Kecil maupun Menengah, yang pada akhirnya berujung pada tanggal 20 Oktober 2004 KPPU menerima laporan bahwasanya terdapat pelanggaran Undang-Undang No 5 Tahun 1999 yang dilakukan oleh Carrefour dalam menetapkan syarat-syarat perdagangan kepada pemasok barang yang merupakan pelaku usaha Mikro ,Kecil dan Menengah. Yang menjadi permasalahan ialah bahwasanya syarat-syarat tersebut memberatkan para pelaku usaha mikro,kecil dan menengah yang mana suatu mitra seharusnya menumbuhkan iklim ekonomi yang harmonis, namun dalam kondisi ini salah satu pihak justru merasa dirugikan.

Sebagaimana telah dijelaskan diatas adapun salah satu bentuk resiko yang timbul dari adanya kerjasama kemitraan ialah Carrefour dan para pemasoknya. Berdasarkan putusan No. 02/KPPU – L/2005 yang mana dalam putusan tersebut dipaparkan adanya permasalahan dalam kerjasama kemitraan antara Carrefour dan para pemasoknya, bahwasanya PT Carrefour Indonesia sebagai hipermarket yang memiliki kekuatan pasar di dunia perdagangan telah melakukan penyalahgunaan kekuatan tersebut untuk menekan pemasok melalui penerapan syarat-syarat perdagangan dan berakibat menyulitkan pesaing untuk bersaing. Melalui syarat perdagangan berupa *minus margin*, Carrefour mencoba mengontrol harga yang ditawarkan pesaingnya agar tidak lebih rendah dari harga jual Carrefour kepada konsumen. Tujuan pihak Carrefour menginginkan bahwa harga jual produk tertentu yang ditawarkan pada konsumen tidak lebih mahal dari pesaingnya sehingga konsumen lebih tertarik berbelanja di Carrefour, disamping itu untuk meminimalisir kerugiannya Carrefour dalam hal ini menetapkan sebuah persyaratan dagang bagi para pemasoknya, yang mana persyaratan dagang ini dianggap para pemasok sangatlah berat.

Disamping adanya persyaratan dagang (*trading terms*), Carrefour pula melakukan pengenaan *minus margin* yang mana hal ini dapat membuat pesaing Carrefour sulit untuk bersaing, hal ini didukung dengan keadaan Carrefour yang memiliki kekuatan pasar (*market power*) yang lebih dibandingkan dengan peritel lain di kelas hipermarket. Adanya kekuatan pasar itulah kemudian timbul ketergantungan bagi para pemasok untuk masuk ke gerai Carrefour, meskipun untk

masuk ke gerai Carrefour dirasa sangat berat bagi para pemasok karena adanya persyaratan dagang yang tidak wajar.

Keadaan inilah yang menyebabkan kemampuan pemasok dalam proses negosiasi syarat-syarat perdagangan cukup lemah dihadapan peritel besar. Lemahnya posisi pemasok kemudian berpotensi dimanfaatkan peritel untuk menekan pemasok. Pemasok yang tidak memiliki cukup pilihan jaringan distribusi di dalam negeri terpaksa menyepakati perjanjian dagang, dimana dalam perjanjian tersebut memuat syarat-syarat perdagangan yang memberatkan bagi para pemasok.

Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa hubungan kemitraan yang di bentuk diantara Carrefour dan pemasoknya tidak mencerminkan dan tidak mempunyai prinsip itikad baik dan saling menghargai sesuai dengan kepatutan antara pihak perusahaan dan masyarakat luas dalam hal in pihak pemasok. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya banyak hal yang harus dibenahi dalam hubungan kerjasama kemitraan dengan pola perdagangan umum antara Carrefour dan pemasoknya, baik dari segi peraturan dan perjanjian yang mendasari kegiatan kemitraan tersebut. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dinyatakan sebelumnya, maka rumusan masalah tersebut yaitu karakteristik dari kontrak perdagangan umum antara Carrefour dan pemasok serta bentuk perlindungan hukum bagi pemasok dalam menciptakan kontrak kemitraan perdagangan umum yang patut dan berkeadilan.

### **Karakteristik Kontrak Kemitraan dengan Pola Perdagangan Umum antara Carrefour Dan Pemasok.**

Istilah “*Kemitraan*” merupakan kata kerja yang berakar dari kata “*Mitra*” , sementara itu kata mitra dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai suatu partner bisnis dalam mengadakan bisnis, sedangkan untuk kemitraan sendiri yang dimaksud ialah merupakan perihal hubungan (aliran kerjasama dan sebagainya sebagai mitra.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Mulia Wulandari, ‘*Kinerja Agroindustri Keripik Penerima dan Bukan Penerima Kredit Program Kemitraan Bina Lingkungan ( PKBL) PT. Perkebunan Nusantara VII DI Sentra Industri Keripik Bandar Lampung*’, Skripsi , Program Sarjana Universitas Lampung, (2017).[17].

Kemitraan adalah suatu strategi bisnis yang dilakukan dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling menguntungkan dan saling memberikan manfaat antara pihak yang bermitra.<sup>6</sup>Kemitraan merupakan salah satu bentuk kegiatan bisnis yang dapat didirikan dengan adanya modal, keahlian dan kemampuan mengoperasikan.<sup>7</sup>

Pengaturan mengenai kemitraan sendiri diatur pada Undang-Undang No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, mengenai pengertian kemitraan diatur pada Pasal 1 angka 13, yang mana pada pasal tersebut diberikan pengertian bahwasanya yang dimaksud dengan kemitraan ialah :

“suatu kerjasama dalam keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan mempercayai, memeperkuat, dan menguntungkan yang melibatkan pelaku usaha Mikro, Kecil dan Menengah dengan Usaha Besar.”

Kemitraan pada dasarnya dilakukan dalam rangka mempercepat perwujudan perekonomian nasional yang mandiri dan andal sebagai usaha bersama atas asas kekeluargaan, sehingga diperlukan upaya-upaya yang lebih nyata dalam menciptakan iklim yang mampu merangsang terselenggaranya kemitraan usaha yang kokoh di antara semua pelaku kehidupan ekonomi berdasarkan prinsip yang saling menguntungkan (Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 Tentang Kemitraan).<sup>8</sup>

Bahwasanya dalam suatu kegiatan kemitraan terdapat prinsip-prinsip yang dijadikan sebagai landasan dalam melakukan kerjasama kemitraan tersebut. Pertama, saling memerlukan, prinsip saling memerlukan merupakan prinsip dalam kemitraan usaha, di mana pelaku usaha membutuhkan antara satu dengan lainnya. Kedua, saling menguntungkan, merupakan prinsip, di mana antara pelaku usaha mikro, menengah dengan usaha besar di dalam pelaksanaan kemitraan usaha ini

<sup>6</sup> Yulien Tika Fitriza, ‘Analisis Pendapatan dan Presepsi Peternakan Plasma Terhadap Kontak Perjanjian Pola Kemitraan Ayam Pedaging di Propinsi Lampung’, (2012) 3.[58].

<sup>7</sup> Johannes Ibrahim, *Hukum Organisasi Perusahaan (Pola Kemitraan dan Badan Hukum)*, (Refika Aditama 2006).[24].

<sup>8</sup> Lili Naili Hidayah, ‘Pelaksanaan Kemitraan Pola Perdagangan Umum di Bidang Kerajinan Keramik di Kabupaten Bantul Yogyakarta’, (2011) 2 Jurnal Universitas Jambi.[79].

mendatangkan laba atau keuntungan bagi keduanya. Ketiga, saling memperkuat, merupakan prinsip dalam pelaksanaan kemitraan usaha, di mana pelaku usaha mikro, kecil dan menengah dapat lebih mampu dan mempunyai keunggulan dalam pengembangan usahanya, yang disebabkan dana binaan dari usaha besar.<sup>9</sup>

Bahwasanya kedudukan kemitraan yang diatur di Indonesia tidaklah lepas dari peranan Pemerintah didalamnya. Yang mana hal ini dikarenakan dalam kemitraan terdapat tujuan yang diharapkan bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah agar dapat berkembang dan mandiri. Berdasarkan definisi kemitraan yang telah terpaparkan diatas bahwa adanya dua subjek hukum yang terlibat yaitu pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dengan pelaku usaha besar. Bahwasanya dalam pembahasan ini yaitu adanya Carrefour yang mana sebagai representatif dari pelaku usaha berskala besar dan pemasok (*supplier*) yang mana sebagai representatif dari pelaku usaha berskala kecil dalam hal melakukan perjanjian kemitraan yang telah mereka buat.

Dalam menjalankan kemitraan tersebut, Carrefour melakukan beberapa persyaratan yang mana persyaratan tersebut diperuntukan bagi para pemasok yang mana merupakan pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang nantinya bersedia menjadi mitra dari Carrefour. Sebuah kemitraan diharapkan dapat lebih memberdayakan para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk dapat tumbuh dan berkembang semakin kuat yang nantinya diharapkan dapat memantapkan struktur perekonomian nasional yang berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan, disamping adanya tujuan dari adanya kemitraan terhadap pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, sebuah kemitraan pula harus memberikan kemaslahatan bagi pihak lainnya yang mana dalam hal ini ialah pelaku usaha besar.

Bahwasanya ,mengenai kemitraan sendiri terdapat beberapa pola diantaranya yaitu inti plasa, Waralaba, sub-contract,dll, dalam pembahasan ini yang akan dibahas ialah kontrak kemitraan dengan pola perdagangan umum, yang mana apabila ditelaah dari peraturan Perundang Undangan Pasal 26 Undang-Undang No.

---

<sup>9</sup> Faizal Kurniawan dan Adinda Prisca, 'Pengaturan Kontrak Inti Plasma dalam Pemberdayaan Usaha Perkebunan yang Patut dan Adil', (2015) 30 Yuridika.[190].

20 Tahun 2008 Adapun karakteristik kemitraan pola perdagangan umum dalam kontrak Kemitraan ialah:

- (1) Pelaksanaan Kemitraan dengan Pola Perdagangan Umum sebagaimana dimaksud dalam pasal 26 Undang-undang No 20 Tahun 2018 Tahun 2018 huruf d, dapat dilakukan dalam bentuk kerjasama pemasaran, penyediaan lokasi usaha, atau penerimaan pasokan dari Usaha Mikro, Kecil, Menengah oleh Usaha Besar yang dilakukan secara terbuka;
- (2) Pemenuhan kebutuhan barang dan jasa yang diperlukan oleh Usaha Besar dilakukan dengan mengutamakan pengadaan hasil produksi Usaha Kecil atau Usaha Mikro sepanjang memenuhi standar mutu barang dan jasa yang diperlukan;
- (3) Pengaturan sistem pembayaran dilakukan dengan tidak merugikan salah satu pihak.

Bahwasanya meskipun kontrak antara Carrefour dan pemasoknya memiliki karakteristik khusus, namun kontrak tersebut tetaplah prinsip-prinsip dasar yang dimiliki pada setiap pembentukan suatu kontrak. Pertama, prinsip konsensualisme. Di dalam kegiatan kemitraan dengan pola perdagangan umum antara Carrefour dengan pemasoknya, perlu adanya asas konsensualisme dalam hal ini dilakukan oleh pelaku usaha besar yaitu Carrefour sebagai penerima penawaran dari pemasok untuk menjual barangnya di gerai Carrefour, dalam penerimaan tersebut Carrefour pula memberikan persyaratan yang harus dipenuhi oleh pihak pemasok. Apabila pihak dari Carrefour menerima penawaran tersebut dan sebaliknya pemasok pula menyetujui persyaratan yang diajukan oleh Carrefour maka lahirlah sebuah kesepakatan sebagai dasar dari lahirnya kontrak kemitraan perdagangan umum.

Kedua, prinsip itikad baik. Mengenai prinsip ini pada dasarnya suatu kontrak harus adanya transparansi atau keterbukaan dari para pihak. Itikad baik para pihak dalam kontrak kemitraan perdagangan umum ini dapat tercermin dalam hal pihak perusahaan Carrefour dalam menentukan klausul yang dituangkan dalam persyaratan dagang yang selanjutnya disebut dengan *national trading term* haruslah jujur dan

terbuka kepada pemasok serta memiliki tujuan untuk mengembangkan pemasok tidak hanya membawa keuntungan bagi diri sendiri.

Ketiga, prinsip *pacta sunt servanda*, adanya prinsip ini dalam kontrak kemitraan antara Carrefour dan pemasoknya harus memperhatikan segala aspek yang nantinya akan dicantumkan dalam kontrak, dimana kontrak tersebut nantinya akan diperjanjikan oleh kedua belah pihak dalam hal ini Carrefour dan pemasoknya. Kontrak ini nantinya akan mengikat pihak pemasok dan pihak Carrefour sebagai Undang-Undang yang melandasi segala kegiatan yang berhubungan dengan kontrak mereka, sehingga apabila di dalam pelaksanaan kontrak kemitraan tersebut terdapat salah satu pihak yang melanggar perjanjian dianggap wanprestasi atau melakukan perbuatan melawan hukum akan dapat diajukan tuntutan ganti rugi oleh pihak yang merasa dirugikan terhadap pelanggaran dari perjanjian yang telah disepakati tersebut.

Keempat, prinsip *privity of contract*. Dalam hal ini para pihak yang terlibat dalam kontrak kemitraan perdagangan umum ialah pihak pemasok dan Carrefour, yang mana kontrak tersebut tidaklah dapat berlaku dan tidak mengikat bagi para pihak yang berada diluar kontrak tersebut. Kelima, prinsip kebebasan berkontrak. Adanya prinsip kebebasan berkontrak ini berlaku pula dalam kontrak kemitraan dengan pola perdagangan umum antara Carrefour dan pemasoknya, dimana ini para pihak memiliki kebebasan untuk menentukan setiap aspek yang telah dijelaskan diatas, yaitu setiap aspek yang akan diperjanjikan di dalam kontrak kemitraan perdagangan umum yang akan tertuang dalam setiap klausul perjanjian. Namun seiring dengan berkembangnya kehidupan masyarakat saat ini prinsip kebebasan berkontrak telah memiliki batasan-batasan tertentu, tak terkecuali dalam hal ini kontrak kemitraan yang dibuat oleh Carrefour dan pemasoknya. Mengenai hal ini dalam kontrak kemitraan perdagangan umum sekurang-kurangnya memuat klausul-klausul seperti yang tertuang di dalam Pasal 34 Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dimana Perjanjian kemitraan dituangkan dalam perjanjian tertulis yang sekurang-kurangnya mengatur kegiatan usaha, hak dan kewajiban masing-masing pihak, bentuk pengembangan, jangka waktu, dan penyelesaian perselisihan. [13]

Keenam, prinsip proporsionalitas. Adanya prinsip proporsionalitas dalam kemitraan yang terjalin antara Carrefour dan pemasoknya mengatur mengenai hak dan kewajiban para pihak sesuai proporsi atau bagiannya yang telah disepakati, sehingga dengan adanya prinsip yang ini yang terkandung dalam kontrak kemitraan tersebut diharapkan kontrak kemitraan antara Carrefour dan pemasoknya tersebut dapat mengakomodir kepentingan para pihak dan dapat saling memenuhi kebutuhan antara para pihak sehingga dapat menciptakan hubungan kemitraan yang saling memperkuat, saling menguntungkan, dan saling memerlukan, sehingga nantinya prinsip proporsionalitas dapat terwujud.

Ketujuh keabsahan kontrak inti plasma. Dalam hal keabsahan kontrak inti plasma ini sama halnya dengan keabsahan kontrak pada umumnya yang sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 BW baik syarat subyektif maupun obyektif. Syarat Pertama yaitu, kesepakatan. Yang dimaksud dengan pihak yang membuat perjanjian disini adalah Carrefour selaku pihak pemasar dan pemasok selakunpihak yang memasokkan barang kepada Carrefour. Dalam hal ini para pihak tersebut mengenai kesepakatan berarti bahwasanya kedua pihak tersebut telah bersedia untuk mengikatkan diri mereka untuk menyepakati suatu perjanjian dengan adanya keadaan dimana para pihak saling setuju atas kehendak pihak lainnya.

Syarat kedua, kecakapan. Kecakapan bertindak adalah kecakapan atau kemampuan untuk melakukan perbuatan hukum. Perbuatan hukum adalah perbuatan yang akan menimbulkan akibat hukum. Orang-orang yang akan mengadakan perjanjian haruslah orang-orang yang cakap dan mempunyai wewenang untuk melakukan perbuatan hukum, sebagaimana yang ditentukan oleh undang-undang.<sup>10</sup> Dalam hal ini para pihak dalam perjanjian kemitraan perdagangan umum disini adalah Carrefour dan pemasok. Mengenai kecakapan pihak dalam kontrak kedua pihak disini Carrefour merupakan sebuah perusahaan berbentuk Perseroan Terbatas, berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang

---

<sup>10</sup> Harry Suryawan, 'Analisis Yuridis Kontrak Dagang Antara Perusahaan Farmasi Dengan Distributor Obat-Obatan', Thesis, Program Magister Kenotariatan Universitas Diponegoro Semarang, (2006).[13].

Perseroan Terbatas memberi menjelaskan bahwasanya:

“Perseroan Terbatas yang selanjutnya disebut (*“Perseroan”*), adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasar perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam undang-undang ini serta peraturan pelaksanaannya”.

Dengan adanya penjelasan tersebut maka dalam hubungan kemitraan antara Carrefour dengan pemasoknya dalam hal ini Carrefour merupakan suatu perusahaan yang telah berbentuk badan hukum dimana dengan begitu Carrefour dimungkinkan untuk dapat melakukan perbuatan hukum dalam hal ini melakukan kontrak dengan pemasoknya. Lalu mengenai kecakapan pemasok ialah bahwasanya dalam hal ini pemasok yang dimungkinkan melakukan perbuatan hukum ialah individu atau badan hukum yang telah dianggap cakap menurut hukum untuk melakukan perbuatan hukum dalam hal ini melakukan kontrak dengan pihak lain. Maka dengan adanya penjelasan mengenai kecakapan para pihak di atas bahwasanya antara Carrefour dengan pemasoknya telah memenuhi unsur syarat sah perjanjian dalam hal kecakapan para pihak.

Syarat ketiga. objek tertentu. Mengenai objek tertentu disini dalam Pasal 1333 BW dijelaskan bahwasanya “Suatu persetujuan harus mempunyai pokok berupa suatu barang yang sekurang-kurangnya ditentukan jenisnya. Jumlah barang itu tidak perlu pasti, asal saja jumlah itu kemudian dapat ditentukan atau dihitung.” Maka dalam hal kontrak kemitraan yang dibuat antara Carrefour dan pemasoknya harus adanya suatu hal yang menjadi objek dari perjanjian tersebut. Yang menjadi prestasi dalam hal kontrak kemitraan perdagangan umum ini adalah adanya hak dan kewajiban dari para pihak yaitu berupa adanya kewajiban dari pihak pemasok untuk melakukan pemasokan barang yang telah dengan menerima hak berupa pembayaran sebagaimana telah diperjanjikan dan Carrefour untuk melakukan program kemitraan yang terdiri atas pengembangan dan pembinaan yang merupakan program untuk meningkatkan kemampuan usaha pemasok untuk menjadi pelaku usaha tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari Carrefour selaku perusahaan besar.

Syarat keempat, kausa yang diperbolehkan. Sebab yang diperbolehkan merupakan tujuan daripada dibuatnya suatu kontrak (*causa*). Causa yang diperbolehkan adalah apa yang menjadi tujuan para pihak untuk menutup kontrak atau apa yang ingin dicapai oleh para pihak pada saat penutupan kontrak.<sup>11</sup>

### **Upaya Perlindungan Hukum bagi Pemasok dalam Menciptakan Kemitraan yang Memberikan Keadilan bagi Setiap Pihak**

Bahwasanya terdapat beberapa bentuk upaya hukum bagi para pemasok yang dirugikan dari adanya kontrak kemitraan yang terjalin dengan Carrefour, adapun bentuk upaya hukum tersebut ialah pertama, bahwasanya dalam hal ini terkait adanya kontrak kemitraan yang terjalin antara Carrefour dan pemasoknya apabila terdapat salah satu pihak yang dirugikan pemerintah dapat memberikan perlindungan hukum, Pemerintah berusaha melindungi kepentingan nasional yang meliputi ritel tradisional serta pemasok usaha kecil dengan menerapkan kemitraan antara usaha kecil dengan peritel modern dengan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan. Berikut yang diatur dalam sistem kemitraan:<sup>12</sup>

1. Apabila dalam kerjasama usaha diatur *trading terms*, maka harus jelas, wajar dan berkeadilan dan saling menguntungkan serta disepakati kedua belah pihak tanpa tekanan;
2. Biaya-biaya yang dapat dikenakan kepada pemasok adalah biaya-biaya yang berhubungan langsung dengan penjualan produk pemasok.

Adapun bentuk lain dari upaya Pemerintah maupun Pemerintah Daerah menyediakan data ialah adanya peran pemerintah untuk mengembangkan proyek percontohan kemitraan, memfasilitasi dukungan kebijakan, terkait peran pemerintah ini dapat dilakukan dengan peran pemerintah bukan hanya dalam bentuk perizinan usaha saja, namun yang lebih mendasar adalah bagaimana mengarahkan aktivitas ekonomi nasional agar bermanfaat sebesar-besarnya bagi kesejahteraan masyarakat.

---

<sup>11</sup> Salim H.S, *Hukum Kontrak Teori Dan Teknik Penyusunan Kontrak*, (Sinar Grafika 2003).[171].

<sup>12</sup> Hitt, Michael "Manajemen Strategis : Menyongsong Era Persaingan dan Globalisasi, Terjemahan, (Erlangga 2004).[23].

Kedua upaya hukum dari KPPU selaku pihak pengawas atas terjalinnya hubungan bisnis antar dua pelaku usaha, KPPU memiliki fungsi yang vital dalam sebuah kegiatan kemitraan dikarenakan, apabila sebuah kegiatan kemitraan yang dilandaskan atas suatu keadaan dimana salah satu pihak menguasai pihak lain dalam hal ini Carrefour menguasai para pemasoknya dikhawatirkan dalam jangka waktu tertentu Carrefour akan mengakibatkan adanya persaingan tidak sehat antara para pelaku usaha ritel selain itu dari adanya persaingan usaha yang tidak sehat otomatis hal ini akan merugikan konsumen dikarenakan konsumen tidak memiliki pilihan lain untuk memenuhi kebutuhannya.

Perlindungan konsumen yang diberikan KPPU bersifat tidak langsung, melainkan melalui pengawasan terhadap pelaku usaha agar persaingan usaha yang efektif berjalan dengan baik. Interaksi bebas antara pasokan dan permintaan akan membentuk harga yang wajar buat konsumen, sehingga mereka bebas memilih barang dan jasa dengan harga dan kualitas yang sesuai kemampuan mereka. Bahwasanya terkait adanya pelanggaran yang dilakukan oleh KPPU terhadap penyusunan kontrak kemitraan yang dilakukan dengan para pemasoknya mendasari KPPU untuk mengetahui lebih jauh mengenai keberadaan aturan yang diterapkan dalam rangka mengurangi permasalahan yang terjadi di industri ritel, baik di sisi horizontal maupun vertikal. Dengan kompleksnya industri ritel di Indonesia, maka KPPU memutuskan untuk membentuk Tim Evaluasi dan Kajian Dampak Kebijakan Persaingan Usaha Dalam Industri Ritel.

Pengawasan KPPU adalah untuk menjaga agar sistem ekonomi pasar tetap dalam kondisi efisien melalui kegiatan produksi yang dapat menekan biaya seoptimal mungkin dengan penggunaan sumber daya yang hemat sehingga memungkinkan kegiatan konsumsi oleh masyarakat secara proporsional dan berfaedah tinggi. Kegiatan produksi dan konsumsi itu didasarkan pada pengalokasian sumber-sumber daya yang tepat dan berdaya guna tinggi dan pada akhirnya sistem ekonomi pasar yang efisien tersebut mampu menghasilkan kesejahteraan masyarakat luas.

Dalam hal fungsi pengawasan KPPU dan kekuatan putusan KPPU yang dapat dijadikan rujukan sebagai Indikator keefektifan KPPU terkait adanya kegiatan

kemitraan ialah bahwasanya dalam hal ini KPPU sebagai lembaga yang mengawasi kegiatan usaha para pelaku usaha sangatlah menguntungkan konsumen sekaligus menguntungkan produsen. Dikatakan menguntungkan konsumen karena interaksi bebas antara pasokan dan permintaan akan membentuk harga yang wajar buat konsumen, sehingga mereka bebas memilih barang dan jasa dengan harga dan kualitas yang sesuai dengan kemampuan mereka. Dan dikatakan menguntungkan produsen karena eliminasi hambatan yang tidak pada tempatnya terhadap aktivitas usaha dan pencegahan monopoli pasar memungkinkan mereka menikmati ekonomi pasar bebas. Sehingga dengan demikian peran KPPU dalam perekonomian Indonesia adalah menciptakan perekonomian yang efisien melalui interaksi timbal balik antara kepastian usaha dan iklim usaha yang kondusif.

Melalui keputusan-keputusannya tersebut KPPU mengkomunikasikan kepada masyarakat bahwa di Indonesia dilarang melakukan usaha monopoli atau yang cenderung monopoli atau usaha-usaha yang menghalangi kegiatan usaha pihak lain atau mengurangi hak pihak lain untuk berusaha secara wajar. Beberapa kegiatan dan keputusan KPPU bisa dijadikan rujukan mengenai penciptaan iklim usaha yang kondusif itu, diantaranya adalah Putusan Nomor 02/KPPU – L/2005 yang mana dalam putusan tersebut menghukum PT Carrefour Indonesia membayar denda Rp 1,5 milyar karena terbukti melakukan praktek minus margin dalam syarat-syarat perdagangan yang mana syarat-syarat perdagangan tersebut berdasarkan keterangan para saksi yang merupakan anggota Asosiasi Perusahaan Pemasok Pasar Modern Indonesia (AP3MI) dianggap memberatkan para pemasok. Pemeriksaan perkara oleh pihak KPPU maka pihak PT. Carrefour Indonesia dianggap telah melanggar pasal 19 (a) Undang Undang no 5 tahun 1999 dengan putusan No 02/KPPU – L /2005 dan putusan tersebut diperkuat oleh Pengadilan Negeri Jakarta selatan, yang kemudian pada prosesnya pihak PT. Carrefour Indonesia mengajukan kasasi dengan alasan bahwa keputusan tersebut dianggap kesalahan penerapan hukum, namun selanjutnya putusan KPPU tersebut kembali diperkuat oleh Mahkamah Agung dengan putusan No 01 /K/KPPU/2005/ pada tanggal 15 Januari 2007, dimana dalam putusan tersebut Mahkamah Agung

berpendapat bahwasanya putusan KPPU tersebut bukanlah kesalahan penerapan hukum. Maka pada tanggal 19 Agustus 2005 Mahkamah Agung menguatkan putusan KPPU terhadap perkara PT. Carrefour. Dengan adanya kekuatan putusan yang diberikan KPPU atas adanya kegiatan kemitraan antara Carrefour dan pemasoknya tersebut dapat memberikan efek jera bagi pelaku usaha kedepannya jika melakukan perjanjian yang curang di kemudian hari.

Selain adanya upaya hukum dari Pemerintah dan lembaga KPPU hal ini dimungkinkan bagi pelaku usaha yang merasa dirugikan hak keperdataannya dapat mengajukan perkaranya ke pengadilan untuk memperoleh solusi dalam hal adanya sengketa penyelesaian permasalahan yang sedang dihadapi sebagaimana mestinya, yakni dengan menyampaikan gugatan terhadap pihak yang dirasa merugikan.

Adapun dalam hal ini gugatan-gugatan yang dapat diajukan dalam sengketa kontrak perdagangan umum antara Carrefour dan pemasoknya ialah gugatan *Citizen Law Suit (Actio Popularis)* dan *Class Action*. Berdasarkan Peraturan Mahkamah Agung Nomor 1 Tahun 2002 Tentang Tata Cara Penerapan Gugatan Perwakilan Kelompok, diberikan penjelasan bahwasanya gugatan Perwakilan Kelompok (*Class Action*) didefinisikan sebagai suatu tata cara atau prosedur pengajuan gugatan, dimana satu orang atau lebih yang mewakili kelompok mengajukan gugatan untuk dirinya sendiri dan sekaligus mewakili kelompok orang yang jumlahnya sangat banyak yang memiliki kesamaan fakta atau dasar hukum antara wakil kelompok atau d<sup>an</sup> anggota kelompok dimaksud. Dalam sengketa antara Carrefour dan pemasoknya tersebut dapat diwakili oleh Asosiasi Perusahaan Pemasok Pasar Modern Indonesia (AP3MI) yang mewakili para pemasok. Sedangkan anggota kelompok adalah sekelompok orang yang dalam hal kontrak perdagangan umum yaitu para pemasok yang dalam jumlah banyak yang mana dalam hal adanya kontrak kemitraan tersebut mengalami sejumlah kerugian yang mana untuk melakukan gugatan diwakili oleh wakil kelompok pemasok tersebut.

Disamping adanya mekanisme gugatan dengan *Class Action*, dimungkinkan pula menggugat dengan mekanisme *actio popularis* atau *Citizen Law Suit*. Menurut Sjahdeini yang dimaksud dengan *Actio Popularis* adalah prosedur pengajuan gugatan

yang melibatkan kepentingan umum secara perwakilan.<sup>13</sup> Sehingga dalam hal mengenai adanya kontrak kemitraan yang terjalin antara Carrefour dan pemasoknya ini dapat disimpulkan bahwa setiap warga negara tanpa kecuali yang merasa bahwa ia dirugikan atas dasar kepentingan umum dapat melakukan pengajuan gugatan *actio popularis* atau *citizen law suit* terhadap tindakan Carrefour yang dianggap merugikan kepentingan umum, yang mana karena perbuatannya tersebut adanya kepentingan umum yang terganggu karena masyarakat yang dalam hal ini sebagai konsumen tidak memiliki pilihan lain dalam berbelanja karena adanya pelanggaran yang diperbuat oleh Carrefour.

### **Kesimpulan**

Kontrak kemitraan dengan pola perdagangan umum merupakan perjanjian kerjasama yang dibuat antara pihak Usaha Besar dan Usaha Menengah dengan Usaha Kecil dalam hal ini Carrefour merupakan representatif dari pelaku usaha besar dan pemasok sebagai representatif dari pihak Usaha mikro, Kecil dan Menengah. Adapun obyek yang diperjanjikan adalah adanya program kemitraan yang memberikan hak dan kewajiban bagi para pihak serta adanya pembinaan dan pengembangan dari pelaku usaha besar kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah meliputi pemasaran, pembinaan dan pengembangan sumber daya manusia, manajemen, dan teknologi. Dalam pembuatan kontrak kemitraan dengan pola perdagangan umum ini diperlukannya suatu pengaturan meliputi prinsip-prinsip dasar yang dibutuhkan terhadap setiap tahap pembuatan kontrak kemitraan dari tahap pra-kontrak sampai dengan pelaksanaan kontrak selain hal tersebut bahwasanya perlu dipenuhi syarat-syarat sah penting dalam keabsahan suatu kontrak sebagaimana yang tertuang dalam Pasal 1320 BW hal ini diharapkan agar dalam kontrak kemitraan tersebut terwujud sebuah kontrak yang teratur, efisien, proposional selain itu juga memberi keadilan serta kepastian hukum bagi para pihak.

---

<sup>13</sup> Sjahdeni, 'Gugatan Actio Popularis dan Batas Kewenangan Hakim,(Hukum Online 2006) <<http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol15774/gugatan-actio-popularis-dan-batas-kewenangan-hakim>>. Accessed 28 Desember 2018.

Kontrak kemitraan dengan pola perdagangan umum dibuat dalam bentuk akta tertulis hal ini dilakukan sebagai bentuk upaya perlindungan dan kepastian hukum, sehingga kontrak tersebut menjadi perjanjian yang memiliki pembuktian yang sempurna bagi para pihak. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya sengketa antar pihak maka upaya penyelesaian sengketa yang dapat digunakan oleh para pihak dalam kontrak kemitraan ini adalah dengan melalui dua cara yaitu jalur nonlitigasi yaitu konsultasi, negosiasi, konsiliasi, mediasi, dan arbitrase apabila tidak menemukan kesepakatan maka dapat diajukan ke jalur litigasi.

Dari adanya kontrak kemitraan dengan pola perdagangan umum seringkali ditemui adanya ketimpangan posisi antara pelaku usaha besar selaku pihak pemasaran dengan pemasok selaku pihak yang memasok barang di gerai pelaku usaha besar. Adanya keadaan tersebut dapat berdampak buruk bagi keberlangsungan kontrak yang dibuat oleh para pihak dan berpotensi menimbulkan adanya sengketa di kemudian hari. Maka oleh adanya keadaan tersebut disini perlu adanya suatu upaya hukum yang konkrit demi tercapainya suatu keadilan dan kepastian hukum bagi para pihak.

Perlindungan hukum tersebut dapat dilakukan dengan cara adanya intervensi dan peran serta dari pemerintah yang benar-benar dilakukan dalam setiap aspeknya untuk melakukan pengawasan terhadap berjalannya kontrak kemitraan perdagangan umum dan bagi para pihak untuk menciptakan kesepakatan yang lahir dari kesepakatan dalam menuangkan klausul-klausul yang akan disepakati nantinya. Dari adanya beberapa upaya hukum diatas diharapkan untuk pembuatan kontrak kemitraan selanjutnya dapat mengoptimalkan kegiatan kemitraan perdagangan umum, serta dari kontrak tersebut dapat memberdayakan, memberi kepastian hukum dan membawa keadilan bagi para pihak khususnya pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

### **Daftar Bacaan**

#### **Buku**

Salim H.S, *Hukum Kontrak Teori Dan Teknik Penyusunan Kontrak*, (Sinar Grafika 2003).

Hernita Sahban. *Menembus Badai UMKM* (Sah Media 2015).

Hitt, Michael ”*Manajemen Strategis : Menyongsong Era Persaingan dan Globalisasi*, Terjemahan, ( Erlangga 2004).

Johannes Ibrahim, *Hukum Organisasi Perusahaan (Pola Kemitraan dan Badan Hukum)* , (Refika Aditama 2006).

### **Jurnal**

Ferdiansyah, ‘Globalisasi Ekonomi, Integrasi Ekonomi Global. Dinamika Pasar Modal & Kebutuhan Standar Akuntansi Internasional’, (2016), 8 Jurnal Akuntansi STIE STAN.

Robby Yuwono dan R. R. Retno Ardianti, ‘Analisa Faktor-Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro dan Kecil Pada Sektor Formal di Jawa Timur’, (2013) 1 AGORA.

Yulien Tika Fitriza, ‘Analisis Pendapatan dan Persepsi Peternakan Plasma Terhadap Kontak Perjanjian Pola Kemitraan Ayam Pedaging di Propinsi Lampung’, (2012) 3 Buletin Peternakan.

Lili Naili Hidayah, ‘Pelaksanaan Kemitraan Pola Perdagangan Umum di Bidang Kerajinan Keramik di Kabupaten Bantul Yogyakarta’, (2011) 2 Jurnal Universitas Jambi.

Faizal Kurniawan dan Adinda Prisca, ‘Pengaturan Kontrak Inti Plasma dalam Pemberdayaan Usaha Perkebunan yang Patut dan Adil , (2015) 30 Yuridika.

### **Internet**

Sjahdeni, ‘Gugatan Actio Popularis dan Batas Kewenangan Hakim,(Hukum Online 2006) <<http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol15774/gugatan-actio-popularis-dan-batas-kewenangan-hakim>>. Accessed 28 Desember 2018.

Tejo Nurseto. ‘Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah yang Tangguh’. Jurnal Ekonomi dan Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta 2004 <<https://journal.uny.ac.id/index.php/jep/article/view/675/539>>, Accessed 16 Agustus 2018

### **Thesis**

Harry Suryawan, ‘Analisis Yuridis Kontrak Dagang Antara<sup>[1]</sup>Perusahaan Farmasi Dengan Distributor Obat-Obatan , Thesis, Program Magister Kenotariatan Universitas Diponegoro Semarang, (2006).

1102      **Novia Choirunnisa:** Perlindungan Hukum bagi

**Skripsi**

Mulia Wulandari, '*Kinerja Agroindustri Keripik Penerima dan Bukan Penerima Kredit Program Kemitraan Bina Linhkungan ( PKBL) PT. Perkebunan Nusantara VII DI Sentra Industri Keripik Bandar Lampung*', Skripsi , Program Sarjana Universitas Lampung, (2017).

**HOW TO CITE:** Novia Choirunnisa, 'Perlindungan Hukum bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Melalui Perjanjian Kemitraan Antara Carrefour dan Pemasoknya' (2019) Vol. 2 No. 3 *Jurist-Diction*.