

Jurist-Diction

Volume 5 No. 5, September 2022

Perjanjian Penetapan Harga Jual Kembali Retailer *Skincare*

Farah Fadhila Amany

farah.fadhila.amany-2018@fh.unair.ac.id

Universitas Airlangga

How to cite:

Farah Fadhila Amany,
'Perjanjian Penetapan Harga
Jual Kembali Retailer *Skincare*'
(2022) Vol. 5 No. 5 Jurist-
Diction.

Histori artikel:

Submit 22 Agustus 2022;
Diterima 14 September 2022;
Diterbitkan 29 September 2022.

DOI:

10.20473/jd.v5i5.38437

p-ISSN: 2721-8392**e-ISSN:** 2655-8297**Abstract**

Business Competition Law is a legal instrument that determines everything related to business competition, which includes things that business actors can do or are prohibited. The tendency of executing prohibited agreements or prohibited activities to be carried out by business actors and several business actors is caused by the desire of the business actor or a group of business actors to become a dominant position in a relevant market. In Indonesia, there are various kinds of skincare brands that are easily available at various reseller agents. Indications of unfair business competition are found in setting the resale price for skincare retailers. This research aims to prove that there is an indication of unfair business competition by skincare retailers in determining the resale price as stipulated in Law Number 5 year 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition.

Keywords: *Business Competition; Resale Price Maintenance; Skincare Retailer.*

Abstrak

Hukum Persaingan Usaha merupakan instrumen hukum yang menentukan segala sesuatu yang berkaitan dengan persaingan usaha yaitu mencakup hal-hal yang dapat dilakukan maupun yang dilarang untuk dilakukan oleh pelaku usaha. Kecenderungan pelaksanaan perjanjian yang dilarang maupun kegiatan yang dilarang yang dilakukan oleh pelaku usaha maupun beberapa pelaku usaha disebabkan oleh adanya keinginan pelaku usaha maupun sekelompok pelaku usaha untuk menjadi posisi dominan dalam suatu pasar bersangkutan. Di Indonesia terdapat berbagai macam merek *skincare* yang mudah didapatkan di berbagai agen reseller. Indikasi persaingan usaha tidak sehat ditemukan dalam penetapan harga jual kembali retailer *skincare*. Penulisan ini bertujuan untuk membuktikan bahwa adanya indikasi persaingan usaha tidak sehat oleh retailer *skincare* dalam penetapan harga jual kembali sebagaimana sesuai dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Kata Kunci: *Persaingan Usaha; Penetapan Harga Jual Kembali; Retailer Skincare.*

Copyright © 2022 Farah Fadhila Amany

Pendahuluan

Sebagai salah satu organ tubuh yang penting sebab cerminan kesehatan dan kecantikan yang dipaparkan oleh tiap-tiap orang, maka usaha untuk merawat dan menjaga kesehatan kulit menjadi hal yang sangat krusial, demikian pula pada kulit wajah.¹

Semakin tahun, pertumbuhan merek dan kandungan pada *skincare* di Indonesia semakin beragam-semakin banyak masyarakat baik wanita atau pria serta tua atau muda mengikuti rangkaian perawatan kulit untuk merawat diri. Tentu hal ini dilakukan demi tercapainya perasaan suka akan sesuatu yang menarik perhatiannya sehingga akan mendorong buat mempertahankan kondisi kulit supaya senantiasa sehat serta segar. Beberapa faktor yang menentukan minat konsumen dalam dapat diperhatikan dari segi budaya dan strata sosial, lingkungan sosial, gaya hidup, usia, kepribadian, siklus hidup, dan juga usia.² Seiring perkembangan zaman, budaya yang ada saat ini juga mengalami perkembangan yang berdampak pada terbentuknya rasa konsumtif bagi setiap orang khususnya dalam hal berpenampilan, sebab banyak orang yang berlomba-lomba untuk selalu menunjukkan penampilan terbaiknya dan terlihat berbeda dengan orang lain di sekelilingnya meskipun membutuhkan keputusan yang tidak mudah dalam memenuhi kebutuhan dan gaya hidup.

Maraknya merek *skincare* di pasaran membuat para konsumen mencari cara paling mudah untuk mengetahui informasi terbaru serta kandungan didalamnya, tak terkecuali menggunakan aplikasi Shopee. Shopee sangat digemari oleh kalangan muda hingga tua karena memiliki informasi yang jelas, barang dengan merek yang beragam, serta kemudahan dalam berbelanja.

Astrid Wiliandry selaku direktur Snapcart memberikan tanggapan atas pilihan masyarakat yang menjadikan Shopee sebagai situs perbelanjaan yang diminati ketika Ramadhan dan saat itu dalam masa pandemi karena disebabkan oleh

¹ Riska Andriana dan Dra. Hj. Sri Achir, 'Minat Konsumen Terhadap Perawatan Kulit Wajah Dengan Metode Mikrodermabrasi di Viota Skin Care Kota Malang' (2014) Info Singkat: Jurnal Edisi Yudisium Periode Februari, III.[200].

² *ibid.*[201].

banyaknya faktor.³ Berdasarkan data informasi lapangan yang diperoleh melalui riset Snapcart atas pemilihan (*top of mind*) dari situs belanja online, didapati hasil yang menunjukkan dari 1.000 (seribu) responden, 66% diantaranya memilih aplikasi belanja Shopee selama masa Ramadhan hingga Hari Raya Lebaran pada Tahun 2020.⁴

Pada saat pandemi, masyarakat beralih ke teknologi dalam menjalankan kegiatan berbelanja, yaitu secara *online*. Masyarakat juga beralih merawat diri dari klinik kecantikan ke perawatan di rumah menggunakan *step-step skincare* dengan kandungan yang dibutuhkannya—hal ini mengurangi resiko terpapar virus Covid-19 yang sulit dihindari apabila perawatan wajah secara langsung di dalam klinik. Indonesia saat ini memiliki berbagai macam *brand* lokal yang menjamur. Di tengah makin tumbuhnya kesadaran di kalangan wanita maupun pria untuk menerapkan *skincare routine*, *brand skincare* lokal pun bermunculan menawarkan produk perawatan kulit dengan segudang manfaat. Poin plusnya, *brand skincare* lokal ini cenderung mudah diperoleh dan harganya pun cukup terjangkau.⁵

Tak terkecuali N’Pure—merek lokal Indonesia yang mendadak viral karena berbagai macam kandungan di dalamnya, bahkan produk *sunscreen* yang menjadi andalan setiap remaja Indonesia—memiliki kandungan SPF 50 PA++++ *camellia sinensis leaf extract* yang terbukti dapat melindungi kulit dari teriknya matahari dan membuat kulit bernafas. Dengan berbagai macam produk serta penawaran yang sangat menarik dari N’Pure, membuat para penjual online maupun toko offline menginginkan produk tersebut untuk dijual kembali. Pembelian tersebut diatur oleh N’Pure dengan syarat pembelian minimal 100 (seratus) produk dan akan mendapat harga khusus—sehingga para retailer bisa menjual kembali dengan harga yang sudah ditentukan oleh N’Pure sesuai dengan kontrak penjualan di awal pembelian.

³ Azis Husaini, “Riset Snapcart: Shopee paling diminati dan jadi pilihan konsumen belanja”, (Jurnal Brand Lokal, 2014) <https://industri.kontan.co.id/news/riset-snapcart-shopee-paling-diminati-dan-jadi-pilihan-konsumen-berlanja>, dikunjungi pada 05-07-2021.

⁴ *ibid.*

⁵ Henny Alifah, “Daftar Brand Skincare Lokal Berkualitas yang Paling Banyak Digemari”, (Jurnal Brand Lokal, 2014) <https://www.beautynesia.id/berita-skincare/daftar-brand-skincare-lokal-berkualitas-yang-paling-banyak-digemari/b-166513>, dikunjungi pada 05-07-2021.

Beberapa penjual baik online maupun offline mulai kehabisan cara untuk menjual kembali produk N'Pure. Bahkan oleh beberapa retailer, produk tersebut dijual dengan harga yang lebih murah dari penetapan harga jual kembali.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dapat terlaksanakan dengan baik, jika dibentuk suatu Lembaga yang independent, yang dinamakan dengan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) yang bertugas dan mempunyai wewenang untuk mengawasi dan menegakkan hukum persaingan usaha. Kelembagaan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) lebih lanjut diatur dengan Keputusan Presiden Nomor 75 Tahun 1999 tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2008.

Melalui Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Nomor 8 Tahun 2011 dijelaskan konsep Pasar Persaingan Sempurna sebagai kegiatan yang dilakukan oleh penjual dan pembeli yang diantaranya terjadi perindahan hak secara penuh dari suatu barang dan/atau jasa terkait akibat perbuatan jual-beli yang terjadi. Dengan berpindahnya hak dari penjual ke tangan pembeli, maka Pembeli memiliki kekuasaan penuh untuk melakukan apapun atas barang tersebut termasuk juga untuk menjualnya kembali dengan harga yang diinginkan. Tetapi ada pula pelaku usaha yang menetapkan harga jual kembali pada konsumennya, yang mana tentunya harus ditepati. Penetapan harga jual kembali dalam kacamata ilmu ekonomi dikenal sebagai *Resale Price Maintenance* (RPM) yang diartikan sebagai usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha atau pemasok dalam rangka mengontrol nilai atau harga dari suatu barang yang diperjualbelikan ketika barang tersebut sudah berada di tangan pelaku usaha untuk dijual kembali (*resold*). Mengingat *Resale Price Maintenance* (RPM) adalah salah satu wujud dari *vertical restraints* yang terjadi ketika dilakukan transaksi ekonomi atas suatu barang atau jasa yang dimaksud, oleh karena itu *Resale Price Maintenance* (RPM) menjadi suatu perjanjian yang secara tidak langsung mengikat para pelaku usaha yang menjalani kegiatan produksi atau distribusi dalam level yang berbeda.

Persaingan yang terjadi di dunia usaha bukanlah hal asing lagi karena setiap perusahaan yang memiliki misi memajukan usahanya tentu akan menemukan

dan menciptakan inovasi-inovasi baru atas produk atau barang tentunya dengan memanfaatkan teknologi masa kini yang sudah canggih. Dalam segi hukum, persaingan yang dilakukan secara jujur/sehat (*fair competition*) dianggap tidak mengandung unsur yang menyimpang atau terlarang sehingga memiliki nilai di mata hukum.⁶ Berbeda dengan persaingan usaha yang dilakukan secara tidak sehat, yakni ditimbulkan karena pelaku usaha tidak memiliki kemampuan dalam bersaing dengan kompetitor lain yang ada baik dari segi modal, tata cara kelola usaha, hingga menentukan bagaimana cara mengembangkan usahanya, sehingga diakibatkan kerugian bagi konsumen dan pelaku usaha lainnya. Persaingan usaha tidak sehat sering dilakukan dengan cara melawan aturan dan tidak dilandasi dengan rasa kejujuran, sebab tujuan dilakukan persaingan usaha yang tidak sehat (*unfair competition*) adalah untuk menghambat pelaku usaha lain.⁷

Maka dari itu, dalam penelitian ini Penulis akan mengangkat kasus mengenai konflik yang terjadi antara CV. Jelita Cosmetics dengan merek N'Pure. Hal ini bermula terjadi ketika produk retail merek N'Pure yang dijual oleh CV. Jelita Cosmetics dalam aplikasi Shopeenya di blokir oleh N'Pure dengan alasan pelanggaran penetapan harga, hal ini membuat CV. Jelita Cosmetics dirugikan secara materiil terlebih karena merek N'Pure dalam Shopee Jelita Cosmetics sudah terjual banyak dan tidak ada kontrak perjanjian di awal mengenai *Reseller Guideline* bagi CV. Jelita Cosmetics.

Metode Penelitian

Metode dalam hal ini diartikan menjadi suatu cara yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan dengan menggunakan alat-alat tertentu. Sedangkan penelitian merupakan suatu usaha untuk menemukan, mengembangkan serta menguji suatu pengetahuan, suatu usaha dimana dilakukan dengan menggunakan menggunakan metode tertentu.

⁶ Rilda .Murniati, *Hukum Persaingan. Usaha* (Penerbit Justice Publisher 2014).[52].

⁷ Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha: Teori dan Praktiknya di Indonesia* (Rajawali 2012).[17].

Pendekatan-pendekatan yang dapat digunakan di dalam penelitian hukum ini akan berfokus pada pendekatan undang-undang (*statute approach*), dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Dalam pendekatan undang-undang (*statute approach*) dilakukan dengan meneliti undang-undang dan regulasi lainnya yang terkait dengan isu hukum dalam penulisan ini.⁸ Dalam sebuah penelitian normatif, pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan merupakan sebuah kewajiban. Pendekatan konseptual (*conceptual approach*) dilakukan dengan cara melakukan telaah terhadap pandangan dan doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum.⁹ Sedangkan untuk pendekatan konseptual, merupakan pendekatan yang beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum. Dengan mempelajari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin di ilmu hukum, peneliti akan menemukan ide-ide yang melahirkan pengertian, konsep, dan asas hukum yang relevan dengan isu yang dihadapi.¹⁰

Indikasi Perilaku Antipersaingan yang Dilakukan oleh Retailer *Skincare* (N'Pure)

Tujuan hukum persaingan usaha berdasarkan Pancasila dan asas-asas hukum ekonomi dalam UUD NRI Tahun 1945 yaitu ialah meningkatnya kesejahteraan terhadap rakyat, memastikan kepastian kesempatan untuk berusaha. yang sama. antara pelaku. usaha terjamin, mencegah .dilakukannya praktik monopoli .dan persaingan. usaha yang tidak .sehat, serta efektifitas dan .efisiensi .dalam berkegiatan pada usaha produksi maupun alokasi.

Pada jaman yang serba modern ini, semua akses termasuk akses untuk berbelanja dimudahkan. Tak terkecuali akses untuk membeli kosmetik atau *skincare* sesuai dengan kebutuhan wajah dan badan. Maka *start-up* yang sedang merajalela saat ini berlomba-lomba menciptakan merek untuk meraih pasar yang ditargetkannya. Dalam hal ini, perbedaan antara pemilik merek dengan produsen tidak selalu dibawah oleh Pelaku Usaha yang sama. Ada beberapa merek yang

⁸ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Kencana Prenada Media 2005).[35].

⁹ *ibid.*[134].

¹⁰ *ibid.*

dibawahi oleh pelaku usaha yang sama, dan ada pula beberapa merek yang tidak dibawahi oleh pelaku usaha yang sama. Maka dapat disimpulkan dalam hal ini siapa saja dari pelaku usaha manapun yang ingin produksi bisa menciptakan produk baru dengan datang ke produsen atau pabrik produksi yang menyediakan jasa, dengan syarat sudah memiliki merek. Dalam kasus ini N'Pure merupakan salah satu contoh merek dengan Produsen yang sama, karena N'Pure berperan sebagai produsen sekaligus pemilik merek.

Ketika diselidiki, terdapat 2 (dua) kemungkinan yang dapat terjadi. Bisa jadi PT. Penta Natural Kosmetindo adalah pemilik merek namun bukan produsen, atau pemilik merek yang sekaligus produsen. Namun walaupun bukan produsen, tapi PT. Penta Natural Kosmetindo adalah pemilik merek dan juga sekaligus berperan sebagai pelaku usaha yang berhak untuk menentukan harganya. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa PT. Penta Natural Kosmetindo-lah yang melakukan *Resale Price Maintenance* (RPM) atau yang menetapkan harga jual kembali.

Konsumen dapat dirugikan secara penurunan atau penghilangan tingkat pada persaingan (*lessening competition*) ketika *Resale Price Maintenance* (RPM) diimplementasikan atas dasar suatu alasan yang bersifat negatif.

Pelaku usaha saat menerapkan penetapan harga jual kembali dengan tujuan untuk memuluskan kolusi atau biasa disebut dengan *facilitating device*, dasar yang penerapan *Resale Price Maintenance* (RPM) tersebut akan menjadi alasan yang negative. Terlebih ketika prosedur *Resale Price Maintenance* (RPM) yang digunakan adalah melalui penetapan *Specified Resale Price* atau *Minimum Resale Price*.

Harga yang harus sampai di tangan konsumen sejatinya harus sesuai dengan kesepakatan awal yang disepakati oleh perusahaan-perusahaan dengan menetapkan *Resale Price Maintenance* (RPM) sebagai dasarnya.

Ketika retailer memiliki posisi tawar-menawar yang lebih kuat daripada produsen, maka retailer dapat memaksa produsen untuk menetapkan harga jual kembali yang dapat menguntungkan retailer. Hal ini menjadi alasan negative lain yang mendasari diterapkannya *Resale Price Maintenance* (RPM) sebagai langkah awal penetapan harga.

Maka dapat disimpulkan bahwa *Specified Resale Price* dan *Minimum Resale Price* merupakan konsep penerapan harga yang dapat berdampak negative bagi persaingan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, namun tidak sepenuhnya berarti Undang-Undang tersebut melarang jenis *Resale Price Maintenance* (RPM). Apabila dilihat secara spesifik dalam Pasal 8, Pasal 8 hanya melarang Penetapan Minimum Harga Jual Kembali yang telah terbukti selaras dengan konsep yang diimplementasikan pada teori ekonomi.

Upaya Hukum Terhadap Perilaku Antipersaingan yang Dilakukan oleh Retailer Skincare (N'Pure)

Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dibentuk berdasarkan asas penjaminan iklim usaha yang kondusif, persaingan usaha yang sehat, sehingga tercapainya tujuan utama yaitu kesempatan dalam berusaha yang sama besarnya bagi pelaku usaha besar, menengah, maupun pelaku usaha kecil. Dan juga demi terciptanya efisiensi untuk berkegiatan dalam usaha yang efektif. Kemudian Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) mengalami banyak kendala karena kewenangan yang dimiliki saat ini masih sebatas pada upaya pencegahan dan penegakan hukum (*law enforcement*) persaingan usaha dalam menjalankan kewenangannya itu. tidak dimilikinya kewenangan untuk penggeledahan dalam menemukan bukti nyata atas suatu pelanggaran yang dilakukan pelaku usaha menjadi keterbatasan yang paling utama dalam penegakan hukum.

Untuk menindak perbuatan antipersaingan yang ditinjau dari aspek kebijakan persaingan, maka langkah-langkah yang perlu diterapkan adalah menciptakan atau mempromosikan perilaku usaha hingga struktur pasar yang kompetitif, sehingga tercipta hukum persaingan yang komprehensif. Namun daripada itu, selain bertujuan untuk mendorong terjadinya persaingan usaha, perilaku konsumen terhadap perilaku antipersaingan juga perlu diamankan, demi terciptanya lingkungan pasar yang terbuka bagi pelaku usaha yang ingin masuk.

Pasal 8 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa terdapat kaitan yang sangat erat antara pendekatan yuridis dengan substansi yang mengatur

larangan perjanjian. Terjadinya persaingan usaha tidak sehat dapat berlaku apabila penerima barang dana tau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang dana tau jasa yang diterimanya, dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan.

Pemahaman mengenai ada atau tidaknya dampak positif ataupun dampak negative dalam persaingan usaha ini harus dikaji mendalam dari segi hukum normative dan/atau analisis terhadap ekonomi. Pada segi hukum normative, ketentuan yang ada mengharuskan pembuktian terhadap usaha tidak sehat yang sah—sehingga, ada atau tidaknya pelanggaran terhadap ketentuan tersebut dapat dikaji ulang dengan dampak ekonomi yang akan selanjutnya disebabkan oleh pelaku usaha.

Adapun tugas-tugas dibentuknya Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) adalah untuk mengawasi pelaksanaan persaingan usaha tidak sehat yang dilarang dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 35 huruf f Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah membuat pedoman dan/atau publikasi yang berkaitan dengan Pasal tersebut. Pemberian pengertian yang rinci, jelas, serta tepat mengenai larangan dalam Penetapan Minimum Harga Jual Kembali, pemberian yang mendasar mengenai paham dan arah yang rinci terhadap pelaksanaan Pasal 8 Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999, penggunaan dan penerapan bagi semua pihak sebagai cara atau pedoman berlandasan dalam berperilaku supaya tidak ada dan terjadi pihak yang merasa dirugikan atas terciptanya kondisi persaingan usaha yang bergerak secara normal, menjadi tujuan awal terciptanya Pasal 8.

Konsumen memiliki preferensi pribadi dalam menentukan dari segi manakah konsumen merasa nyaman dalam berbelanja pada toko yang menjual produk-produk retail yang dibutuhkan. Konsumen memiliki hak untuk menentukan pilihan, apakah konsumen lebih tertarik pada produk retail yang menjual barangnya jauh lebih mahal dari harga eceran tertinggi namun dengan kualitas pelayanan yang sangat memuaskan, atau konsumen lebih tertarik pada produk retail yang menjual barangnya dengan harga yang tidak jauh dari harga eceran

tertinggi namun memiliki kualitas yang biasa saja atau terkadang mengecewakan. Dalam kasus ini dua pelaku usaha yang menjual produk dalam merek yang sama disebut dengan *intra-brand competition*.

Toko yang menjual produk retail dalam merek yang sama atau biasa disebut dengan *intra-brand competition*, akan menyebabkan persaingan yang terlalu menekankan pada persaingan harga, dan melupakan persaingan layanan. Padahal kedua hal tersebut sangat penting untuk dihindari demi terciptanya kepuasan berbelanja bagi konsumen, baik *overemphasized* maupun *underemphasized*. Dan apabila kedua hal tersebut sama-sama diterapkan oleh pelaku usaha atau retailer, maka harga eceran yang diterapkan akan sangat rendah, selaras dengan layanan yang akan diberikan oleh toko. Kemudian pelaku usaha selaku retailer akan mengatur kembali pengaturan harga jualnya atau *Resale Price Maintenance* (RPM) demi terciptanya hilangnya persaingan harga di dalam merek yang sama, dan dengan bonus tertentu retailer bisa mendapatkan motivasi dalam hal peningkatan pelayanan sehingga persaingan layanan antara retailer akan terjadi secara sehat.

Dalam kasus yang telah disebutkan di atas, *Resale Price Maintenance* (RPM) berupa *Specified Resale Price* dapat menguntungkan konsumen dengan syarat apabila pelaku usaha dalam *Specified Resale Price* adalah pelaku usaha yang monopolis. Sehingga, produsen maupun distributor dapat menerapkan *Resale Price Maintenance* (RPM) sebagai bentuk pencegahan terhadap terjadinya pengenaan margin yang tinggi oleh retailer yang melakukan usaha monopoli tersebut. Dalam hukum normative dan teori ekonomi, kondisi tersebut biasa disebut dengan *double marginalization*.

Biaya marjinal yang diterapkan oleh retailer merupakan harga yang diterima oleh retailer atau disebut *wholesale*, sehingga harga eceran yang dikenakan retailer kepada pelaku usaha merupakan margin atas *wholesale price*. Disini *double marginalization* dapat diterapkan, sebagai harga eceran yang diterima konsumen menjadi tinggi, dan produk yang terjual juga menjadi lebih sedikit sehingga dapat mengurangi keuntungan yang diekspektasikan oleh produsen.

Sebagai upaya pencegahan turunnya keuntungan bagi produsen, produsen dapat secara paksa memberikan syarat kepada retailer untuk tidak menjual di

harga eceran sebelumnya yang telah diperjanjikan, melainkan menjualnya dengan harga *wholesale price*. Keuntungan total terjadi jauh lebih tinggi ketika *wholesale price* diterapkan dalam kasus tersebut dikarenakan banyaknya dan meningkatnya *output* yang terjual. Keuntungan tersebut untuk selanjutnya akan dibagi kembali oleh produsen dan juga retailer. Dalam konteks pengurangan margin ganda pada kasus-kasus tersebut di atas, *Resale Price Maintenance* (RPM) yang digunakan adalah *Specified Resale Price* dan *Maximum Resale Price*. Dapat dipelajari bahwa apabila retailer tetap bisa mendapatkan bagian yang sama seperti sebelumnya, maka keuntungan produsen akan terus meningkat stabil.

Proses pemeriksaan adanya dugaan pelanggaran terhadap Pasal 8 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dilakukan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dengan tahap-tahap berupa; apabila terdapat indikasi dugaan pelanggaran Pasal 8 berupa Penetapan Harga Jual Kembali oleh Pelaku Usaha Dominan (Pasal 1 dan Pasal 25) termasuk yang dikecualikan, maka akan terdapat dampak negatif terhadap persaingan yang akan melanggar Pasal 8.

Hal ini disikapi atas adanya perubahan mendasar pasca lahirnya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 mengenai Cipta Kerja terkait pengajuan permohonan keberatan atas putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) ke Pengadilan Niaga. Undang-Undang tersebut juga mengatur bahwa Pelaku Usaha dapat melakukan upaya keberatan atas putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) ke Pengadilan Niaga paling lambat 14 (empat belas) hari setelah diterimanya pemberitahuan putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Implementasi Undang-Undang Cipta Kerja memberikan tugas baru bagi Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) untuk lebih meningkatkan kualitas penegakan hukum persaingan usaha, yang dibuktikan dengan adanya identifikasi regulasi baru seperti penyesuaian Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Nomor 2 Tahun 2019 mengenai Tata Cara Penanganan Perkara Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat serta penyusunan dalam Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Nomor 2 Tahun 2021 mengenai Pedoman Pengenaan Sanksi Denda Pelanggaran Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Penyesuaian lain dilakukan dengan koordinasi oleh Mahkamah Agung, Kemenkumham, serta instansi lain untuk meningkatkan kualitas penegakan hukum. Data membuktikan bahwa proses penegakan hukum di Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) selama ini telah teruji dan diakui oleh Mahkamah Agung yang dikuatkan oleh Mahkamah Agung sebesar 73% dalam proses Kasasi atas Putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), dan 89% pada tahap Peninjauan Kembali.

Peralihan upaya keberatan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) yang semula diproses di Pengadilan Negeri ke Pengadilan Niaga dinilai lebih tepat karena latar belakang hakim di Pengadilan Niaga yang berlatar belakang hukum dan ekonomi. Pengadilan Niaga menjadi pengadilan tingkat pertama dan mempunyai kewenangan untuk memeriksa kembali secara menyeluruh baik aspek formil maupun materiil suatu putusan, berdasarkan dalil-dalil dan bukti-bukti yang diajukan para pihak termasuk Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Dalam menangani suatu perkara, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) menerapkan prinsip *due process of law* sebagai pentingnya prinsip tersebut diterapkan dengan tepat dalam setiap penanganan perkara.

Untuk lebih lengkapnya, peralihan pemeriksaan keberatan dari putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) ke Pengadilan Niaga diatur dalam Surat Edaran Mahkamah Agung Nomor 1 Tahun 2021 yang berisi bahwa kewenangan memeriksa dan mengadili keberatan terhadap putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dialihkan dari Pengadilan Negeri kepada Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri. SEMA ini ditetapkan sementara menunggu terbitnya Peraturan Mahkamah Agung Nomor 3 Tahun 2019, dengan penetapan teknis administrasi bahwa Pengadilan Negeri tidak lagi dapat menerima keberatan putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) terhitung tanggal sejak tanggal 2 Februari 2021; Pengadilan Negeri yang telah menerima keberatan terhadap putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) tertanggal sebelum tanggal 2 Februari 2021, tetap diwajibkan untuk menyelesaikan pemeriksaan dan mengadili perkara dalam keberatan tersebut; Pengadilan Niaga sesuai dengan kewenangan yang diberikan

Undang-Undang, sebagai tujuan untuk menerima, memeriksa dan mengadili perkara dalam hal keberatan terhadap putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) terhitung tanggal 2 Februari 2021; kecuali ditentukan lain oleh Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, tata cara penerimaan keberatan terhadap putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) oleh Pengadilan Niaga dilaksanakan sesuai dengan yang diatur dalam Peraturan Mahkamah Agung Nomor 3 Tahun 2019 tentang Tata Cara Pengajuan Keberatan Terhadap Putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha dan petunjuk pelaksanaannya.

Tata Cara mengenai Pengajuan Upaya Hukum Keberatan Terhadap Putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) yang diatur dalam Peraturan Mahkamah Agung Nomor 3 Tahun 2005 sudah tidak lagi memadai untuk menampung perkembangan permasalahan penanganan perkara keberatan terhadap putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), sehingga Mahkamah Agung memandang perlu menerbitkan ketentuan baru mengenai tata cara pengajuan keberatan terhadap Putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) untuk melaksanakan proses yang transparan dan akuntabel. Dengan ditetapkannya peraturan baru dalam Peraturan Mahkamah Agung Nomor 3 Tahun 2019 tentang Tata Cara Pengajuan Keberatan Terhadap Putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha, maka pengajuan dapat diajukan secara elektronik dengan layanan *e-court* yang berlaku sejak 2 Februari 2021. Pengajuan keberatan diajukan melalui kepaniteraan Pengadilan Negeri sesuai dengan tata cara pendaftaran perkara perdata dengan memberikan salinan Keberatan kepada Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) paling lambat 14 (empat belas) hari terhitung setelah tanggal pembacaan putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) jika Terlapor hadir, atau setelah tanggal pemberitahuan Putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) jika Terlapor tidak hadir dalam sidang pembacaan putusan. Dalam hal ini setelah berlakunya SEMA Nomor 1 Tahun 2021, maka keberatan dapat diajukan dengan menggunakan proses administrasi perkara di Pengadilan Niaga secara elektronik sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) akan melakukan kajian terhadap dampak dari kondisi persaingan usaha dalam industry atas dasar penentuan pelanggaran atau tidaknya strategi yang dilakukan pada ketentuan dalam Pasal 8 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Kesimpulan

Penerapan RPM yang dapat berdampak negative bagi persaingan ialah penerapan *Specified Resale Price* serta *Minimum Resale Price*. Dalam konteks RPM, persaingan usaha tidak sehat lebih tepat didefinisikan menjadi adanya kendala terhadap persaingan. Maka pada evaluasi terhadap dugaan pelanggaran Pasal 8, bukti adanya penetapan harga yang lebih rendah dari yang telah diperjanjikan belum cukup kuat untuk menyatakan bahwa telah terjadi pelanggaran terhadap Pasal 8, yangmana perlu disertai bukti bahwa sudah terjadi dampak negatif terhadap persaingan.

Daftar Bacaan

Buku

Andi Fahmi Lubis, *Hukum Persaingan Usaha* (Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2017).

Ahmad Adi Nugroho, *Kekuatan Pasar dan Hambatan Masuk dalam Sebuah Industri* (Kaylani 2014).

Fajar Sugianto, *Economic Approach to Law, Analisis Ke ekonomian Tentang Hukum Seri II*, (Kencana 2013).

Herbert Hovenkamp, *Antitrust, St. Paul Minnesota*: (West Publishing, Co., 1993).

L. Budi Kagramanto, *Mengenal Hukum Persaingan Usaha* (Laras 2010).

Lennart Ritter et al., *EC Competition Law, A Practitioner's Guide* (Kluwer Law International, Second ed., 2000).

M. Syamsudin, *Mahir Menulis Legal Memorandum* (Kencana Prenada Media 2008).

Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha: Teori dan Praktiknya di Indonesia* (Rajawali 2012).

Novi Nurviani, “Peranan Hukum Persaingan Usaha dalam Pembangunan Ekonomi Nasional”, Dikutip dari Ahmad Kaylani, *Buku Negara dan Pasar dalam Bingkai kebijakan Persaingan (KPPU RI, 2011)*.

Philip Areeda, Antitrust Analysis, Problems, Text, Cases.

Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Kencana Prenada Media Group 2005).

Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum Edisi Revisi*, Cet. 14 (Kencana Prenada Media Group Divisi Kencana 2019).

Rilda Murniati, *Hukum Persaingan Usaha* (Penerbit Justice Publisher 2014).

R. Sheyam Khemani and D. M. Shapiro, *Glossary of Industrial Organisation Economics and Competition Law*, (Paris: OECD, 1996).

S.G. Corones, *Competition Law in Australia, omson (Lawbook, Fourth ed. 2007)*.

Veronica G. Kayne et al., *Vertical Restraints: Resale Price Maintenance Territorial and Customer Restraint, Practising Law Institute* (January-February 2007).

Jurnal

Andriana, Riska dan Dra. Hj. Sri Achir, ‘Minat Konsumen Terhadap Perawatan Kulit Wajah Dengan Metode Mikrodermabrasi di Viota Skin Care Kota Malang’ (2014), *Info Singkat: Jurnal Edisi Yudisium Periode Februari*, Vol III, No 03, 2014.

Alison Jones and Brenda Sufrin, *Text, Cases, and Materials EU Competition Law* (Ed. 4. Oxford University Press, 2011), 1226. Dikutip dari Budi Kagramanto dan Ria Setyawati, ‘Mengevaluasi Hukum Persaingan Usaha di Indonesia dalam Menyongsong Era Pasar Bebas ASEAN 2015’ (2015), *Jurnal Hukum Universitas Airlangga*.

Daniel Agustino, ‘Faktor Penentu Dampak Aktivitas Antipersaingan dan Pengecualian UU Nomor 5/1999 Pasal 50 Huruf G’ (2009), *Jurnal Persaingan Usaha*.

Jessica Tjokroaminoto, ‘Analisa Pengaruh Brand Image dan Company Image Terhadap Loyalitas Retailer Studi Kasus PT Asia Paramita Indah’ (2014), *Jurnal Strategi Pemasaram*.

Wahyu Erdalina dan Susi Evanita, ‘Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek Citra Hand and Body Lotion di Pariaman’ (2015) *Jurnal Riset Manajemen Bisnis dan Publik*.

Laman

Azis Husaini, 'Riset Snapcart: Shopee paling diminati dan jadi pilihan konsumen belanja' (Industri Kontan, 2015), <<https://industri.kontan.co.id/news/riset-snapcart-shopee-paling-diminati-dan-jadi-pilihan-konsumen-berlanja>> dikunjungi pada tanggal 21 Agustus 2021.

Henny Alifah, "Daftar Brand Skincare Lokal Berkualitas yang Paling Banyak Digemari", (Beautynesia, 2020) <<https://www.beautynesia.id/berita-skincare/daftar-brand-skincare-lokal-berkualitas-yang-paling-banyak-digemari/b-166513>> dikunjungi pada tanggal 21 Agustus 2021.

Perundang-undangan

Undang-Undang Nomor Tahun 1999 tentang Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 8 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 8 (Penetapan Harga Jual Kembali) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Peraturan Komisi Persaingan Usaha Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pedoman Tindakan Administratif Sesuai Ketentuan Pasal 47 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Peraturan Komisi 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.

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 3 Tahun 2020 tentang Relaksasi Penegakan Hukum Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Serta Pengawasan Pelaksanaan Kemitraan Dalam Rangka Mendukung Program Pemulihan Ekonomi Nasional.

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 1 Tahun 2019 tentang Tata Cara Penanganan Perkara Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja.

Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.