

Volume : 17 No. 3

ISSN Online : 2613-9340

ISSN Offline : 1412-1255

**ANALISIS YURIDIS KESEPAKATAN
MENENTUKAN HARGA ANTAR PENGUSAHA
SEPEDA MOTOR (MATIC) PERSPEKTIF
HUKUM PERDATA**

Oleh :

Haris Yani, Marzuki**Abstract**

Based on the provisions regarding the legal requirements of an agreement as regulated in Article 1320 of the Civil Code, then in an agreement, the conditions for the validity of the agreement specified in the law of the article must be fulfilled. The conditions for the validity of the agreement as regulated in Article 1320 of the Civil Code are cumulative; it means that the non-fulfillment of one of the conditions of the provisions of the article will result in the cancellation or the agreement can be cancelled. This study aims to determine the legal provisions of the agreement in determining the price of an item among businessmen in the perspective of the Civil Code, and the validity along the legal consequences of an agreement or on agreements in determining the price of motorcycle among motorcycle entrepreneurs based on the Civil Code.

From a civil law perspective, the alleged occurrence of a cartel carried out between PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (PT. YIMM) and PT. Astra Honda Motor (PT AHM) in selling automatic motorcycles type 110-125 cc has not fulfilled the elements of Article 5 of Law no. 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition. In this case, KPPU has not been able to fully prove the existence of an "agreement" between PT. Yamaha Indonesia Motor (PT. YIMM) and PT. Astra Honda Motor (PT AHM) in determining the price agreement. The legal consequence of price agreement in determining the prices based on a civil law perspective is an act that is against the law, namely Law no. 5 of 1999, so that an agreement or on agreements in determining the prices is an agreement or on agreements that is contrary to the law, which has legal consequences of the cancellation or get the cancellation of the agreement.

Keywords: Agreement, Motorcycle Entrepreneur, Civil Law.

Abstrak

Berdasarkan ketentuan mengenai syarat sahnya suatu perjanjian yang diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata, maka dalam suatu perjanjian harus terpenuhi syarat-syarat sahnya perjanjian yang ditentukan dalam undang-undang pasal tersebut. Syarat-syarat sahnya perjanjian yang diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata bersifat kumulatif, artinya dengan tidak terpenuhinya salah satu syarat dari ketentuan pasal tersebut akan berakibat batalnya atau dapat dibatalkannya suatu perjanjian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ketentuan hukum kesepakatan menentukan harga suatu barang antar pelaku usaha dalam perspektif KUH Perdata, dan keabsahan serta akibat hukum persetujuan atau kesepakatan menentukan harga sepeda motor antar pengusaha sepeda motor berdasarkan KUH Perdata.

Dalam perspektif hukum perdata diperbolehkan berdasarkan asas kebebasan dalam berkontrak, sepanjang tidak menimbulkan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Perspektif hukum perdata, dugaan terjadinya Kartel yang dilakukan antara PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (PT. YIMM) dan PT. Astra Honda Motor (PT AHM) dalam penjualan sepeda motor matic type 110-125 cc belum memenuhi unsur-unsur Pasal 5 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dalam perkara ini KPPU belum sepenuhnya dapat membuktikan adanya "perjanjian" yang dilakukan antara PT. Yamaha Indonesia Motor (PT. YIMM) dan PT. Astra Honda Motor (PT AHM) dalam menentukan kesepakatan harga. Akibat hukum kesepakatan harga dalam menetapkan harga berdasarkan perspektif hukum perdata adalah suatu perbuatan yang bertentangan dengan hukum, yaitu Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, sehingga perjanjian atau kesepakatan dalam menetapkan harga adalah suatu perjanjian atau kesepakatan yang bertentangan yang melawan hukum, yang memiliki konsekuensi hukum batalnya atau dapatnya pembatalan perjanjian.

Kata Kunci: Kesepakatan, Pengusaha Sepeda Motor, Hukum Perdata.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia baik sebelum dan sesudah amandemen konstitusi Tahun 2002 menginstruksikan bahwa perekonomian Indonesia disusun serta berorientasi pada ekonomi kerakyatan. Pasal 33 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 merupakan acuan normatif dalam menyusun kebijakan perekonomian nasional menjelaskan tujuan pembangunan ekonomi adalah berdasarkan demokrasi yang bersifat kerakyatan dengan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia melalui pendekatan kesejahteraan dan mekanisme pasar.¹

Persaingan usaha dalam suatu kegiatan usaha merupakan hal yang mutlak terjadi dalam pelaksanaan kegiatan ekonomi saat ini. Pelaksanaan kegiatan ekonomi melalui persaingan usaha yang sehat merupakan sebuah keniscayaan, dalam rangka perwujudan pembangunan ekonomi secara menyeluruh yang mencakup efisiensi dan kesejahteraan konsumen. Prakteknya, dalam persaingan usaha terdapat kemungkinan terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat yang dilakukan oleh beberapa pelaku usaha ataupun asosiasi usaha.

Persaingan usaha tidak sehat (negatif) dapat menimbulkan praktek monopoli di mana pasar hanya dikuasai oleh pelaku usaha tersebut. Selain itu, akibat lain yang timbul dari praktek persaingan usaha tidak sehat adalah kecenderungan pelaku usaha menjual barang yang mahal dengan kualitas yang tidak memadai (rendah). Seringkali suatu industri

hanya mempunyai beberapa pemain (pelaku usaha) yang mendominasi pasar. Keadaan seperti ini dapat mendorong pelaku usaha untuk mengambil tindakan bersama dengan tujuan untuk mengambil keuntungan yang lebih besar dari kegiatan usaha. Di mana para pelaku usaha tersebut dapat melakukan berbagai kesepakatan antar pelaku usaha lainnya, misalnya kesepakatan dalam menentukan harga barang di pasar.

Struktur pasar bersifat tidak sempurna (*imperfect market*) dapat mengakibatkan terjadinya inefisiensi ekonomi atau yang disebut sebagai kegagalan pasar (*market failure*). Selain dari bentuk pasar yang tidak sempurna, kegagalan pasar juga dapat terjadi karena adanya eksternalitas, barang publik, dan informasi yang tidak simetris.²

Ketika terjadi kegagalan pasar, maka muncul rasionalitas akan perlunya intervensi dari pihak pemerintah. Pemerintah dapat turun tangan untuk mengintervensi kegagalan pasar yang terjadi. Intervensi pemerintah tersebut diharapkan dapat mengarahkan pasar menjadi lebih baik atau dalam pengertian sebelumnya membuat pasar menjadi lebih efisien secara ekonomi.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, setiap orang yang berusaha di Indonesia harus berada dalam situasi persaingan yang sehat dan wajar, sehingga tidak menimbulkan adanya pemusatan kekuatan ekonomi pada pelaku usaha tertentu.

Penjelasan umum Undang-Undang Antimonopoli dimaksudkan untuk menegakkan aturan hukum dan memberikan pertimbangan yang sama bagi setiap pelaku usaha dalam

¹ Ningrum Natasya Sirait, *Hukum Persaingan di Indonesia*, Pustaka Bangsa, Medan, 2004, h. 1.

² Andi Fahmi Lubis, et.al, *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks dan Konteks*, Rov Creative Media, Jakarta, 2009, h. 38.

upaya untuk menciptakan persaingan usaha sehat. Undang-Undang Antimonopoli secara jelas menentukan tujuan pembentukannya sebagai berikut:

1. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.
2. 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.
3. Mencegah praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha; dan
4. Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Tujuan pokok yang hendak dicapai dengan diberlakukan Undang-Undang Antimonopoli adalah menciptakan iklim usaha yang sehat, yang dilakukan dengan cara tetap menjaga kelangsungan persaingan. Persaingan antar para pelaku usaha di pasar perlu mendapatkan pengawasan dan tetap dijaga eksistensinya agar tercapainya efisiensi, baik bagi masyarakat konsumen maupun pelaku usaha.

Undang-Undang Antimonopoli memuat 3 (tiga) kategori tindakan yang dilarang, yaitu: perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang, dan posisi dominan. Dalam kategori perjanjian yang dilarang paling tidak terdapat 10 (sepuluh) tindakan yang tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha, yakni *Oligopoli*, Penetapan Harga, Pembagian Wilayah, Pemboikotan, Kartel, *Trust*, *Oligopsoni*, Integrasi Vertikal, Perjanjian

Tertutup, serta Perjanjian dengan Pihak Luar Negeri.³

Kategori yang kedua adalah kegiatan yang dilarang menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yaitu Monopoli, Monopsoni, Penguasaan Pasar, dan Persekongkolan. Untuk kategori posisi dominan, bentuk-bentuk tindakan yang dilarang oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yaitu Penyalahgunaan Posisi Dominan, Jabatan Rangkap, Pemilikan Saham, serta Penggabungan, Peleburan dan Pegambilalihan.⁴

Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menetapkan bahwa pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum. Persaingan dalam kegiatan usaha adalah suatu hal yang niscaya dan merupakan “nafas” dari kegiatan usaha itu sendiri.⁵

Kartel adalah bentuk kerjasama sejumlah pelaku usaha untuk dapat mengendalikan jumlah produksi dan harga suatu barang atau jasa sebagai upaya mendapatkan keuntungan di atas tingkat keuntungan yang wajar. Kartel menggunakan berbagai cara untuk mengkoordinasikan kegiatan antar pelaku usaha.⁶

Praktek kartel biasanya tumbuh dan berkembang pada struktur pasar *oligopoli*,

³ Hermansyah, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha*, Prenada Kencana Prenada Media, Jakarta, 2008, h. 25.

⁴ *Ibid.*, h. 38.

⁵ Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha : Teori dan Praktiknya di Indonesia*, Rajawali Pers, Jakarta, 2012, h. 1.

⁶ Riris Munadiya, *Bukti Tidak Langsung (Indirect Evidence) dalam Penanganan Kasus Persaingan Usaha*, Jurnal Ilmiah, Persaingan Usaha KPPU, Edisi 5, 2001, h. 163.

dimana lebih mudah untuk bersatu dan menguasai pangsa pasar. Pelaku usaha mencoba untuk membentuk suatu kerjasama horizontal atau biasanya berbentuk asosiasi yang sesungguhnya dapat melakukan tindakan positif seperti standarisasi kelayakan suatu produk tetapi digunakan untuk melakukan pengaturan harga yang dapat menghambat persaingan usaha.⁷

Persaingan usaha dalam suatu kegiatan usaha merupakan hal yang mutlak terjadi dalam pelaksanaan kegiatan ekonomi saat ini. Pelaksanaan kegiatan ekonomi melalui persaingan usaha yang sehat merupakan sebuah keniscayaan, dalam rangka perwujudan pembangunan ekonomi secara menyeluruh yang mencakup efisiensi dan kesejahteraan konsumen.

Persaingan usaha tidak sehat yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat menimbulkan praktek monopoli. Monopoli dilarang karena dalam kegiatan usaha dapat menciptakan pemusatan kekuatan pada satu atau sekelompok pelaku usaha, sehingga hanya sedikit pelaku usaha dapat berpartisipasi dalam kegiatan usaha.⁸

Salah satu contoh kasus terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat, yang terjadi karena adanya kesepakatan/perjanjian yang dilarang, yaitu perjanjian dilakukan oleh pelaku usaha perdagangan sepeda motor jenis kutik 110-125 cc, yang dilakukan oleh perusahaan Yamaha dan Honda.

Berdasarkan keterangan Helmi Nurjamil, selaku salah satu anggota Tim investigator KPPU dalam perkara dugaan kartel perdagangan sepeda motor antara perusahaan Yamaha dan Honda, menjelaskan:

Bahwa telah terjadi pelanggaran Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Pasal 5 Ayat (1) yang isinya, Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama. Pemenuhan unsur pasal tersebut, dapat dilihat adanya perjanjian tidak tertulis (*tacit collusion*), berupa surat elektronik di antara direksi kedua perusahaan. Komunikasi itu berisi koordinasi untuk menyesuaikan harga jual sepeda motor jenis skuter matik di Indonesia dalam kurun waktu 2013-2015.⁹

Terjadinya perjanjian antara satu perusahaan dengan perusahaan lain yang menjadi pesaingnya dalam bentuk kartel persekongkolan, maka persaingan bisnis diantara mereka dapat diredam bahkan dieliminir. Perjanjian kartel secara langsung atau tidak langsung dapat mempengaruhi mekanisme pasar, yang mengakibatkan terjadinya praktek monopoli.

Perjanjian kartel berdampak pada timbulnya kerugian bagi kepentingan umum atau publik. Pelaku usaha dalam kartel biasanya terdiri dari kumpulan perusahaan-perusahaan besar yang menghasilkan atau memasarkan produk-produk yang sejenis, yang tujuan utamanya terfokus pada pengendalian harga, sehingga harga yang terbentuk bukanlah harga yang bersaing (*competitive price*).

Pengaturan kartel dalam kebijakan persaingan usaha di Indonesia diatur di dalam Pasal 11 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Praktek kartel menutup peluang masuknya inovasi maupun

⁷ Mustafa Kamal Rokan. *Op. Cit.*, h. 117.

⁸ Rachmadi Usman, *Op. Cit.*, h. 5.

⁹ Destrianita. K. Ketua KPPU: Bukti Kartel Yamaha dan Honda Bersekongkol Cukup untuk Disidangkan, diakses melalui <http://m.tempo.co.id>. Tanggal 18 Februari 2018. Pukul. 12. 30 WIB.

pendatang baru yang mampu menawarkan harga yang lebih kompetitif dan kualitas produk serta pelayanan yang lebih baik. Dalam banyak hal, praktek kartel biasanya diikuti dengan sejumlah pelanggaran hukum dan pelanggaran sosial lainnya, misalnya seperti korupsi, pelanggaran pajak, perkara perdata bahkan pidana, pelanggaran lingkungan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis sangat tertarik untuk mengkaji lebih jauh lagi mengenai perjanjian kesepakatan dalam menentukan harga (kartel) dalam perspektif hukum perdata, dengan judul tesis: **Analisis Yuridis Kesepakatan Menentukan Harga Antar Pengusaha Sepeda Motor (Matic) Perspektif Hukum Perdata.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana perspektif hukum perdata terhadap kesepakatan pengusaha dalam menentukan harga jual sepeda motor matic?
2. Bagaimana keabsahan kesepakatan para pengusaha dalam menentukan harga jual sepeda motor matic berdasarkan KUHPperdata?

C. Tujuan Penelitian

Pelaksanaan suatu penelitian tentunya memiliki tujuan tersendiri yang ingin dicapai. Dalam penelitian ini, adapun tujuan yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui perspektif hukum perdata terhadap kesepakatan pengusaha dalam menentukan harga jual sepeda motor matic.
2. Untuk mengetahui keabsahan kesepakatan para pengusaha dalam menentukan harga

jual sepeda motor matic berdasarkan KUHPperdata.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat dalam perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang hukum bisnis. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian adalah:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan menambah khasanah ilmu pengetahuan, khususnya mengenai perkembangan ilmu hukum bisnis yang mengkaji mengenai kesepakatan pelaku usaha dalam menentukan harga (kartel) yang merupakan suatu perbuatan yang dilarang dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang berguna bagi masyarakat, khususnya bagi pengusaha, agar lebih memahami bentuk-bentuk dari perjanjian yang dilarang oleh Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

E. Kerangka Teori dan Konsep

1. Kerangka Teori

Sebagai titik tolak atau landasan befikir dalam menyoroti atau memecahkan permasalahan perlu adanya pedoman teoritis yang dapat membantu. Untuk itu perlu disusun kerangka teori yang memuat pokok-pokok pikiran yang menggambarkan dari sudut mana masalah tersebut akan dianalisis.

Teori merupakan serangkaian asumsi, konsep, konstruksi, defenisi, dan proposisi untuk

menerangkan suatu fenomena sosial secara sistematis dengan cara merumuskan hubungan antar konsep.¹⁰ Oleh karena itu, untuk memudahkan penelitian diperlukan pedoman berpikir yaitu kerangka teori.

a. Teori Perlindungan Konsumen

Berkenaan dengan perlindungan hukum, terdapat beberapa ahli yang menjelaskan mengenai pengertian dari perlindungan hukum antara lain, Fitzgerald, Satjipto Raharjo, Phillipus M Hadjon dan Lily Rasyidi. Satjipto Rahardjo, menjelaskan bahwa: "Perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum."¹¹ Sedangkan menurut Lili Rasjidi dan I.B Wisa Putra bahwa hukum dapat difungsikan untuk menghujudkan perlindungan yang sifatnya tidak sekedar adaptif dan fleksibel, melainkan juga predektif dan antipatif.¹²

2. Kerangka Konsep

Konsep diartikan sebagai kata yang menyatakan abstrak yang digeneralisasikan dari hal-hal yang khusus, yang disebut dengan definisi operasional.¹³ Untuk menghindari terjadinya perbedaan pengertian tentang konsep yang dipakai dalam penelitian ini, maka perlu dikemukakan mengenai pengertian konsep yang dipakai, sebagai berikut:

¹⁰ Singarimbun. Masri dan Sofian Effendy, *Metode Penelitian Survey*, LP3ES, Jakarta, 2005, h, 3

¹¹ Satjipto Raharjo, *Op.Cit.*, h. 69

¹² Lili Rasjidi dan I. B Wisa Putra, *Hukum Sebagai Suatu Sistem*, Remaja Rusdakarya, Bandung, 1993, h. 118

¹³ Sumadi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1998, h. 34

- a. Analisis yuridis adalah kajian terhadap permasalahan berdasarkan kaidah-kaidah ataupun norma-norma hukum yang berlaku.
- b. Kesepakatan harga adalah kesepakatan dalam menentukan harga, dalam hal ini adalah kesepakatan harga antara pelaku usaha sepeda motor Yamaha dan Honda dalam menentukan harga jual sepeda motor skutik (*matic*).
- c. Pengusaha adalah orang pribadi atau badan dalam bentuk apa pun yang dalam kegiatan usaha atau pekerjaannya menghasilkan barang, mengimpor barang, mengekspor barang, melakukan usaha perdagangan.
- d. Jual Beli adalah perjanjian dimana para pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu benda dan pihak yang lain untuk membayar harga benda yang telah diperjanjikan.
- e. Hukum Perdata adalah ketentuan yang mengatur hak-hak dan kepentingan antara individu-individu dalam masyarakat.

F. Keaslian Penelitian

Setelah dilakukan penelusuran dan penelitian di perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Islam Sumatera Utara dan browsing melalui internet, maka diketahui bahwa belum pernah dilakukan penelitian yang berkaitan dengan penelitian tesis dengan judul: Analisis Yuridis Kesepakatan Menentukan Harga Antara Pengusaha Sepeda Motor (Matic) Perspektif Hukum Perdata, belum pernah dilakukan. Namun, demikian terdapat beberapa penelitian yang terkait dengan penelitian yang penulis lakukan, diantaranya:

1. Penelitian/tesis oleh Alfonsus Nahak, dengan judul: Tinjauan Yuridis Terhadap Perjanjian dan Kegiatan Yang Dilarang Oleh Perusahaan Di Luar Yurisdiksi Teritorial

Hukum Indonesia (Studi Kasus Putusan No. 07/KPPU-L/2007). Mahasiswa Program Pasca Sarjana Ilmu Hukum Universitas Riau, penelitian dilaksanakan pada Tahun 2015. Adapun yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah undang-undang No. 5 Tahun 1999 dapat diterapkan atas perusahaan di luar yurisdiksi teritorial hukum Indonesia yang melakukan perjanjian dan kegiatan yang dilarang di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia?
 - b. Bagaimana Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (KPPU) melakukan penegakan hukum terhadap perusahaan di luar yurisdiksi teritorial hukum Indonesia yang melakukan perjanjian dan kegiatan yang dilarang di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia?
2. Tesis oleh Galuh Puspaningrum, dengan judul tesis: Tinjauan Hukum Terhadap Perjanjian Yang Dilarang Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Menciptakan Persaingan Usaha Yang Sehat & Tidak Monopolistik. Program Pasca Sarjana Ilmu Hukum Universitas Jember, Penelitian pada tahun 2012, dengan permasalahan sebagai berikut:
- a. Bagaimana prinsip-prinsip perjanjian dalam hubungan hukum antar pelaku usaha di bidang ekonomi?
 - b. Bagaimana implikasi hukum terhadap pelanggaran perjanjian dalam kegiatan ekonomi (persaingan Usaha) sebagaimana diatur dalam Pasal 4

sampai dengan Pasal 16 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999?

- c. Bagaimana konsep dan pemikiran yang terkait dengan pengembangan persaingan usaha yang sehat dan tidak monopolistik melalui kebijakan dan peraturan perundang-undangan khususnya yang terkait dengan aspek perjanjiannya?
3. Tesis oleh Winarno, dengan judul : Perumusan Asas Keseimbangan Kepentingan Dalam UU No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Serta Penerapan Hukumnya Dalam Putusan Hakim Atas Perkara Persaingan Usaha, mahasiswa program pasca sarjana Universitas Diponegoro, penelitian pada tahun 2009. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:
- a. Apakah perumusan ketentuan-ketentuan dalam UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat telah mencerminkan asas keseimbangan kepentingan?
 - b. Bagaimana penerapan asas keseimbangan tersebut dalam putusan hakim atas perkara persaingan usaha?
- Berdasarkan ketiga penelitian tersebut di atas, penelitian tentang: Analisis Yuridis Kesepakatan Menentukan Harga Antar Pengusaha Sepeda Motor (Matic) Perspektif Hukum Perdata belum pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Dengan demikian, maka dapat dikatakan penelitian ini adalah murni hasil pemikiran penulis.

G. Metode Penelitian

1. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat analitis deskriptif. Menurut Amiruddin, penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu, atau untuk menentukan penyebaran suatu gejala, atau untuk menentukan ada tidaknya hubungan antara suatu gejala dengan gejala lain dalam masyarakat.¹⁴ Penelitian ini merupakan deskriptis analitis yang mengarah pada metode pendekatan yuridis normatif.

Penelitian ini mencoba untuk menggambarkan keadaan secara umum dari permasalahan, yakni menyangkut tentang pembuatan kesepakatan harga antar pelaku usaha dalam perdagangan sepeda motor skutik (matic) Yamaha dan Honda.

Penelitian ini menggunakan beberapa metode pendekatan, yakni pendekatan undang-undang (*statutory approach*) dilakukan dengan menelaah undang-undang dan regulasi yang berhubungan dengan objek penelitian.

Pendekatan kasus (*case approach*), dilakukan dengan menganalisis kasus kesepakatan penentuan harga sepeda motor skutik antara perusahaan Yamaha dan Honda. Selain pendekatan kasus, juga digunakan pendekatan konseptual (*conceptual approach*), yang dilakukan dengan menelusuri teori dan doktrin perjanjian yang dilarang, dan berdampak terciptanya praktek monopoli.

2. Sumber Data

Sumber data penelitian bersumber dari data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari bahan-bahan pustaka, peraturan

perundangan, dan doktrin-doktrin hukum, yang terdiri atas:

- a. Bahan hukum primer, berupa: Undang-Undang Dasar 1945, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Undang-Undang No. 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Komisi No. 4 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 11.
- b. Bahan hukum sekunder, yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, seperti rancangan undang-undang, hasil-hasil penelitian, hasil karya ilmiah, buku-buku dan lain sebagainya.
- c. Bahan hukum tertier, yakni bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, seperti kamus, ensiklopedia, dan seterusnya.¹⁵

3. Alat Pengumpul Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menelusuri bahan-bahan kepustakaan (*library reseacrh*). Penelitian kepustakaan dilaksanakan dengan cara melakukan penelusuran terhadap referensi hukum berupa buku-buku, majalah, skripsi, tesis, dan juga karya ilmiah lainnya serta melakukan penelusuran terhadap peraturan perundang-undangan, terutama berupa arsip-arsip dan termasuk juga buku-buku tentang pendapat, teori-teori, dalil atau hukum-hukum yang terkait dengan permasalahan yang diteliti.

4. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif. Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat diolah, dan mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang

¹⁴ Amiruddin & Zainal Asikin. 2014. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rajawali Pers, h. 25-26.

¹⁵ *Ibid.*, h. 13.

penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari.

II. PERSPEKTIF HUKUM PERDATA TERHADAP KESEPAKATAN PENGUSAHA DALAM MENENTUKAN HARGA JUAL SEPEDA MOTOR MATIC

A. Perjanjian Menurut Hukum Perdata

1. Pengertian Perjanjian

Perjanjian merupakan sendi yang penting dari Hukum Perdata, karena Hukum Perdata banyak mengandung peraturan-peraturan hukum yang berdasarkan atas janji seseorang. Perjanjian menerbitkan suatu perikatan antara para pihak yang membuatnya. Dengan demikian hubungan hukum antara perikatan dan perjanjian adalah bahwa perjanjian menerbitkan perikatan.

Perjanjian adalah sumber perikatan di samping sumber lain, yaitu Undang- Undang. Hal ini dapat dilihat dari Pasal 1233 KUH Perdata yang menyatakan bahwa: "Tiap-tiap perikatan dilahirkan baik karena persetujuan, baik karena Undang-Undang". Perikatan menunjukkan adanya suatu hubungan hukum antara para pihak yang berisi hak dan kewajiban masing-masing. Perjanjian menunjukkan suatu janji atau perbuatan hukum yang saling mengikat antara para pihak. Menurut Subekti, "perikatan adalah suatu hubungan hukum

antara dua pihak, berdasar mana pihak yang satu berhak menuntut sesuatu dari pihak yang lain, berkewajiban memenuhi itu".¹⁶ Definisi yang dikemukakan oleh Subekti, dapat memberikan pemahaman bahwa setiap perikatan harus memiliki unsur-unsur sebagai berikut, yaitu:

- a. Adanya hubungan hukum, yaitu hubungan yang akibatnya diatur oleh hukum.
- b. Adanya pihak kreditur dan debitur, yaitu pihak yang aktif berpiutang (kreditur) dan berhak atas prestasi tertentu, sedangkan debitur adalah pihak yang diwajibkan memberikan prestasi tertentu.
- c. Adanya prestasi, yaitu hal yang dijanjikan untuk dilaksanakan baik oleh kreditur maupun oleh debitur sebagaimana diatur dalam Pasal 1234 KUHPerdata yang menyatakan bahwa: Tiap perikatan adalah untuk berbuat sesuatu atau tidak berbuat sesuatu.

Perikatan untuk memberikan sesuatu berupa menyerahkan sesuatu barang atau memberikan kenikmatan atas suatu barang, misalnya pihak yang menyewakan berkewajiban memberikan barang atau kenikmatan dari obyek sewamenyewa kepada penyewa. Perikatan untuk berbuat sesuatu berupa perjanjian untuk melakukan suatu pekerjaan, misalnya perjanjian perburuhan, melukis, membuat bangunan, dan lain-lain. Perikatan untuk tidak berbuat sesuatu, misalnya seorang berjanji untuk tidak mendirikan bangunan atau benteng yang tinggi sehingga menghalangi masuknya cahaya matahari ke rumah tetangga, perjanjian untuk tidak mendirikan sesuatu perusahaan yang sejenis dengan kepunyaan orang lain.

¹⁶ Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermesa, Jakarta, 2010, h. 50.

2. Syarat Sahnya Suatu Perjanjian

Pasal 1313 KUHPerdara, menyebutkan: “Perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih”. Kemudian di dalam Pasal 1320 KUHPerdara, disebutkan: “untuk sahnya suatu perjanjian, diperlukan 4 (empat) syarat, yaitu: sepakat mereka yang mengikatkan dirinya, kecakapan untuk membuat perikatan, hal tertentu dan suatu sebab yang halal. Dengan memenuhi persyaratan ini, masyarakat dapat membuat perjanjian apa saja.

Berdasarkan redaksi Pasal 1320 KUHPerdara di atas, maka dapat dipahami bahwa suatu perjanjian dianggap sah bila terjadi kata sepakat mengenai hal-hal yang pokok dari perjanjian. Kesepakatan merupakan salah satu syarat subjektif dianggap tidak ada apabila perjanjian tersebut mengandung unsur paksaan, penipuan atau kekeliruan. Apabila perjanjian yang dibuat mengandung salah satu unsur tersebut serta apabila pihak-pihak yang membuat belum dewasa, perjanjian dapat dibatalkan. Dengan kata lain perjanjian dapat dibatalkan atau menjadi tidak berlaku sejak saat dibatalkan, yaitu : apabila salah satu pihak mengendakinya agar dibatalkan, namun apabila perjanjian tidak dibatalkan maka perjanjian tetap berlangsung dan dianggap sah.¹⁷

Selain syarat subjektif, dalam suatu perjanjian harus pula memenuhi syarat objektif, sebab karena tidak adanya objek perjanjian yang jelas atau perjanjian tersebut tidak dibenarkan oleh hukum maka perjanjian tersebut batal demi hukum. Artinya sejak perjanjian tersebut dibuat sudah dianggap

tidak pernah ada tanpa melalui proses pembatalan terlebih dahulu.¹⁸

3. Asas-asas Dalam Perjanjian

Ketentuan hukum kontrak, terdapat 5 (lima) asas yang dikenal menurut ilmu hukum perdata. Kelima asas itu antara lain adalah: asas kebebasan berkontrak (*freedom of contract*), asas konsensualisme (*concensualism*), asas kepastian hukum (*pacta sunt servanda*), asas itikad baik (*good faith*) dan asas kepribadian (*personality*).¹⁹ Berikut ini adalah penjelasan mengenai asas-asas dimaksud:

a. Asas Kebebasan Berkontrak (*freedom of contract*)

Kebebasan berkontrak (*freedom of making contract*) adalah salah satu asas yang sangat penting di dalam hukum perjanjian, kebebasan ini adalah perwujudan dari kehendak bebas, pancaran hak asasi manusia.²⁰ Asas kebebasan berkontrak dapat dianalisis dari ketentuan Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara, yang berbunyi: “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”.

b. Asas Konsensualisme (*concensualism*)

Asas konsensualisme, artinya bahwa suatu perikatan terjadi (ada) sejak saat tercapainya kata sepakat antara para pihak. Dengan kata lain bahwa perikatan itu sudah sah dan mempunyai akibat hukum sejak saat tercapainya kata

¹⁷ Arus Akbar Silondae dan Andi Fariana, *Op. Cit.*, h. 14.

¹⁸ *Ibid.*, h. 15.

¹⁹ Titik Triwulan Tutik. 2014. *Hukum Perdata Dalam Sistem Hukum Nasional*. Jakarta: Media Group, h. 277.

²⁰ *Ibid.*, h. 229.

sepakat antara para pihak mengenai pokok perikatan.²¹

c. Asas Kepastian Hukum (*pacta sunt servanda*)

Asas kepastian hukum atau asas (*pacta sunt servanda*) merupakan asas yang berhubungan dengan akibat perjanjian. Asas kepastian hukum (*pacta sunt servanda*) merupakan asas bahwa hakim atau pihak ketiga harus menghormati substansi kontrak yang dibuat oleh para pihak, sebagaimana layaknya sebuah undang-undang.

d. Asas Itikad Baik (*good faith*)

Asas itikad baik tercantum dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara yang berbunyi: "Perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik." Asas ini merupakan asas bahwa para pihak, yaitu pihak kreditur dan debitur harus melaksanakan substansi kontrak berdasarkan kepercayaan atau keyakinan yang teguh maupun kemauan baik dari para pihak.

e. Asas Kepribadian (*personality*)

Asas kepribadian merupakan asas yang menentukan bahwa seseorang yang akan melakukan dan/atau membuat kontrak hanya untuk kepentingan perseorangan saja. Hal ini dapat dilihat dalam Pasal 1315 dan Pasal 1340 KUH Perdata. Pasal 1315 KUHPerdara menegaskan: "Pada umumnya seseorang tidak dapat mengadakan perikatan atau perjanjian selain untuk dirinya sendiri."

B. Bentuk-Bentuk Perjanjian Yang Dilarang Dalam Hukum Persaingan Usaha

Undang-Undang Persaingan Usaha mengatur bahwa praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dibagi dalam 3 (tiga) bentuk yaitu perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang, dan posisi dominan. Perjanjian ditentukan dalam Pasal 1 huruf g Undang-Undang Persaingan Usaha yang menentukan bahwa perjanjian adalah suatu perbuatan satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikat diri terhadap satu atau lebih pelaku usaha lain dengan nama apapun, baik tertulis maupun tidak tertulis.

Berdasarkan pengertian tersebut di atas, dapat disimpulkan melalui unsur-unsur perjanjian yang diatur dalam Undang-Undang Persaingan Usaha meliputi:

1. Adanya karena suatu perbuatan.
2. Adanya pelaku usaha sebagai pihak dalam perjanjian.
3. Berbentuk tertulis atau tidak tertulis.

Perjanjian dalam teori persaingan usaha adalah upaya dua pelaku usaha atau lebih dalam konteks strategi pasar, maka esensi perjanjian adalah saling bersepakatnya antar pesaing tentang tingkah laku pasar mereka, baik seluruhnya ataupun menyepakati tingkah laku bagian tertentu dari keseluruhan tingkah laku pasar.²² Akibatnya pelaku usaha tidak lagi tampil terpisah dan tidak lagi mandiri di pasar.

Hal pokok dari perjanjian dalam hukum anti monopoli adalah ikatan. Pihak yang terikat perjanjian tidak harus melibatkan semua pihak, jika hanya satu pihak yang terikat juga sudah cukup. Undang-undang Persaingan Usaha mengatur beberapa bentuk-bentuk perjanjian yang dilarang atau yang bertentangan dengan hukum ekonomi, yaitu:

1. Oligopoli

²¹ *Ibid.* h. 227.

²² Mustafa Kamal Rokan, *Op. Cit.*, h. 86.

Secara sederhana, oligopoli adalah monopoli oleh beberapa pelaku usaha, “*monopoly by a few*”. Oligopoli dapat juga diartikan kondisi ekonomi di mana hanya ada beberapa perusahaan menjual barang yang sama atau produk yang standar. Pasal 4 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 melarang perjanjian oligopoli. “Pelaku usaha membuat perjanjian dengan pelaku usaha lainnya untuk secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.” Jika penguasaan atas barang atau jasa dilakukan oleh hanya satu pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha tertentu disebut monopoli.

2. Penetapan Harga (*Price Fixing Agreement*)

Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha untuk mengadakan perjanjian dengan pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan/atau jasa yang harus dibayar konsumen atau pelanggarnya. Larangan penetapan harga diatur dalam Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, yang menyebutkan: “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan/atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama.”

Larangan penetapan diskriminasi (*price discrimination*) disebutkan dalam Pasal 6 Undang-Undang Larangan Monopoli dan Persaingan usaha tidak sehat, menyebutkan: “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang

berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan/atau jasa yang sama.”

Pengertian penetapan diskriminasi berdasarkan redaksi Pasal 6 di atas, dapat dipahami bahwa larangan diskriminasi harga dilarang apabila pelaku usaha membuat suatu perjanjian dengan pelaku usaha lain yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar harga yang tidak sama atau berbeda dengan harga yang harus dibayar pembeli lain untuk barang dan/atau jasa yang sama, karena hal ini dapat menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat di kalangan pelaku usaha atau dapat merusak persaingan usaha.

Pelaku usaha juga dilarang menerapkan harga di bawah biaya marginal (*predatory price*). Pasal 7 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 mengatur bahwa: “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah pasar, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.”

Larangan perjanjian penetapan harga di bawah biaya marginal, adalah perjanjian yang dibuat pelaku usaha dengan pelaku usaha pesaingnya dengan tujuan menetapkan harga di bawah pasar atau di bawah biaya rata-rata, yang membawa akibat timbulnya persaingan usaha yang tidak sehat. Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 juga melarang pelaku usaha membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa penerima barang dan/atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang dan/atau jasa yang telah diterimanya, dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan, sehingga dapat mengakibatkan

terjadinya persaingan usaha tidak sehat, sebagaimana diatur dalam Pasal 8.

3. Pembagian Wilayah

Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, juga melarang pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya dengan tujuan membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar terhadap barang dan/atau jasa, sehingga mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat, sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 9. Perjanjian pembagian wilayah yang terkena larangan adalah jika isi perjanjian pembagian wilayah yang dimaksud bertujuan membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar terhadap suatu produk barang dan/atau jasa, di mana perjanjian itu dapat menimbulkan praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

4. Pemboikotan

Larangan membuat perjanjian pemboikotan ini diatur dalam Pasal 10 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, yang mengatur:

- a. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya yang dapat menghalangi pelaku usaha lain untuk melakukan usaha yang sama, baik untuk tujuan pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri.
- b. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menolak menjual setiap barang dan/atau jasa dari pelaku usaha lain, sehingga perbuatan tersebut:
 - 1) Merugikan atau dapat diduga merugikan pelaku usaha lain; atau Membatasi pelaku usaha lain dalam menjual atau membeli setiap barang dan/atau jasa dari pasar bersangkutan.
 - 2) Pemboikotan seperti yang diatur dalam Pasal 10 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 ini

dapat menutup akses kepada input yang diperlukan oleh pesaing-pesaing lain.

Pasal 10 ayat (1) memang tidak mensyaratkan adanya dampak negatif dari perjanjian pemboikotan tersebut, tetapi ayat (2) mensyaratkan adanya kerugian yang diderita pelaku usaha lain sebagai akibat pemboikotan atau halangan perdagangan barang dan/atau jasa.

5. Kartel

Larangan membuat kartel ini dicantumkan dalam Pasal 11 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 yang mengatur bahwa: "Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha saingannya yang bermaksud mempengaruhi harga dengan mengatur produksi dan/atau pemasaran suatu barang dan/atau jasa, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat".

Perjanjian kartel yang dilarang adalah perjanjian tingkat produksi, tingkat harga, dan/atau wilayah pemasaran atas suatu barang, jasa, atau barang dan jasa, yang dapat berdampak pada terciptanya monopolisasi dan/atau persaingan usaha tidak sehat dengan pelaku usaha saingannya.

6. Trust

Trust adalah perjanjian untuk melakukan kerja sama dengan membentuk gabungan perusahaan atau perseroan yang lebih besar dengan tetap menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidup masing-masing perusahaan atau perseroan anggotanya, yang bertujuan untuk mengontrol produksi dan/atau pemasaran atas barang dan/atau jasa.

Trust, diatur dalam Pasal 12 Undang-Undang Antimonopoli, yang selengkapnya berbunyi:

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk melakukan kerja sama dengan membentuk gabungan perusahaan atau perseroan yang lebih besar, dengan tetap menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidup masing-masing perusahaan atau perseroan anggotanya, yang bertujuan untuk mengontrol produksi dan/atau pemasaran atas barang dan/atau jasa, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

7. Oligopsoni

Oligopsoni adalah perjanjian yang bertujuan untuk secara bersama-sama menguasai pembelian atau penerimaan pasokan agar dapat mengendalikan harga atas barang dan/atau jasa dalam pasar yang bersangkutan sebagaimana ditentukan dalam Pasal 13 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, yang menetapkan:

- a. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang bertujuan untuk secara bersama-sama menguasai pembelian atau penerimaan pasokan agar dapat mengendalikan harga atas barang dan/atau jasa dalam pasar yang bersangkutan, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.
- b. Pelaku usaha patut diduga atau dianggap secara bersama-sama menguasai pembelian dan/atau penerimaan pasokan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) apabila 2 (dua) atau 3 (tiga) pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 75% (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

8. Integrasi Vertikal

Integrasi vertikal adalah perjanjian antara para pelaku usaha yang bertujuan untuk menguasai produksi sejumlah produk

yang termasuk dalam rangkaian produksi barang dan/atau jasa tertentu yang mana setiap rangkaian produksi merupakan hasil pengolahan atau proses lanjutan, baik dalam satu rangkaian langsung, maupun tidak langsung, yang diatur dalam Pasal 14, yang berbunyi:

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang bertujuan untuk menguasai produksi sejumlah produk yang termasuk dalam rangkaian produksi barang dan/atau jasa tertentu yang mana setiap rangkaian produksi merupakan hasil pengolahan atau proses lanjutan, baik dalam satu rangkaian langsung maupun tidak langsung, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat dan/atau merugikan masyarakat.

9. Perjanjian Tertutup

Perjanjian tertutup termasuk perjanjian yang dilarang yang diatur dalam Pasal 15, yang berbunyi:

- a. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa pihak yang menerima barang dan/atau jasa hanya akan memasok kembali barang dan/atau jasa tersebut kepada pihak tertentu dan/atau pada tempat tertentu.
- b. 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 dari pelaku usaha pemasok.
- c. 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.

10. Perjanjian dengan Pihak Luar Negeri

Perjanjian dengan pihak luar negeri adalah perjanjian yang memuat ketentuan yang dapat mengakibatkan praktek monopoli dan/atau persaingan usaha yang

tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 16 Undang-Undang Antimonopoli, yang selengkapnya berbunyi: “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pihak luar negeri yang memuat ketentuan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat”.

C. Ketentuan Hukum Kesepakatan Menentukan Harga Antar Pelaku Usaha Menurut Hukum Persaingan Usaha

Kartel sebenarnya merupakan istilah umum yang dipakai untuk setiap kesepakatan atau kolusi atau konspirasi yang dilakukan oleh para pelaku usaha. Pemakaian istilah kartel juga dibagi dalam kartel yang utama dan kartel lainnya. Kartel yang utama terdiri dari kartel mengenai penetapan harga, kartel pembagian wilayah, persekongkolan tender dan pembagian konsumen.

Praktek kartel dapat pula menimbulkan kerugian bagi konsumen, oleh karena harga akan mahal dan terbatasnya barang atau jasa di pasar. Kartel adalah kerjasama sejumlah perusahaan yang bersaing untuk mengkoordinasi kegiatannya sehingga dapat mengendalikan jumlah produksi dan harga suatu barang dan atau jasa untuk memperoleh keuntungan diatas tingkat keuntungan yang wajar.²³

Kartel berakibat pada timbulnya kerugian bagi perekonomian, karena para pelaku usaha anggota kartel akan setuju untuk melakukan kegiatan yang berdampak pada pengendalian harga, seperti pembatasan jumlah produksi, yang akan menyebabkan inefisiensi alokasi.

Kartel juga dapat menyebabkan inefisiensi dalam produksi ketika mereka melindungi pabrik yang tidak efisien, sehingga menaikkan biaya rata-rata produksi suatu barang atau jasa dalam suatu industri. Salah satu syarat terjadinya kartel adalah harus ada perjanjian atau kolusi antara pelaku usaha. Ada dua bentuk kolusi dalam kartel yaitu:

1. Kolusi eksplisit, dimana para anggota mengkomunikasikan kesepakatan. mereka secara langsung yang dapat dibuktikan dengan adanya dokumen perjanjian, data mengenai audit bersama, kepengurusan kartel, kebijakan-kebijakan tertulis, data penjualan dan data-data lainnya.
2. Kolusi diam-diam, dimana pelaku usaha anggota kartel tidak berkomunikasi secara langsung, pertemuan-pertemuan juga diadakan secara rahasia. Biasanya yang dipakai sebagai media adalah asosiasi industri, sehingga pertemuan-pertemuan anggota kartel dikamufleskan dengan pertemuan-pertemuan yang legal seperti pertemuan asosiasi. Bentuk kolusi yang kedua ini sangat sulit untuk dideteksi oleh penegak hukum, namun pengalaman dari berbagai negara membuktikan bahwa setidaknya 30% kartel adalah melibatkan asosiasi.²⁴

Kartel umumnya mempunyai beberapa karakteristik, sebagaimana ditentukan dalam Pedoman Pasal 11 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, yang meliputi:

1. Terdapat konspirasi diantara beberapa pelaku usaha.
2. Melibatkan para senior eksekutif dari perusahaan yang terlibat.
3. Biasanya dengan menggunakan asosiasi untuk menutupi kegiatan mereka.
4. Melakukan *price fixing* atau penetapan harga. Agar penetapan harga berjalan efektif, maka diikuti dengan alokasi konsumen atau pembagian wilayah atau alokasi produksi. Biasanya kartel akan menetapkan pengurangan produksi.
5. Adanya ancaman atau sanksi bagi anggota yang melanggar perjanjian.
6. Apabila tidak ada sanksi bagi pelanggar, maka suatu kartel rentan terhadap penyelewengan untuk mendapatkan

²³ Rilda Murniati, *Hukum Persaingan Usaha Kajian Teoritis Menciptakan Persaingan Sehat Dalam Usaha*, Justice Publisher, Bandar Lampung, 2014, h. 78.

²⁴ *Ibid.*

keuntungan yang lebih besar daripada anggota kartel lainnya.

7. Adanya distribusi informasi kepada seluruh anggota kartel. Bahkan jika memungkinkan dapat menyelenggarakan audit dengan menggunakan data laporan produksi dan penjualan pada periode tertentu.
8. Adanya mekanisme kompensasi dari anggota kartel yang produksinya lebih besar atau melebihi kuota terhadap mereka yang produksinya kecil atau mereka yang diminta untuk menghentikan kegiatan usahanya.
9. Sistem kompensasi ini tentu saja akan berhasil apabila para pelaku usaha akan mendapatkan keuntungan lebih besar dibandingkan dengan apabila mereka melakukan persaingan.

Rumusan Pasal 5 Undang-Undang Persaingan Usaha memiliki kesamaan dengan Pasal 11 yang mengatur mengenai kartel. Perbedaan antara Pasal 11 dengan Pasal 5 adalah dalam Pasal 5 pelaku usaha sepakat untuk menetapkan harga sedangkan pada kartel yang disepakati oleh anggota adalah mempengaruhi harga dengan jalan mengatur produksi dan atau pemasaran barang atau jasa. Jadi pada kartel para pelaku sepakat mengenai jumlah produksi dan atau pemasaran barang atau jasa, yang melalui kesepakatan ini akan berpengaruh terhadap harga barang atau jasa yang mereka produksi.

D. Kesepakatan Menentukan Harga Antara Pengusaha Sepeda Motor Dalam Penjualan Sepeda Motor Matic Dalam Perspektif Hukum Perdata

Keberadaan persaingan usaha tidak lepas dari keterlibatan antar pelaku usaha, meliputi produsen, distributor, pelaku usaha dan konsumen yang meliputi beberapa rangkaian kegiatan produksi yakni kebutuhan akan bahan baku, pengolahan, pendistribusian atau peredaran barang/ jasa di pasar. Untuk mendukung mobilisasi usaha maka dari kegiatan tersebut terciptalah hubungan hukum antar pelaku usaha. Hubungan hukum tersebut

menimbulkan suatu hak dan kewajiban serta tanggung jawab yaitu perjanjian.²⁵

Suatu perjanjian harus memenuhi syarat sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata, yang meliputi: kesepakatan, kecakapan, hal tertentu, dan sebab yang tidak dilarang. Dengan terpenuhinya 4 (empat) syarat sahnya perjanjian tersebut maka perjanjian tersebut menjadi sah, mengikat dan menimbulkan akibat hukum bagi para pihak yang membuatnya.

Kesepakatan merupakan persesuaian pernyataan kehendak satu orang atau lebih dengan pihak lainnya. Adanya persetujuan antara pihak-pihak yang meliputi unsur perjanjian, syarat-syarat tertentu dan bentuk tertentu. Jika dalam kata sepakat ada unsur paksaan, penipuan dan tipu muslihat maka dapat dilakukan pembatalan atas perjanjian tersebut. Bagaimana caranya untuk menentukan telah terjadinya kata sepakat, selalu menjadi pertanyaan saat terjadinya kesepakatan antar pihak.

Terkait dengan hukum persaingan usaha, yang menjadi pokok pembahasan dalam penelitian ini, hukum persaingan usaha merupakan ranah hukum perdata (*privat*) yang mengatur hubungan hukum antara pelaku usaha yang menyangkut hak dan kewajiban para pihak secara keperdataan dalam transaksi perdagangan meliputi kegiatan jual beli dan hubungan kontraktual.

Pasal 5 jo Pasal 11 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 adalah dasar hukum, larangan atas kesepakatan atau perjanjian menentukan harga jual antar pelaku usaha. Kesepakatan dalam menentukan harga jual suatu produk barang berdasarkan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 merupakan suatu perbuatan dan

²⁵ *Ibid.*, halaman 57.

kegiatan yang dilarang, sebab dapat menimbulkan praktek monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat.

Dugaan praktek kartel dalam perkara No. 04 /KPPU-I/2016 tentang Dugaan Pelanggaran Pasal 5 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 dalam Industri sepeda motor jenis skuter matic 110-125 cc di Indonesia. Dalam perkara ini, Manajemen PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing dan PT. Astra Honda Motor diduga telah melakukan kesepakatan tentang harga jual motor.

KPPU berdasarkan hasil investigasinya menyatakan bahwa antara pelaku usaha yakni PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing dan PT. Astra Honda Motor diduga telah melakukan kesepakatan tentang harga jual motor diduga telah terjadi kesepakatan dalam menentukan harga yang melanggar Pasal 5 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dugaan praktek penetapan harga berdasarkan adanya komunikasi antara kedua manajemen perusahaan melalui email resmi perusahaan. Adapun isi komunikasi dari kedua manajemen perusahaan tersebut, antara lain:

"Please find attached the IDN price comparasion material presented by YMC at [ASEAN](#) Mtg just after GEC. As you can notice, prices of some models are lower Honda, such as Vixion, Fino, etc. We need to send message to Honda that Yamaha follows H price increase to countermeasure exchange rate fractuation / labor cost increase as a common issue for the industry. So please [Review](#) the current pricing and wher there is a room, please adjust the price. I understand that to maintain the volume, if necessary, we use the amount of price increase for promotion of the models at least for the time being.Thanks, Kojima

(see attached file : Price position IDN 2014.Pptx).²⁶

E-mail di atas dikirimkan pada 28 April 2014 dari Presiden Direktur YIMM Yoichiro Kojima kepada *Executive Vice President* Dyonisius Beti serta diteruskan ke grup manajemen pemasaran. Komunikasi via email tersebut telah diklarifikasi oleh tim investigator KPPU, dan yang bersangkutan membenarkan bahwa pernah mengirimkan *e-mail* tersebut. ***E-mail kedua, yang menjadi dasar bukti bagi KPPU*** adalah pesan yang dikirim oleh Direktur Marketing YIMM, Yutaka Terada kepada Dyonisius dan Direktur Sales YIMM Sutarya, yang isinya:

I have just heard from Mr lida that Dyon san and Sutarya san discussed while I was not in the office on 8th Jan to increase Retail Price to follow Honda as Honda increased retail price from Januari 2015. But I do not completely agree with retail price increase to follow Honda Reasons:

- 1. Presiden Kojima san has requested us to follow Honda price increase many times since Januari 2014 because of his [Promise](#) with Mr. Inuma President of AHM at Golf Course. As we know this is illegal. We never follow such price negotiation process. YMC also educated all employees not to negotiate prices with competitors.*
- 2. Yamaha should decide our retail price by our own marketing strategy.*
- 3. I can agree with only Soul GT and Jupiter MX as we need to make smooth step up to new models for these 2 models.*
- 4. First we need to fight back to fight back and to increase market share especially in the beginning of 2015.*
- 5. And I do not agree to discuss retail price matter at CMM. [Once](#) we did like this we will be requested to do same at CMM.*

Thank U and Regards..... Terada".²⁷

²⁶ Febri Ardani Saragih, Begini Bukti Email, Lengkap Kartel Yamaha dan Honda, website: <http://otomotif.kompas.com>, berita Senin, 3 April, 2017. Diakses pada tanggal. 21 Maret 2017, Pukul 17. 30 WIB.

Dugaan praktek kartel yang dilakukan manajemen PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (PT. YIMM) dan PT. Astra Honda Motor (PT AHM), terkait dengan harga jual sepeda motor matik kelas 110 cc dan 125 cc, kemudian pada tanggal 20 Februari 2017, oleh KPPU telah dijatuhkan vonis dengan menyatakan bahwa PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (PT. YIMM) dan PT. Astra Honda Motor (PT AHM) telah melakukan praktek kartel dalam industri sepeda motor matik kelas 110 cc dan 125 cc di Indonesia. Dalam putusannya KPPU menjatuhkan vonis denda masing-masing sebesar Rp. 25 miliar buat YIMM dan Rp. 22,5 miliar untuk AHM.

Kesimpulan dari Majelis KPPU yang menyatakan bahwa PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (PT. YIMM) dan PT. Astra Honda Motor (PT AHM) telah melakukan praktek kartel dalam industri sepeda motor matik kelas 110 cc dan 125 cc, terhadap keputusan tersebut kedua perusahaan merasa keberatan dan mengajukan banding. Oleh karena, putusan tersebut masih dalam proses banding, maka hingga saat selesainya penelitian ini penulis belum dapat mengakses isi lengkap dari putusan KPPU. Namun, karena substansi dari permasalahan dalam penelitian ini yakni terfokus pada kesepakatan harga yang dilakukan oleh PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (PT. YIMM) dan PT. Astra Honda Motor (PT AHM), maka pembahasan dan analisis terhadap permasalahan penelitian ini cukup kiranya menyimak isi dari pembicaraan kedua manajemen perusahaan yang termuat dalam kiriman email resmi perusahaan.

Dugaan telah terjadinya kesepakatan harga antara PT. Yamaha Indonesia Motor

Manufacturing (PT. YIMM) dan PT. Astra Honda Motor (PT AHM), di dasari adanya pembicaraan yang dilakukan antara kedua perusahaan yang dilakukan melalui email. Berdasarkan email tertanggal 28 April 2014 dari Presiden Direktur YIMM Yoichiro Kojima kepada *Executive Vice President* Dyonisius Beti serta diteruskan ke grup manajemen pemasaran, isi pembicaraan tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

Silakan lihat bahan harga comparasion IDN yang disajikan oleh YMC di ASEAN Mtg. Seperti yang Anda perhatikan, harga beberapa model yang lebih rendah Honda, seperti Vixion, Fino, dll. Kami perlu mengirim pesan ke Honda Yamaha, berikut mengenai kenaikan harga untuk penanggulangan kenaikan biaya nilai tukar *fractuation*/buruh sebagai masalah umum bagi industri. Jadi silakan Tinjau harga saat ini dan wher ada ruang, silakan menyesuaikan harga. Saya mengerti bahwa untuk mempertahankan volume, jika perlu kita menggunakan jumlah kenaikan harga untuk promosi model setidaknya untuk *being*. Terima kasih atas waktunya, Kojima (lihat file terlampir: Posisi Harga IDN 2014.

Kemudian berdasarkan translate isi pembicaraan pada email kedua, isi pembicaraan tersebut kira-kira berbunyi sebagai berikut:

Saya baru saja mendengar dari Mr lida yang Dyon san dan Sutarya San, adanya pembahasan mengenai kenaikan harga untuk mengikuti Honda, karena saya tidak berada di kantor pada 8 januari. Tapi saya tidak sepenuhnya setuju dengan kenaikan harga eceran untuk mengikuti Honda Alasan:

1. Presiden Kojima san telah meminta kita untuk mengikuti Honda kenaikan harga berkali-kali sejak Januari 2014, karena Janji dengan Mr. Inuma Presiden AHM di Golf Course. Seperti yang kita tahu ini adalah ilegal. Kami tidak pernah mengikuti proses negosiasi harga tersebut. YMC juga berpendidikan semua karyawan untuk tidak bernegosiasi harga dengan pesaing.

²⁷ *Ibid.*

2. Yamaha harus memutuskan harga eceran kami dengan strategi pemasaran kita sendiri.
3. Saya bisa setuju dengan hanya Jiwa GT dan Jupiter MX yang kita butuhkan untuk membuat langkah halus hingga model baru untuk 2 model ini.
4. Pertama kita perlu berjuang kembali untuk melawan dan untuk meningkatkan pangsa pasar terutama di awal 2015.
5. Dan saya tidak setuju untuk membahas masalah harga eceran di CMM. Setelah kami melakukan seperti ini kita akan diminta untuk melakukan yang sama di CMM. Terima U dan Salam Terada”.

Memperhatikan dan mencermati pembicaraan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (PT. YIMM) dan PT. Astra Honda Motor (PT AHM) via email tersebut, dapat diketahui bahwa dalam pembicaraan tersebut tidak menunjukkan adanya kesepakatan harga, khususnya dalam menentukan harga jual sepeda motor matic 110 125 cc.

Substansi email dari email tertanggal 28 April 2014 dari Presiden Direktur YIMM Yoichiro Kojima kepada *Executive Vice President* Dyonisius Beti yang diteruskan ke grup manajemen pemasaran, menunjukkan adanya penawaran dari perusahaan yamaha kepada perusahaan honda untuk menyesuaikan harga. Mengingat harga honda dalam beberapa model lebih rendah dari pada harga yamaha. Pesan yang terkandung dalam pesan tersebut pada dasarnya adalah tawaran yang disampaikan oleh pihak yamaha kepada perusahaan honda untuk dapat menyesuaikan harga sesuai dengan biaya produksi dan operasional perusahaan. Kemudian, pesan yang dikirim oleh perusahaan honda kepada yamaha, diketahui adanya permintaan honda agar yamaha

bersedia untuk mengikuti harga honda. Akan tetapi, penawaran yang diberikan oleh honda tersebut tidak disetujui oleh yamaha.

Permintaan presiden Kojima San untuk menyesuaikan kenaikan harga dengan harga honda tidak disetujui oleh yamaha. Dalam email tersebut jelas terlihat Hal ini dapat dilihat dari pernyataan dalam email tersebut, yang menyatakan:kita tahu ini adalah ilegal. Kami tidak pernah mengikuti proses negosiasi harga tersebut. YMC juga berpendidikan semua karyawan untuk tidak bernegosiasi harga dengan pesaing. Yamaha harus memutuskan harga eceran kami dengan strategi pemasaran kita sendiri.

Pembicaraan yang ada dalam email yang menjadi bukti dari KPPU dalam proses pemeriksaan dugaan praktek kesepakatan menentukan harga sesuai dengan Pasal 5 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 yang dipersangkakan oleh KPPU, terlihat bahwa dalam pembicaraan tersebut tidak terjadi kesepakatan antara para pihak sebagaimana yang didugakan oleh KPPU.

Suatu perjanjian baik tertulis maupun tidak tertulis harus didasari pada adanya kesepakatan para pihak yang membuatnya. Dengan belum adanya kesepakatan, maka perjanjian dalam hal ini belumlah terwujud. Tidak adanya kesepakatan dalam penawaran tersebut, maka perjanjian belum terwujud. Oleh karena itu, ketentuan Pasal 5 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 yang dipersangkakan oleh KPPU belum cukup mendasar.

Pasal 5, disebutkan: Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama.

Berdasarkan pada uraian di atas, menurut hukum perdata suatu perjanjian baru terbentuk jika terjadi kesepakatan antar pihak-pihak yang membuatnya. Dengan belum adanya kesepakatan yang tercapai antara para pihak, maka pembuatan perjanjian tersebut belum terwujud. Dengan kata lain, tidak akan terjadi suatu perjanjian tanpa adanya kesepakatan antar para pihak yang membuatnya. Dengan demikian, tidak terpenuhinya unsur kesepakatan antara PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (PT. YIMM) dan PT. Astra Honda Motor (PT. AHM), maka perjanjian tersebut belum dianggap sah atau tidak pernah terjadinya perjanjian.

Unsur selanjutnya yang harus dipenuhi adalah kesamaan harga untuk jenis produk barang tertentu. Unsur ini juga belum sepenuhnya terpenuhi, Ketua KPPU Syarkawi Rauf menjelaskan kepada harian merdeka bahwa:

Saat ini Yamaha dan Honda menguasai 97 persen pangsa pasar Indonesia. Kita enggak melihat ke produsen lain. Kenapa? Karena penguasaan pasar itu dikuasai Yamaha 29 persen dan Honda 68 persen. Sehingga total penguasaan pasar itu bisa mencapai 97 persen. Sehingga, produsen lain hanya menguasai 3 persen pasar, dengan demikian persekongkolan akan sulit terjadi. Harga sepeda motor matik yang dijual oleh pabrikan asal Jepang tersebut seharusnya berada di kisaran Rp 12 juta. Karena ongkos produksi itu hanya Rp 7,5 sampai Rp 8,5 juta-an per unit, kemudian ditambah ongkos lain, kira-kira harganya sekitar Rp 12,6 juta per unit, tapi di pasaran dijual di atas 15 juta.²⁸

Perkara ini yang perlu dibuktikan telah terjadinya persekongkolan atau kesepakatan

dalam menetapkan harga barang adalah yakni terjadinya kesamaan harga untuk suatu produk barang tertentu. Terjadinya kenaikan harga atas produk barang sepeda motor untuk jenis sepeda motor matic 110-12 cc bukan berarti telah terjadi penetapan harga. Persamaan harga mungkin saja terjadi, dikarenakan biaya produksi dan operasional perusahaan untuk model tertentu memang memiliki persamaan biaya produksi.

Berdasarkan uraian di atas, maka berdasarkan perspektif hukum perdata, dugaan terjadinya Kartel yang dilakukan antara PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (PT. YIMM) dan PT. Astra Honda Motor (PT. AHM) dalam penjualan sepeda motor matic type 110-125 cc belum memenuhi unsur-unsur Pasal 5 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Oleh karena, dalam perkara ini KPPU belum sepenuhnya dapat membuktikan adanya "perjanjian" yang dilakukan antara PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (PT. YIMM) dan PT. Astra Honda Motor (PT. AHM) dalam menentukan kesepakatan harga.

Tidak adanya kesepakatan antara pihak-pihak yang membuat perjanjian memiliki konsekuensi hukum bahwa perjanjian tersebut belum dianggap sah dan batal demi hukum atau dapat dibatalkan. Dengan kata lain, tanpa adanya kesepakatan antara para pihak dalam suatu perjanjian, maka berdasarkan asas-asas hukum perdata dan ketentuan hukum yang terkait dengan perjanjian dan perikatan, belum tercapainya kesepakatan belum melahirkan suatu perjanjian. Di mana dalam hukum perdata, suatu perikatan dapat dilahirkan dari perjanjian yang dibuat oleh para pihak dan oleh undang-undang. Perikatan yang dilahirkan dari perjanjian yang dibuat oleh para pihak baru

²⁸ Saugi Riyandi, "5 Fakta Menarik Yamaha dan Honda Disebut Kartel Motor Matik". Berita Harian Merdeka, 7 September 2016, diakses melalui website <http://www.merdeka.com>, pada tanggal 21 Maret 2017. Pukul. 18. 30 WIB.

kemudian terjadi setelah adanya atau tercapainya kesepakatan antara pihak-pihak yang membuatnya.

Berdasarkan teori hukum kontrak, yaitu teori tawar menawar (*bargaining theory*) yang merupakan perkembangan dari teori “sama nilai” (*equivalent theory*), mengajarkan bahwa suatu kontrak hanya mengikat sejauh apa yang dinegosiasikan (tawar menawar) dan kemudian disetujui oleh para pihak.

Memperhatikan tawar menawar dalam perjanjian menentukan harga antara perusahaan honda dengan yamaha, maka dapat dilihat bahwa penawaran dari honda agar yamaha bersedia untuk menyesuaikan harga jual sesuai harga produksi belum diterima dan disetujui oleh perusahaan yamaha, Dengan demikian, jika merujuk pada teori tawar menawar, maka perjanjian dalam menentukan harga juga sepeda motor antara perusahaan honda dengan yamaha dalam ini belum memiliki kekuatan hukum yang mengikat masing-masing. Dengan kata lain, perjanjian tersebut belum terbentuk karena belum adanya persetujuan dari yamaha untuk menerima penawaran dari perusahaan honda.

III. KEABSAHAN KESEPAKATAN PARA PENGUSAHA DALAM MENENTUKAN HARGA JUAL SEPEDA MOTOR MATIC BERDASARKAN KUHPERDATA

A. Kesepakatan Menentukan Harga Sebagai Bentuk Perjanjian Di Larang (kartel) dalam Hukum Persaingan Usaha

1. Larangan Praktek Kartel Dalam Hukum Persaingan Usaha

Hakikatnya hukum persaingan usaha adalah mengupayakan secara optimal terciptanya persaingan usaha yang sehat (*fair*

competition) dan efektif pada suatu saat tertentu. Persaingan usaha yang sehat akan mendorong pelaku usaha untuk melakukan efisiensi agar mampu bersaing dengan pesaingnya.

Berdasarkan ketentuan Pasal 3 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, diketahui bahwa tujuan dari hukum persaingan usaha adalah menciptakan efisiensi, dalam ekonomi pasar dan mencegah praktek monopoli, mengatur persaingan usaha yang sehat dan bebas serta pemberian sanksi bagi para pihak yang melanggar. Tujuan tersebut kemudian dipersempit menjadi 3 (tiga) tujuan, yang meliputi: pertama, memberikan kesempatan yang sama bagi setiap warga negara atau pelaku usaha untuk menjalankan kegiatan usaha. Kedua, bertujuan untuk menciptakan iklim usaha yang sehat, kondusif, dan kompetitif. Ketiga, meningkatkan kesejahteraan masyarakat (kepentingan umum).²⁹

Andi Fahmi Lubis, menjelaskan:

Tujuan hukum persaingan usaha tidak sekedar memberikan kesejahteraan kepada konsumen namun juga memberikan manfaat bagi publik. Dengan adanya kesejahteraan konsumen maka terciptalah kesejahteraan rakyat. Dengan kata lain, keberadaan hukum persaingan usaha tidak hanya menjamin kesejahteraan konsumen tetapi juga menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.³⁰

Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan

²⁹ Hermansyah. *Op. Cit.*, h. 15

³⁰ Andi Fahmi Lubis, et. al., *Op. Cit.*, h. 19.

hukum atau menghambat persaingan usaha.³¹

Di samping itu, dalam konteks pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan, persaingan membawa implikasi positif sebagai berikut:

- a. Persaingan merupakan sarana untuk melindungi para pelaku ekonomi terhadap eksploitasi dan penyalahgunaan.
- b. Persaingan mendorong alokasi dan realokasi sumber-sumber daya ekonomi sesuai dengan keinginan konsumen.
- c. Persaingan bisa menjadi kekuatan untuk mendorong penggunaan sumber daya ekonomi dan metode pemanfaatannya secara efisien.
- d. Persaingan bisa merangsang peningkatan mutu produk, pelayanan, proses produksi, dan teknologi.

Konteks aktivitas bisnis, dapat dipastikan terjadi persaingan (*competition*) di antara pelaku usaha. Pelaku usaha akan berusaha menciptakan, mengemas, serta memasarkan produk yang dimiliki baik barang/jasa sebaik mungkin agar diminati dan di beli oleh konsumen. Persaingan dalam usaha dapat berimplikasi positif, sebaliknya, dapat menjadi negatif jika dijalankan dengan perilaku negatif dan sistem ekonomi yang menyebabkan tidak kompetitif. Dari sisi manfaat, persaingan dalam dunia usaha adalah cara yang efektif untuk mencapai pendayagunaan sumber daya secara optimal.

Perjanjian kartel merupakan salah satu perjanjian yang kerap kali terjadi dalam tindak monopoli. Secara sederhana, kartel adalah perjanjian satu pelaku usaha dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menghilangkan persaingan di antara keduanya. Dengan perkataan lain, kartel (*cartel*) adalah kerja sama dari produsen-produsen produk tertentu yang bertujuan untuk mengawasi produksi, penjualan, dan harga serta untuk melakukan monopoli terhadap komoditas atau industri tertentu.

2. Indikator Kartel

Syarat terjadinya kartel adalah harus ada perjanjian atau kolusi antara pelaku usaha. Ada dua bentuk kolusi dalam kartel, yaitu:³²

- a. Kolusi eksplisit, di mana para anggota mengkomunikasikan kesepakatan mereka secara langsung yang dapat dibuktikan dengan adanya dokumen perjanjian, data mengenai audit bersama, kepengurusan kartel, kebijakan-kebijakan tertulis, data penjualan dan data-data lainnya.
- b. Kolusi secara diam-diam, di mana pelaku usaha anggota kartel tidak berkomunikasi secara langsung, pertemuan-pertemuan juga diadakan secara rahasia. Media yang biasanya dipakai adalah sebuah asosiasi industri, sehingga pertemuan-pertemuan anggota kartel dikamufleskan dengan pertemuan-pertemuan yang legal seperti pertemuan asosiasi. Bentuk kolusi yang kedua ini sangat sulit untuk dideteksi oleh penegak hukum. Namun pengalaman dari berbagai negara membuktikan bahwa setidaknya 30% kartel melibatkan asosiasi.

Praktek kartel umumnya memiliki beberapa ciri atau karakteristik, yang meliputi:

- a. Adanya konspirasi diantara beberapa pelaku usaha.
- b. Melibatkan para senior eksekutif dari perusahaan yang terlibat. Para Senior eksekutif inilah yang biasanya menghadiri pertemuan-pertemuan dan membuat keputusan.
- c. Menggunakan asosiasi untuk menutupi kegiatan mereka.
- d. Melakukan *price-fixing* (penetapan harga). Agar penetapan harga berjalan efektif, maka diikuti dengan alokasi konsumen atau pembagian wilayah atau alokasi produksi. Biasanya kartel akan menetapkan pengurangan produksi.
- e. Adanya ancaman atau sanksi bagi pelanggar, maka suatu kartel akan rentan terhadap penyelewengan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar daripada anggota kartel lainnya.

³¹ Rachmadi Usman, *Op.Cit.*, h. 78.

³² Andi Fahmi Lubis, et. al., *Op. Cit.*, h. 34.

- f. Adanya distribusi informasi kepada seluruh anggota kartel. Bahkan jika memungkinkan dapat menyelenggarakan audit dengan menggunakan data laporan produksi dan penjualan pada periode tertentu. Auditor akan membuat laporan produksi dan penjualan setiap anggota kartel dan kemudian membagikan hasil audit tersebut kepada seluruh anggota kartel.
- g. Adanya mekanisme kompensasi dari anggota kartel yang produksinya lebih besar atau melebihi kuota terhadap mereka yang produksinya kecil atau mereka yang diminta untuk menghentikan kegiatan usahanya. Sistem kompensasi ini tentu saja akan berhasil apabila para pelaku usaha akan mendapatkan keuntungan lebih besar dibandingkan dengan apabila mereka melakukan persaingan. Hal ini akan membuat kepatuhan anggota kepada keputusan-keputusan kartel akan lebih terjamin.³³
- f. Anggota untuk melakukan kecurangan. Apabila jumlah pelaku usaha tidak terlalu banyak, maka mudah untuk diawasi.
- f. Penyesuaian terhadap perubahan pasar dapat segera dilakukan. Kartel membutuhkan komitmen dari anggota-anggotanya untuk menjalankan kesepakatan kartel sesuai dengan permintaan dan penawaran di pasar. Kartel akan semakin efektif jika dapat dengan cepat merespon kondisi pasar dan membuat kesepakatan kartel baru jika diperlukan.
- g. Investasi yang besar. Apabila suatu industri untuk masuk ke pasarnya membutuhkan investasi yang besar, maka tidak akan banyak pelaku usaha yang akan masuk ke pasar. Oleh karena itu, kartel diantara pelaku usaha akan lebih mudah dilakukan.³⁴

Suatu kartel bisa berjalan secara efektif

apabila setiap anggota kartel memenuhi

Terdapat beberapa persyaratan agar

persyaratan-persyaratan yakni:

suatu kartel dapat berjalan efektif, diantaranya:

- a. Jumlah pelaku usaha. Semakin banyak pelaku usaha di pasar, semakin sulit untuk terbentuknya suatu kartel. Kartel akan mudah dibentuk dan berjalan lebih efektif apabila jumlah pelaku usaha sedikit atau pasar terkonsentrasi.
- b. Produk di pasar bersifat homogen. Karena produk homogen, maka lebih mudah untuk mencapai kesepakatan mengenai harga.
- c. Elastisitas terhadap permintaan barang. Permintaan akan produk tersebut tidak berfluktuasi. Apabila permintaan sangat fluktuatif, maka akan sulit untuk mencapai kesepakatan baik mengenai jumlah produksi maupun harga.
- d. Pencegahan masuknya pelaku usaha baru ke pasar.
- e. Tindakan-tindakan anggota kartel mudah untuk diamati. Dalam suatu kartel terdapat kecenderungan bagi
- a. Anggota kartel harus setuju untuk mengurangi produksi barang dan kemudian menaikkan harganya atau membagi wilayah. Perjanjian kartel yang efektif dapat mengakibatkan kartel itu bertindak sebagai monopoli yang dapat menaikkan dan atau menurunkan produksi dan atau harga atau tanpa takut pangsa pasar dan keuntungannya berkurang.
- b. Diperlukan *monitoring* atau mekanisme hukuman bagi anggota kartel yang melakukan kecurangan. Hal ini disebabkan kartel rentan terhadap kecurangan dari anggota kartel untuk menjual lebih banyak dari yang disepakati atau menjual lebih murah dari harga yang telah ditetapkan dalam kartel.
- c. Perlu dilakukan langkah-langkah untuk mendorong anggota kartel untuk bekerja secara rahasia guna menghindari terungkapnya atau diketahuinya kartel oleh otoritas pengawas persaingan usaha, karena kartel pada prinsipnya melanggar undang-undang.
- d. Agar kelangsungan kartel dapat terjaga, maka para anggota kartel akan berupaya mencegah masuknya

³³ KPPU RI. 2011. Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Tentang Pedoman Pelaksanaan Pasal 11 Tentang Kartel Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Monopoli dan Persaingan Usaha, Jakarta: KPPU Republik Indonesia, h. 9.

³⁴ *Ibid.*, h. 9-10.

pelaku usaha baru yang tertarik untuk ikut menikmati harga kartel.³⁵

Setiap pelaku usaha, pedagang memiliki hak untuk mengembangkan perusahaan ataupun usaha dagangnya dengan menjalankan ikhtiar-ikhtiar untuk memperbesar pendapatan (laba) dari kegiatan usaha atau perdagangan yang dilakukan. Namun ikhtiar tersebut tidaklah boleh dijalankan dengan sesuka hati, sehingga pengusaha/pedagang bertindak dengan sewenang-wenang. Dengan kata lain, pengusaha/pedagang tidak lagi mengindahkan nilai kejujuran dan kelayakan yang harus ada dalam tatanan pergaulan hukum dunia usaha.

Perilaku jujur dan kelayakan dalam menjalankan kegiatan usaha adalah suatu keharusan, demi terwujudnya persaingan usaha yang sehat yang dapat memberikan perlindungan bagi masyarakat, khususnya bagi konsumen. Salah satu bentuk larangan dan perilaku tidak jujur dari pengusaha adalah bentuk kesepakatan dalam menentukan harga jual antar pelaku usaha. Kesepakatan antar pelaku usaha yang bertujuan untuk mempengaruhi pasar adalah suatu bentuk perjanjian yang dilarang dalam Undang-Undang Anti Monopoli.

Prakteknya, dalam bentuk pasar oligopoli, dimana hanya terdapat sedikit pelaku usaha dalam pasar tersebut yang mengakibatkan sulitnya masuk ke dalam pasar tersebut atau diterapkannya *barrier to entri*. Dalam jenis pasar ini terdapat saling ketergantungan antara masing-masing pelaku usaha sehingga keputusan strategis suatu perusahaan tergantung dari keputusan strategis perusahaan lainnya yang terdapat dalam pasar tersebut.³⁶

Kondisi pasar inilah yang kemudian melahirkan tindakan kartel.

Kartel adalah bentuk kerjasama sejumlah pelaku usaha untuk dapat mengendalikan jumlah produksi dan harga suatu barang atau jasa sebagai upaya mendapatkan keuntungan di atas tingkat keuntungan yang wajar. Kartel menggunakan berbagai cara untuk mengkoordinasikan kegiatan antar pelaku usaha.³⁷

Praktek kartel biasanya tumbuh dan berkembang pada struktur pasar *oligopoli*, dimana lebih mudah untuk bersatu dan menguasai pangsa pasar. Pelaku usaha mencoba untuk membentuk suatu kerjasama horizontal atau biasanya berbentuk asosiasi yang sesungguhnya dapat melakukan tindakan positif seperti standarisasi kelayakan suatu produk tetapi digunakan untuk melakukan pengaturan harga yang dapat menghambat persaingan usaha.³⁸

Persaingan usaha dalam suatu kegiatan usaha merupakan hal yang mutlak terjadi dalam pelaksanaan kegiatan ekonomi saat ini. Pelaksanaan kegiatan ekonomi melalui persaingan usaha yang sehat merupakan sebuah keniscayaan, dalam rangka perwujudan pembangunan ekonomi secara menyeluruh yang mencakup efisiensi dan kesejahteraan konsumen.

Persaingan usaha tidak sehat yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat menimbulkan praktek monopoli. Monopoli dilarang karena dalam kegiatan usaha dapat menciptakan pemusatan kekuatan pada satu atau sekelompok pelaku usaha, sehingga hanya

³⁵ *Ibid.*, h. 10.

³⁶ Andi Fahmi Lubis, et.al. *Op. Cit.*, h. 36.

³⁷ Riris Munadiya, *Bukti Tidak Langsung (Indirect Evidence) dalam Penanganan Kasus Persaingan Usaha*, Jurnal Ilmiah, Persaingan Usaha KPPU, Edisi 5, 2011, h.163.

³⁸ Mustafa Kamal Rokan. *Op. Cit.*, h. 117.

sedikit pelaku usaha dapat berpartisipasi dalam kegiatan usaha.³⁹

Bentuk persaingan usaha tidak sehat yang diatur dalam Undang-Undang Anti Monopoli terdiri dari 3 (tiga) jenis, yaitu perbuatan/kegiatan yang dilarang, perjanjian yang dilarang, dan penyalahgunaan posisi dominan. Persaingan usaha tidak sehat dapat menimbulkan praktek monopoli di mana pasar hanya dikuasai oleh beberapa pelaku usaha. Akibat lain yang timbul dari praktek persaingan usaha tidak sehat adalah kecenderungan pelaku usaha menjual barang yang mahal dengan kualitas yang tidak memadai (rendah).

Praktek kartel merupakan salah satu strategi yang diterapkan diantara pelaku usaha untuk dapat mempengaruhi harga dengan mengatur jumlah produksi mereka. Pelaku usaha/pengusaha berasumsi jika suatu produksi yang dihasilkan di dalam pasar dikurangi, sedangkan permintaan terhadap produk tersebut di dalam pasar tetap, akan berakibat kepada naiknya harga ke tingkat yang lebih tinggi. Sebaliknya, jika di dalam pasar produk melimpah, sudah barang tentu akan berdampak terhadap penurunan harga produk di pasar. Maka dari itu, pelaku usaha mencoba membentuk suatu kerjasama horizontal (*pools*) untuk menentukan harga dan jumlah produksi barang atau jasa. Namun pembentukannya kerjasama ini tidak selalu berhasil, karena para anggota seringkali berusaha berbuat curang untuk keuntungannya masing-masing.

Mengantisipasi anjloknya harga suatu produk di pasar, sehingga harga produk barang/jasa yang ditawarkan pelaku usaha tetap dapat memberikan keuntungan yang besar, maka pelaku usaha biasanya membuat perjanjian diantara sesama pelaku usaha

lainnya (*horizontal*) yang bertujuan mengatur jumlah produksi sehingga produksi di pasar tidak berlebih. dan tujuannya agar tidak membuat harga produk tersebut menjadi lebih murah. Pengaturan jumlah produksi tersebut bertujuan agar harga hasil produksi tetap stabil di tingkat konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa tidak semua kesepakatan yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat disebut sebagai tindakan kartel. Oleh karena, kesepakatan harga antar pelaku usaha dalam perdagangan dapat pula terbentuk berdasarkan mekanisme pasar. Misalnya: pasokan terhadap produk barang berupa sembako mengalami kelangkaan didalam pasar karena terjadinya bencana alam disuatu daerah penghasil bahan sembako tersebut. Terjadinya kelangkaan suatu barang, akan berakibat meningkatnya permintaan terhadap barang tersebut, berdasarkan teori hukum ekonomi penawaran dan permintaan (*supply and demand*), maka kelangkaan barang sewajarnya membuat harga barang tersebut lebih tinggi.

Kartel dalam Undang-Undang Anti Monopoli dikategorikan sebagai salah satu bentuk perjanjian yang dilarang bagi pelaku usaha. Hal ini secara tegas diatur dalam ketentuan Pasal 11 Undang-Undang Anti Monopoli, yang menyebutkan: "pelaku usaha dilarang membuat perjanjian, dengan pelaku usaha pesaingnya yang bermaksud untuk mempengaruhi harga dengan cara mengatur produksi dan/atau pemasaran suatu barang dan/atau jasa, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat."

Berdasarkan ketentuan pasal di atas, dapat diketahui bahwa kartel dirumuskan secara *rule of reason*, di mana pelaku usaha dapat

³⁹ Rachmadi Usman. *Op. Cit*, h. 5.

membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya yang bermaksud untuk mempengaruhi harga dengan mengatur produksi atau pemasaran suatu barang atau jasa asalkan tidak mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

Perkembangan dunia perdagangan dan dunia usaha dalam hukum persaingan usaha telah menunjukkan bahwa kesepakatan antar pelaku usaha dalam menentukan harga dan atau hasil suatu produksi di pasar yang disebut kartel terkadang tidak hanya bertujuan untuk menjaga stabilitas harga produk di pasar.

Kesepakatan yang dibuat antar pelaku usaha memiliki tujuan untuk mengeruk keuntungan yang sebesar-besarnya dengan mengurangi produk secara signifikan di pasar, sehingga kondisi dimana suatu minimnya barang di dalam pasar akan menimbulkan kelangkaan terhadap jenis produk tersebut. Keadaan demikian akan mengakibatkan konsumen harus mengeluarkan biaya yang lebih untuk dapat membeli produk tersebut di pasar. Dengan kata lain, tujuan utama dari praktek kartel adalah untuk mengeruk sebanyak mungkin *surplus* konsumen ke produsen. Oleh sebab itu, praktek kartel menubar kompetisi dengan tindakan-tindakan yang *kolusif* diantara pesaing dilarang dalam hukum persaingan usaha.

3. Larangan Kartel bagi Industri Otomotif dalam Undang-undang Perindustrian No. 3 Tahun 2014 Tentang Perindustrian

Otomotif merupakan sesuatu yang berhubungan dengan alat yang dapat berputar atau bergerak dengan sendirinya. Otomotif biasanya akan dikaitkan dengan motor atau

mesin yang dapat menggerakkan benda yang lebih besar daripada mesin/ motor penggerak tersebut. Industri otomotif menjadi salah satu industri yang diunggulkan di Indonesia. Perkembangan pesat industri ini menjadi salah satu penyebab industri yang diunggulkan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa larangan praktek tidak saja ditegaskan dalam Undang-Undang Anti Monopoli, melainkan juga ditegaskan dalam Undang-Undang perindustrian. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa praktek kartel dalam perdagangan industri otomotif selain bertentangan dengan Undang-Undang Anti Monopoli, juga bertentangan dengan Undang-Undang Perindustrian.

B. Keabsahan Menentukan Harga Antar Pelaku Usaha Sepeda Motor Menurut KUHPerdara

Menjalankan perusahaan maka persaingan melawan hukum di dalam negara hukum tentu tidak diperkenankan, akan tetapi terhadap pesaing hanya untuk memperoleh laba dan batas-batas yang wajar, tentu tidak dilarang, bahkan merupakan suatu keharusan bagi perkembangan perusahaan itu sendiri, termasuk cabang perdagang dari perusahaan-perusahaan tersebut.⁴⁰

Setiap pengusaha, pedagang memiliki hak untuk mengembangkan perusahaan ataupun usaha dagangnya dengan menjalankan ikhtiar-ikhtiar untuk memperbesar pendapatan (laba) dari kegiatan usaha atau perdagangan yang dilakukan. Namun ikhtiar tersebut tidaklah boleh dijalankan dengan sesuka hati, sehingga pengusaha/pedagang bertindak dengan

⁴⁰ Soekardono, *Hukum Dagang Indonesia*, Dian Rakyat, Jakarta, 2003, h. 170.

sewenang-wenang. Dengan kata lain, pengusaha/pedagang tidak lagi mengindahkan nilai kejujuran dan kelayakan yang harus ada dalam tatanan pergaulan hukum dunia usaha.

Perilaku jujur dan kelayakan dalam menjalankan kegiatan usaha adalah suatu keharusan, demi terwujudnya persaingan usaha yang sehat yang dapat memberikan perlindungan bagi masyarakat, khususnya bagi konsumen. Salah satu bentuk larangan dan perilaku tidak jujur dari pengusaha adalah bentuk kesepakatan dalam menentukan harga jual antar pelaku usaha.

Berdasarkan defenisi mengenai perjanjian yang diatur dalam Pasal 1313 KUHPerdato tersebut di atas, maka dapat dipahami bahwa perjanjian merupakan salah satu sumber dari perikatan. Dalam hukum perdata, suatu perikatan dapat lahir karena adanya perjanjian dan atau karena undang-undang. Hal ini secara eksplisit dijelaskan dalam Pasal 1233 KUH Perdata.

R. Subekti menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan perikatan, ialah: "Suatu hubungan hukum (mengenai kekayaan harta benda) antara dua orang, yang memberik hak pada yang satu untuk menuntut barang sesuatu dari yang lainnya, sedangkan lainnya diwajibkan memenuhi tuntutan itu".⁴¹

Mengenai sumber perikatan, dalam KUHPerdato disebutkan bahwa suatu perikatan dapat lahir dari suatu persetujuan (perjanjian) atau dari undang-undang. Perikatan yang lahir dari undang-undang dapat dibagi atas perikatan yang lahir dari undang-undang saja dan yang lahir dari undang-undang karena suatu perbuatan orang. Yang belakang ini, dapat dibagi atas perikatan yang lahir dari suatu

perbuatan yang diperbolehkan dan yang lahir dari perbuatan yang berlawanan dengan hukum.⁴²

Sistem hukum perjanjian menganut sistem terbuka, artinya para pihak mempunyai kebebasan yang sebesar-besarnya untuk mengadakan perjanjian yang berisi dan berbentuk apa saja, asalkan tidak melanggar ketertiban umum dan kesusilaan. Hal ini dapat kita lihat dalam Pasal 1338 KUH Perdata yang pada intinya menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.

Sah suatu perjanjian, Pasal 1320 KUHPerdato mensyaratkan 4 (empat) elemen atau unsur yang harus dipenuhi dalam perjanjian. Syarat pertama, sepakat mereka untuk mengikatkan diri. Kedua, kecakapan untuk membuat suatu perjanjian. Ketiga, suatu hal tertentu, dan keempat, suatu sebab (*causa*) yang halal.

Ketentuan mengenai perjanjian dalam KUHPerdato merupakan asas-asas dan ketentuan umum yang berlaku untuk semua perjanjian. Di samping juga terdapat undang-undang khusus yang mengatur mengenai perjanjian. Salah satu ketentuan khusus yang mengatur tentang perjanjian dapat ditemui dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, memberikan rumusan perjanjian meskipun pengertian perjanjian telah diatur dalam KUHPerdato. Hal ini berarti, dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, mengatur secara tersendiri mengenai perjanjian-perjanjian yang terjadi dalam konteks hukum persaingan usaha.

⁴¹ R, Subekti, *Op.Cit.*, h. 122.

⁴² *Ibid.*, h. 123.

Perjanjian dalam hukum persaingan usaha dapat dilihat dalam Pasal 1 ayat (7) Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, yang menyebutkan: "Suatu perbuatan satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikat diri terhadap satu atau lebih pelaku usaha lain dengan nama apapun, baik tertulis maupun tidak tertulis."

Hukum perdata dikenal suatu asas yang mendasar dalam kaitannya dengan pembuatan dan pelaksanaan perjanjian, yakni asas kebebasan berkontrak. Menurut Agus Yudha Hernoko, asas kebebasan berkontrak merupakan asas yang menduduki posisi sentral didalam hukum kontrak, meskipun asas ini tidak dituangkan menjadi aturan hukum namun mempunyai pengaruh yang sangat kuat dalam hubungan kontraktual.⁴³

Kebebasan berkontrak pada dasarnya merupakan perwujudan dari kehendak bebas, pancaran hak asasi manusia yang perkembangannya dilandasi semangat liberalisme yang mengganggu kebebasan individu. Menurut paham individualisme setiap orang bebas untuk memperoleh apa yang dikehendaki, sementara itu dalam hukum perjanjian falsafah ini diwujudkan dalam asas kebebasan berkontrak.⁴⁴

Berdasarkan asas kebebasan berkontrak seseorang pada umumnya mempunyai pilihan bebas untuk mengadakan perjanjian. Di dalam asas ini terkandung suatu pandangan bahwa orang bebas untuk melakukan atau tidak melakukan perjanjian, bebas dengan siapa mengadakan perjanjian, bebas tentang apa yang diperjanjikan dan bebas untuk menetapkan syarat-syarat perjanjian.

Meskipun KUHPerdata memberikan kebebasan bagi seseorang untuk melakukan kontrak dengan siapa saja dan mengenai apa saja serta menetapkan syarat-syarat kontrak, tetapi KUHPerdata juga memberikan batasan terhadap kebebasan tersebut.

Menurut Munir Fuady, para pihak bebas untuk membuat kontrak dan mengatur sendiri isi kontrak, sepanjang memenuhi ketentuan sebagai berikut:

1. Memenuhi syarat sebagai suatu kontrak.
2. Tidak dilarang oleh undang-undang.
3. Sesuai dengan kebiasaan yang berlaku.
4. Sepanjang kontrak tersebut dilaksanakan dengan iktikad baik.⁴⁵

Berdasarkan pembatasan terhadap asas kebebasan berkontrak tersebut, maka dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, diatur beberapa perjanjian yang dilarang untuk dilakukan oleh pelaku usaha, yaitu:

1. Oligopoli
2. Penetapan harga
3. Pembagian wilayah (Pasal 9 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999)
4. Pemboikotan (Pasal 10 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999)
5. Kartel (Pasal 11 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999)
6. *Trust* (Pasal 12 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999)
7. Oligopsoni (Pasal 13 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999)
8. Integrasi vertikal (Pasal 14 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999)
9. Perjanjian Tertutup
10. Perjanjian dengan Pihak Luar Negeri.⁴⁶

Bentuk-bentuk perjanjian yang dilarang dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, penelitian ini terfokus pada jenis perjanjian kesepakatan dalam menentukan harga untuk mempengaruhi pasar yang dalam hukum persaingan usaha disebut kartel. Dalam pembahasan ini, larangan perjanjian dalam

⁴³ Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas Dalam Kontrak Komersial*, LBM, . Yogyakarta, 2008, h. 93.

⁴⁴ *Ibid.*, h. 94.

⁴⁵ Munir Fuady, *Op. Cit.*, h. 24.

⁴⁶ Andi Fahmi Lubis, et.al. *Op. Cit.*, h. 87.

membuat kesepakatan harga antara pelaku usaha akan dianalisis berdasarkan ketentuan hukum perdata.

Perjanjian penetapan harga (*price fixing agreement*) merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh para pelaku usaha yang bertujuan menghasilkan laba yang setinggi-tingginya. Dengan adanya penetapan harga yang dilakukan di antara pelaku usaha (produsen atau penjual), maka akan meniadakan persaingan dari segi harga bagi produk yang mereka jual atau pasarkan, yang kemudian dapat mengakibatkan surplus konsumen yang seharusnya dinikmati oleh pembeli atau konsumen dipaksa beralih ke produsen atau penjual. Kekuatan untuk mengatur harga, pada dasarnya merupakan perwujudan dari kekuatan menguasai pasar dan menentukan harga yang tidak masuk akal.

Persaingan antar pelaku usaha dapat didasarkan pada kualitas barang, pelayanan atau servis dan/atau harga. Namun demikian, persaingan harga adalah satu yang paling gampang untuk diketahui. Persaingan dalam harga akan menyebabkan terjadinya harga pada tingkat yang serendah mungkin, sehingga memaksa perusahaan memanfaatkan sumber daya yang ada seefisien mungkin.

Sebaliknya, adanya perjanjian penetapan harga, para pelaku usaha yang terlibat dalam perjanjian penetapan harga kemungkinan dapat mendiktekan atau memaksakan harga yang diinginkan secara sepihak kepada konsumen. Biasanya harga yang didiktekan kepada konsumen merupakan harga yang berada di atas kewajaran. Bila hal tersebut dilakukan oleh setiap pelaku usaha yang berada di dalam pasar, maka dapat menyebabkan konsumen tidak memiliki alternatif yang luas kecuali harus menerima barang dan harga yang ditawarkan

oleh pelaku usaha yang telah melakukan perjanjian penetapan harga tersebut.

Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, merumuskan bahwa: "Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan/atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama." Melihat rumusan tersebut, maka pasal yang mengatur mengenai penetapan harga ini dirumuskan secara *per se illegal*, sehingga penegak hukum dapat langsung menerapkan pasal ini kepada pelaku usaha yang melakukan perjanjian penetapan harga tanpa harus mencari alasan-alasan mereka melakukan perbuatan tersebut atau tidak diperlukan membuktikan perbuatan tersebut menimbulkan terjadinya praktek monopoli atau persaingan usaha tidak sehat.

Lebih lanjut, dalam Pasal 5 ayat (2), memberikan pengecualian, sehingga tidak semua perjanjian penetapan harga (*price fixing agreement*) dilarang. Suatu perjanjian penetapan harga (*price fixing*) yang dibuat dalam suatu usaha patungan dan yang didasarkan kepada undang-undang yang berlaku, tidak dilarang.

Perjanjian diskriminasi harga adalah perjanjian yang dibuat oleh pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya dimana untuk suatu produk yang sama dijual kepada setiap konsumen dengan harga yang berbeda-beda. Secara sederhana, suatu diskriminasi harga telah terjadi apabila terjadi perbedaan harga antara satu pembeli dengan pembeli lainnya. Namun demikian, dapat terjadi bahwa diskriminasi harga tersebut disebabkan karena adanya perbedaan biaya atau karena kebutuhan persaingan lainnya seperti biaya iklan dan lain-

lain. Terdapat beberapa syarat untuk terjadinya diskriminasi harga yaitu:

1. Para pihak haruslah mereka yang melakukan kegiatan bisnis, sehingga diskriminasi harga akan merugikan apa yang disebut "*primary line*" injury yaitu dimana diskriminasi harga dilakukan oleh produsen atau grosir terhadap pesaingnya. Begitu pula diskriminasi harga dapat pula merugikan "*secondary line*" apabila diskriminasi harga dilakukan oleh suatu produsen terhadap suatu grosir, atau retail yang satu dan yang lainnya mendapatkan perlakuan khusus. Hal ini akan menyebabkan grosir atau retail yang tidak disenangi tidak dapat berkompetisi secara sehat dengan grosir atau retail yang disenangi.
2. Terdapat perbedaan harga baik secara langsung maupun tidak langsung, misalnya melalui diskon, atau pembayaran secara kredit, namun pada pihak lainnya harus cash dan tidak ada diskon.
3. Dilakukan terhadap pembeli yang berbeda. Jadi dalam hal ini paling sedikit harus ada dua pembeli.
4. Terhadap barang yang sama tingkat dan kualitasnya.
5. Perbuatan tersebut secara substansial akan merugikan, merusak atau mencegah terjadinya persaingan yang sehat atau dapat menyebabkan monopoli pada suatu aktifitas perdagangan.⁴⁷

Pasal 6 Undang-Undang No. Tahun 1999, melarang setiap perjanjian diskriminasi harga tanpa memperhatikan tingkatan yang ada pada diskriminasi harga, di mana bunyi dari pasal tersebut antara lain: "Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan/atau jasa yang sama."

Mencermati rumusan pasal di atas, diketahui bahwa pembuat undang-undang tidak membedakan siapa pembelinya, apakah

perseorangan ataukah pelaku usaha. Dalam hal ini yang dilihat adalah pengaruhnya terhadap persaingan usaha, maka yang dimaksudkan pembeli disini akan lebih tepat kalau hanya meliputi pelaku usaha. Dengan adanya praktek diskriminasi harga seperti dirumuskan dalam Pasal 6 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, dapat menyebabkan pembeli tertentu (dimana pembeli tersebut merupakan pelaku usaha juga) terkena kewajiban harus membayar dengan harga yang lebih mahal dibandingkan pembeli lain (yang juga merupakan pelaku usaha) yang sama-sama berada dalam pasar yang sama, sehingga dapat menyebabkan pembeli yang mengalami diskriminasi tersebut tersingkir dari pasar karena dia akan kalah bersaing dengan pelaku usaha lainnya yang memperoleh harga yang lebih rendah.

Predatory pricing adalah salah satu bentuk strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjual produk dengan harga dibawah biaya produksi (*average cost* atau *marginal cost*). Areeda dan Turner Dalam Andi Fahcmi mengatakan bahwa:

Bukan merupakan *predatory pricing* apabila harga adalah sama atau di atas biaya marginal dari produksi suatu barang. Adapun tujuan utama dari *predatory pricing* untuk menyingkirkan pelaku usaha pesaing dari pasar dan juga mencegah pelaku usaha yang berpotensi menjadi pesaing untuk masuk ke dalam pasar yang sama. Segera setelah berhasil membuat pelaku usaha pesaing keluar dari pasar dan menunda masuknya pelaku usaha pendatang baru, maka selanjutnya dia dapat menaikkan harga kembali dan memaksimalkan keuntungan yang mungkin didapatkan. Untuk dapat melakukan perbuatan tersebut, maka pelaku usaha tersebut haruslah mempunyai pangsa pasar yang besar dan keuntungan yang akan diperoleh dapat menutupi kerugian yang diderita selama masa *predator*.⁴⁸

⁴⁷ *Ibid.*, h. 87.

⁴⁸ *Ibid.*, h. 98

Alasan dan kemampuan strategi *predatory pricing* masih menjadi kontroversi. Banyak ahli ekonomi mempertanyakan strategi *predatory pricing* atas dasar bahwa, *strategik* ini bisa sama mahalnnya bagi si pelaku usaha yang melakukan *predatory pricing* dan bagi korbannya. Begitu pula sasaran *predatory pricing* tidak akan mudah untuk dicapai, karena akan sangat sulit mengeluarkan pesaingnya dari pasar. Di samping itu sebagaimana dinyatakan oleh Areeda dalam Andi Fachmi, bahwa:

Predatory pricing ini tidaklah selalu bertentangan dengan hukum. Beliau menyatakan bahwa kita harus membedakannya dengan persaingan sempurna atau persaingan yang sangat ketat, karena bisa saja dianggap predatori tapi sebenarnya adalah persaingan yang sangat kompetitif. Lebih lanjut Areeda menyatakan bahwa terdapat dua syarat pendahuluan sebelum melakukan predatori yaitu; pertama, pelaku usaha yakin bahwa pesaingnya akan mati lebih dulu dari pada dia. Kedua, keuntungan setelah predatori akan melebihi kerugian selama masa predatori.⁴⁹

Praktek *predatory pricing* sebagai salah satu strategi yang diterapkan oleh pelaku usaha untuk mengusir pesaing-pesaingnya dari pasar yang sama sebenarnya sangat sulit untuk dilakukan pada ekonomi pasar yang sehat (*healty market economy*). Karena pada pasar yang sehat, tidak ada hambatan untuk masuk (*entry barrier*) ke pasar bagi pelaku usaha, sehingga pada awalnya (jika berhasil) *predatory pricing* memang akan mengusir pelaku usaha pesaingnya dari pasar, namun ketika si pelaku usaha yang menjalankan strategi *predatory pricing*-nya berhenti dan kemudian menaikkan harga lagi untuk mengeruk keuntungan yang sebesar-besarnya, maka pada saat itulah pelaku usaha pesaingnya akan berusaha masuk kembali ke pasar. Akan tetapi belum tentu di

masa depan, ketika pelaku usaha sukses dalam menjalankan strategi *predatory pricing* dan menyebabkan tidak memiliki pesaing yang berarti lagi, maka pelaku usaha tersebut akan menaikkan harga kembali bahkan mungkin setinggi-tingginya untuk mengejar keuntungan yang sebesar-besarnya agar pengorbanan yang pernah dikeluarkan selama pelaku usaha tersebut melakukan praktek *predatory pricing* terbayarkan (*recoupment test*). R. Sheyam Khemani dalam Andi Fachmi, menjelaskan:

Predatory pricing biasanya dilarang bukan dikarenakan menetapkan harga yang terlalu rendah terhadap produk yang dijualnya sekarang, tetapi dikarenakan di masa yang akan datang pelaku usaha akan berusaha untuk mengurangi produksinya dan menaikkan harga. Lebih lanjut, beliau mengatakan bahwa hal ini bisa terjadi apabila pelaku usaha yang lain lemah, dan terdapat halangan untuk masuk kepasar baik bagi perusahaan baru maupun bagi perusahaan yang dikalahkan.⁵⁰

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dipahami bahwa apabila pelaku usaha yang melakukan praktek *predatory pricing*, namun tidak mengurangi produksinya dan juga tidak menaikkan harga, maka mungkin tidak akan terjadi *predatory pricing* yang bertentangan dengan hukum.

Pasal 7 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, melarang pelaku usaha membuat perjanjian dengan pelaku usaha lainnya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar (*predatory pricing*) yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Oleh karena ketentuan yang mengatur mengenai *predatory pricing* dirumuskan secara *rule of reason*, maka sesungguhnya dapat dikatakan sebenarnya pelaku usaha tidak dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha

⁴⁹ *Ibid.*

⁵⁰ *Ibid.*, h. 99

pesaingnya untuk menetapkan harga dibawah harga pasar, asalkan tidak mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat atau pelaku usaha tersebut mempunyai alasan-alasan yang dapat diterima.

Pasal 8 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa:

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

Ahli Hukum dan Ahli Ekonomi aliran Chicago menyatakan bahwa:

resale price maintenance bukanlah merupakan perbuatan yang melawan hukum persaingan. Setiap pelaku usaha mempunyai hak untuk mengontrol beberapa aspek distribusi dari produknya. Pelaku usaha dapat saja mendirikan perusahaan retail sendiri atau bekerjasama dengan pihak lain. Mendirikan retail sendiri memerlukan modal dan tenaga, sedangkan kerjasama dengan pihak lain namun tidak mempunyai kontrol secara langsung.⁵¹

Doktrin hukum persaingan usaha, menentukan 2 (dua) macam *resale price maintenance*, pertama penetapan harga secara maksimum (*maximum price fixing*). Dengan penetapan harga maksimum ini, maka sebenarnya masih terdapat persaingan antara pelaku usaha, yang mungkin akan menguntungkan konsumen, karena yang diperjanjikan adalah larangan untuk menjual lebih mahal atau diatas harga maksimum yang disepakati, sehingga pelaku usaha masih bisa berkompetisi di harga jual sepanjang hal

tersebut masih diatas harga *predatori*. Kedua adalah minimum *resale price maintenance (floor price)* yaitu kesepakatan antar pelaku usaha dimana pembeli akan menjual kembali barang yang dia beli pada harga dimana tidak boleh dibawah harga yang ditentukan.⁵² Adanya perjanjian *minimum resale price maintenance* yang telah dibuat sebelumnya oleh perusahaan dengan perusahaan penyalurnya akan mengakibatkan perusahaan penyalur tidak lagi memiliki kebebasan untuk menjual produk yang disalurkan tersebut dengan harga yang lebih rendah dari harga yang ditetapkan perusahaan penyalur lainnya.

Pembagian pasar tidak dapat berjalan secara efektif apabila konsumen mempunyai kemampuan yang cukup untuk berpindah dari pasar yang satu ke pasar yang lain untuk membeli kebutuhannya. Permasalahan baru timbul apabila biaya yang diperlukan untuk pindah pasar tersebut cukup mahal, juga bisa terjadi masalah apabila barang yang dibutuhkan terbatas dan tidak ada substitusinya. Perjanjian pembagian pasar dalam perkembangannya bisa terjadi dalam bentuk suatu pelaku usaha diwajibkan untuk memasok hanya dengan kuantitas atau kualitas barang atau jasa tertentu, tidak mengiklankan produknya secara gencar, atau tidak melakukan ekspansi usaha yang berlebihan di wilayah pelaku usaha pesaingnya.

Adanya perjanjian pembagian pasar ini, jelas dapat membuat pelaku usaha yang terlibat di dalam praktek ini akan berkembang dengan pesat pada wilayah tersebut, namun dia akan mengalami kesulitan dalam mengembangkan aktifitas usahanya secara lebih besar, karena wilayahnya terbatas. Tetapi hal ini dikompensasi dengan cara melakukan eksploitasi secara

⁵¹ *Ibid.*, h. 100.

⁵² Andi Fahmi Lubis, et.al. *Op. Cit.*, h. 96.

besar-besaran terhadap konsumen. Namun dalam kenyataannya, sesungguhnya kerjasama antara pelaku usaha yang bersaing untuk melakukan perjanjian pembagian wilayah sebenarnya tidak hanya merugikan konsumen tetapi juga sesungguhnya dapat merugikan bagi pelaku usaha itu sendiri dimana mereka akan dibatasi dalam mengembangkan usaha mereka dan hilangnya kesempatan mereka untuk meningkatkan kekuatan pasar yang dimilikinya.

Adapun yang menjadi tujuan dari perjanjian pembagian wilayah adalah untuk membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar atas barang atau jasa atau yang dikenal dengan istilah "*location clause*" yaitu suatu klausula yang mengatur lokasi dimana suatu pelaku usaha diberikan kewenangan untuk menjual barang atau jasa. Tujuan lebih lanjutnya adalah untuk mengontrol kepadatan distribusi dan mencegah terjadinya kelebihan barang pada lokasi tertentu.

Umumnya terdapat beberapa karakteristik dari kartel. Pertama, terdapat konspirasi antara beberapa pelaku usaha. Kedua, melakukan penetapan harga. Ketiga, agar penetapan harga dapat efektif, maka dilakukan pula alokasi konsumen atau produksi atau wilayah. Keempat, adanya perbedaan kepentingan diantara pelaku usaha misalnya karena perbedaan biaya. Oleh karena itu perlu adanya kompromi diantara anggota kartel misalnya dengan adanya kompensasi dari anggota kartel yang besar kepada mereka yang lebih kecil.⁵³

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

⁵³ *Ibid.*

1. Ketentuan hukum kesepakatan dalam menentukan harga antar pelaku usaha dalam perspektif hukum perdata diperbolehkan berdasarkan asas kebebasan dalam berkontrak, sepanjang tidak menimbulkan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat merupakan suatu perbuatan yang dilarang dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Persaingan Usaha, sehingga pelanggaran terhadap larangan praktek kartel merupakan suatu perbuatan yang melanggar hukum. Suatu kesepakatan yang dibuat, tidak dibenarkan melanggar hukum atau bertentangan dengan hukum sesuai dengan syarat sahnya suatu perjanjian yang diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata.
2. Keabsahan persetujuan atau kesepakatan dalam menentukan harga dalam perspektif hukum perdata mengenai dugaan terjadinya kartel yang dilakukan antara PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (PT. YIMM) dan PT. Astra Honda Motor (PT AHM) dalam penjualan sepeda motor matic type 110-125 cc, belum memenuhi unsur-unsur Pasal 5 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Oleh karena, dalam perkara ini KPPU tidak sepenuhnya dapat membuktikan adanya "perjanjian" yang dilakukan antara PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (PT. YIMM) dan PT. Astra Honda Motor (PT AHM) dalam menentukan kesepakatan harga.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka disarankan sebagai berikut:

1. KPPU sebagai lembaga yang bertugas mengawasi jalannya persaingan usaha tersebut harus meningkatkan kemampuannya secara kelembagaan untuk mengawasi perilaku anti persaingan, seperti praktek monopoli, persaingan usaha, kartel, kesepakatan harga dan lain-lain baik di tingkat pusat (nasional) maupun ditingkat daerah. Selain juga juga tentunya mengawasi peraturan pemerintah pusat atau daerah yang memberikan peluang perusahaan melakukan tindakan anti persaingan seperti tata niaga yang memberikan hak monopoli/monopsoni.
2. Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat mengandung sejumlah kelemahan, baik yang mengatur substansi praktek monopoli dan persaingan usaha maupun di dalam mengatur acara pemeriksaan persidangannya (hukum acara yang hendak diterapkan). Sebagai konsekuensi, UULPM & PUTS ini memerlukan *review* kembali demi penyempurnaan kedepan secara komprehensif. Disamping itu kebijakan anti monopoli dan persaingan usaha tidak sedikit kebijakan pemerintah yang bersifat anti persaingan. Pada gilirannya, kebijakan-kebijakan tersebut menjadi kendala bagi terwujudnya iklim persaingan usaha yang sehat. Guna menyelesaikan masalah ini diperlukan proses harmonisasi kebijakan yang melibatkan berbagai pihak atau instansi terkait yang bertugas dan berwenangan melakukan penegakan hukum.

Daftar Bacaan

Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas Dalam Kontrak Komersial*, LBM, . Yogyakarta, 2008

Andi Fahmi Lubis, et.al, *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks dan Konteks*, Rov Creative Media, Jakarta, 2009

Hermansyah, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha*, Prenada Kencana Prenada Media, Jakarta, 2008

Febri Ardani Saragih, *Begini Bukti Email, Lengkap Kartel Yamaha dan Honda*, website: <http://otomotif.kompas.com>, berita Senin, 3 April, 2017. Diakses pada tanggal. 21 Maret 2017, Pukul 17. 30 WIB.

Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha : Teori dan Prakteknya di Indonesia*, Rajawali Pers, Jakarta, 2012

Riris Munadiya, *Bukti Tidak Langsung (Indirect Evidence) dalam Penanganan Kasus Persaingan Usaha*, Jurnal Ilmiah, Persaingan Usaha KPPU, Edisi 5, 2001

Ningrum Natasya Sirait, *Hukum Persaingan di Indonesia*, Pustaka Bangsa, Medan, 2004

Titik Triwulan Tutik. 2014. *Hukum Perdata Dalam Sistem Hukum Nasional*. Jakarta: Media Group

Rilda Murniati, *Hukum Persaingan Usaha Kajian Teoritis Menciptakan Persaingan Sehat Dalam Usaha*, Justice Publisher, Bandar Lampung, 2014

Riris Munadiya, *Bukti Tidak Langsung (Indirect Evidence) dalam Penanganan Kasus Persaingan Usaha*, Jurnal Ilmiah, Persaingan Usaha KPPU, Edisi 5, 2011

Saugi Riyandi, "5 Fakta Menarik Yamaha dan Honda Disebut Kartel Motor Matik". Berita Harian Merdeka, 7 September 2016, diakses melalui website <http://www.merdeka.com>, pada tanggal 21 Maret 2017. Pukul. 18. 30 WIB.

Singarimbun. Masri dan Sofian Effendy, *Metode Penelitian Survey*, LP3ES, Jakarta, 2005

Lili Rasjidi dan I. B Wysa Putra, *Hukum Sebagai Suatu Sistem*, Remaja Rusdakarya, Bandung, 1993