

**KAJIAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA YANG  
MELAKUKAN PERSEKONGKOLAN DALAM  
PENETAPAN HARGA SEPEDA  
MOTOR SEJENIS**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat  
Mendapatkan Gelar Sarjana Hukum**

**Oleh:**

**Tuti Alawiyah  
1506200477**



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS HUKUM**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2019**



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

## **FAKULTAS HUKUM**

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624-567 Medan 20238 Fax. (061) 662  
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)  
Bankir. Bank Syariah Mandiri, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

### **PENDAFTARAN UJIAN SKRIPSI**

Pendaftaran Skripsi Sarjana Strata 1 Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, bagi:

NAMA : TUTI ALAWIYAH  
NPM : 1506200477  
PRODI/BAGIAN : ILMU HUKUM/HUKUM BISNIS  
JUDUL SKRIPSI : KAJIAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA  
YANG MELAKUKAN PERSEKONGKOLAN  
DALAM MENETAPKAN HARGA SEPEDA MOTOR  
SEJENIS

PENDAFTARAN : 05 Oktober 2019

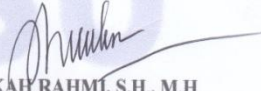
Dengan diterimanya Skripsi ini, sesudah Lulus dari Ujian Skripsi Penulis berhak memakai gelar:

**SARJANA HUKUM (S.H)**

Diketahui  
DEKAN FAKULTAS HUKUM

PEMBIMBING

  
Dr. IDA HANIFAH, S.H., M.H  
NIP: 196003031986012001

  
ATIKAH RAHMI, S.H., M.H  
NIDN: 0129057701



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS HUKUM**

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624-567 Medan 20238 Fax. (061) 662  
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)  
Bankir. Bank Syariah Mandiri, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**BERITA ACARA**  
**UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI SARJANA**  
**BAGI MAHASISWA PROGRAM STRATA I**

Panitia Ujian Sarjana Strata I Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Rabu, Tanggal 09 Oktober 2019 Jam 08.30 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan menimbang:

**MENETAPKAN**

**NAMA** : TUTI ALAWIYAH  
**NPM** : 1506200477  
**PRODI/BAGIAN** : ILMU HUKUM/HUKUM BISNIS  
**JUDUL SKRIPSI** : KAJIAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA YANG MELAKUKAN PERSEKONGKOLAN DALAM MENETAPKAN HARGA SEPEDA MOTOR SEJENIS

**Dinyatakan** : (B) Lulus Yudisium dengan Predikat Baik  
( ) Lulus Bersyarat, Memperbaiki/Ujian Ulang  
( ) Tidak Lulus

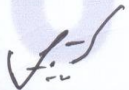
Setelah lulus, dinyatakan berhak dan berwenang mendapatkan gelar Sarjana Hukum (SH) dalam Bagian Bisnis

**PANITIA UJIAN**

Ketua

Sekretaris

  
Dr. IDA HANIFAH SH., M.H  
NIP: 196003031986012001

  
FAISAL, SH., M.Hum  
NIDN: 0122087501

**ANGGOTA PENGUJI:**

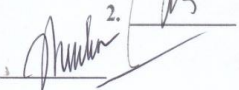
1. Hj. RABIAH Z HARAHAP, S.H., M.H

1. 

2. MIRSA ASTUTI, S.H., M.H

2. 

3. ATIKAH RAHMI, S.H., M.H

3. 



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

## FAKULTAS HUKUM

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624-567 Medan 20238 Fax. (061) 662  
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)  
Bankir. Bank Syariah Mandiri, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

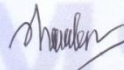
### LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

NAMA : TUTI ALAWIYAH  
NPM : 1506200477  
PRODI/BAGIAN : ILMU HUKUM/HUKUM BISNIS  
JUDUL SKRIPSI : KAJIAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA  
YANG MELAKUKAN PERSEKONGKOLAN  
DALAM MENETAPKAN HARGA SEPEDA MOTOR  
SEJENIS

Disetujui Untuk Disampaikan Kepada  
Panitia Ujian

Medan, 03 Oktober 2019

DOSEN PEMBIMBING

  
ATIKAH RAHMI, S.H., M.H.  
NIDN: 0129057701

Unggul | Cerdas | Terpercaya





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

## FAKULTAS HUKUM

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624-567 Medan 20238 Fax. (061) 662  
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)  
Bankir. Bank Syariah Mandiri, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Tuti Alawiyah**  
NPM : 1506200477  
Program : Strata – I  
Fakultas : Hukum  
Program Studi : Ilmu Hukum  
Bagian : Hukum Bisnis  
Judul Skripsi : Kebijakan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Yang  
Melakukan Persekongkolan Dalam Menetapkan  
Harga Sepeda Motor Sejenis

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian / karya saya sendiri. Kecuali bagian – bagian yang dirujuk sumbernya.

Dan apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau merupakan karya orang lain, maka dengan ini saya menyatakan bersedia menerima sanksi akademik dari Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Medan, 03 Maret 2019

Saya yang menyatakan



**Tuti Alawiyah**

**ABSTRAK**  
**KAJIAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA YANG**  
**MELAKUKAN PERSEKONGKOLAN DALAM MENETAPKAN**  
**HARGA SEPEDA MOTOR SEJENIS**  
**TUTI ALAWIYAH**  
**NPM. 1506200477**

Persekongkolan adalah sebagai bentuk kerja sama yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan pelaku usaha lain dengan maksud untuk menguasai pasar bersangkutan bagi kepentingan pelaku usaha yang bersekongkol. Penelitian ini membahas salah satu putusan KPPU dengan Nomor 04/KPPU-I/2016, yang didalam amar putusannya menyatakan bahwa para pelaku usaha yang bergerak didalam bidang transportasi (sepeda motor) yang melanggar Pasal 5 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian hukum normatif atau yuridis normatif yang mengambil data sekunder dengan mengkaji sumber yang berasal dari buku-buku dan karya ilmiah dan data primer yang berasal dari Undang-Undang yang mengikat dalam penelitian ini, kemudian bahan hukum tersier dengan menggunakan studi dokumen di perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan perpustakaan Perguruan Tinggi lainnya. Kemudian data yang sudah terkumpul dianalisis dengan mempergunakan analisis kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian dipahami bahwa studi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk persekongkolan yang dilakukan pelaku usaha dalam menetapkan harga dengan acuan KPPU untuk melakukan penyelidikan terhadap kasus dugaan penetapan harga PT. Yamaha Indonesia dan PT. Astra Honda Motor. Hal ini juga untuk mengetahui bagaimana kerugian yang timbul terhadap persekongkolan harga oleh Perusahaan yang memproduksi motor sejenis terhadap konsumen. Terdapat beberapa kejanggalan dalam kegiatan usaha yang dilakukan oleh kedua produsen sepeda motor tersebut, sehingga penelitian ini juga untuk mengetahui bagaimana implikasi hukum terhadap pelaku usaha yang melakukan persekongkolan dalam penetapan harga sepeda motor sejenis. Pembuktian mengenai adanya perjanjian demi memenuhi unsur-unsur pelanggaran memang sulit, namun terdapat persamaan harga dalam harga jual sepeda motor bebek dan matic antara kedua produsen tersebut. Padahal seharusnya, apabila kedua produsen tersebut tidak memiliki kesepakatan atau perjanjian mengenai penetapan harga, maka akan terjadi persaingan usaha untuk saling menurunkan harga, khususnya untuk PT. Yamaha Indonesia. Berdasarkan asumsi tersebut serta terpenuhinya unsur-unsur lain, maka kedua produsen tersebut dapat dikatakan melanggar Pasal 5 mengenai Penetapan Harga.

**Kata Kunci: Pelaku Usaha, Persekongkolan, Penetapan Harga.**

## KATA PENGANTAR



### **Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarkatuh**

Pertama-tama disampaikan rasa syukur kehadiran Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan bagi setiap mahasiswa yang ingin menyelesaikan studinya di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Sehubungan dengan itu, di susun skripsi yang berjudul **“KAJIAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA YANG MELAKUKAN PERSEKONGKOLAN DALAM PENETAPAN HARGA SEPEDA MOTOR SEJENIS”**.

Dengan selesainya skripsi ini, perkenankanlah diucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada: Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Bapak Dr. Agussani., M.AP atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada kami untuk mengikuti dan menyelesaikan program Sarjana ini. Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Ibu Dr. Ida Hanifah, S.H.,M.H atas kesempatan menjadi mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Demikian juga halnya kepada Wakil Dekan I Bapak Faisal, S.H., M.Hum dan Wakil Dekan III Bapak Zainuddin, S.H., M.H.

Terimakasih yang tak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya diucapkan kepada Ibu Atikah Rahmi, S.H.,M.H., selaku Pembimbing, dan Ibu Hj. Rabiah,S.H.,M.H., selaku Pembimbing, yang dengan penuh perhatian telah memberikan dorongan, bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini selesai.

Disampaikan juga penghargaan kepada seluruh staff pengajar Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Tak terlupakan disampaikan terima kasih kepada seluruh narasumber yang telah memberikan data selama penelitian berlangsung. Perhargaan dan terima kasih saya ucapkan kepada: ibu Fajriawati, S.H.,M.H., selaku dosen yang memberikan motivasi dan dukungan penuh bagi saya,bapak Zulpilkar selaku dosen PA dan Relawan Peerpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, atas bantuan dan dorongan sehingga skripsi dapat diselesaikan.

Secara khusus dengan rasa hormat dan penghargaan setinggi-tingginya diberikan terima kasih kepada ayahanda dan ibunda Tasruddin Lubis dan Ridawana yang telah mengasuh dan mendidik dengan curahan kasih sayang, terimakasih kepada saudara kandung saya Dini ati Lubis, S.E., Ihsan Lubis, dan Taufik Hidayah Lubis yang telah memberikan bantuan materil dan moril hingga selesainya skripsi ini.

Tiada gedung paling indah, kecuali persahabatan, untuk itu, dalam kesempatan diucapkan terima kasih kepada sahabat-sahabat yang telah banyak berperan, terutama kepada Elvianti Ramadhani, Dilla Septia dan



kak Khairul Ramadhani Daulay,S.pd. sebagai tempat curahan hati ini, begitu juga kepada sahabat saya Desliana Gultom beserta keluarga yang telah menemani saya dalam suka dan duka, dari awal masuk akultas hukum hingga saat ini terus memberikan motivasi dan semangat tiada hentinya.

Terimakasih kepada Siska Dwi syahfitri,S.E., Darul Arif Harahap, Hadi Wiranto, Donie Purnomo Azy,Toha Satria Negara, Triana Pratiwi. Serta teman-teman dari kelas G-1 , dan F-1 Bisnis. Terima kasih atas kebaikannya, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya, tiada maksud mengecilkan arti pentingnya bantuan dan peran mereka, dan untuk itu disampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya.

Akhirnya, tiada gading yang tak retak, retaknya gading karena alami, tiada orang yang tak bersalah, kecuali Ilahi Robbi. Mohon maaf atas segala kesalahan selama ini, begitupun disadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Untuk itu, diharapkan ada masukan yang membangun untuk kesempurnaannya. Terima kasih semua, tiada lain yang diucapkan selain kata semoga kiranya medapat balasan dari Allah SWT dan mudah-mudahan semuanya selalu dalam lindungan Allah SWT, Amin. Sesungguhnya Allah mengetahui akan niat baik hamba-hambanya.

***Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarkatuh***

Medan, 28 September 2019

**Hormat Saya**

**Penulis**

**TUTI ALAWIYAH LUBIS**  
**NPM. 1506200477**

## DAFTAR ISI

<b>Pendaftaran Ujian.....</b>	<b>i</b>
<b>Berita Acara Ujian .....</b>	<b>ii</b>
<b>Persetujuan Pembimbing .....</b>	<b>iii</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>iv</b>
<b>Kata Pengantar.....</b>	<b>v</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>vi</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

<b>A. Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
1. Rumusan Masalah .....	5
2. Faedah Penelitian.....	6
<b>B. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>7</b>
<b>C. Definisi Operasional.....</b>	<b>7</b>
<b>D. Keaslian Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>E. Metode Penelitian.....</b>	<b>12</b>
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	12
2. Sifat Penelitian.....	13
3. Sumber Data .....	13
4. Alat Pengumpulan Data.....	15
5. Analisis Data .....	15

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

<b>A. Kajian Hukum Terhadap Pelaku Usaha .....</b>	<b>17</b>
<b>B. Persekongkolan dalam Penetapan Harga.....</b>	<b>28</b>

C. Sepeda Motor sejenis .....	34
-------------------------------	----

### **BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Bentuk Persekongkolan yang dilakukan oleh Pelaku Usaha dalam menetapkan harga.....	37
B. Kerugian yang Timbul Akibat Persekongkolan Harga oleh Perusahaan yang Mempoduksi Sepeda Motor Sejenis Terhadap Konsumen .....	54
C. Implikasi Hukum terhadap Pelaku Usaha yang melakukan Persekongkolan dalam menetapkan Harga Sepeda Motor Sejenis..	61

### **BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	68
B. Saran .....	70

### **DAFTAR PUSTAKA**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Hukum bisnis lahir karena adanya istilah bisnis. Istilah “bisnis” sendiri diambil dari kata business yang berarti kegiatan usaha. Oleh karena itu, secara luas kegiatan bisnis diartikan sebagai kegiatan usaha yang dijalankan oleh orang atau badan usaha (perusahaan) secara teratur dan terus menerus, yaitu berupa kegiatan mengadakan barang-barang atau jasa maupun fasilitas-fasilitas untuk diperjual belikan, atau disewakan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan<sup>1</sup>

Salah satu yang mempunyai peran strategis dalam kehidupan masyarakat pada sektor ekonomi di negara berkembang tak terkecuali Indonesia. Khususnya yang bersentuhan langsung dengan kegiatan usaha atau bisnis adalah perusahaan. Peran strategi tersebut disebabkan oleh fungsi utama perusahaan sebagai motor penggerak roda kegiatan bisnis.<sup>2</sup>

Aktivitas perekonomian Indonesia khususnya di bidang perdagangan, baik itu produk nasional maupun internasional merupakan akibat dari keterbukaan ekonomi (globalisasi). Dalam proses memenuhi kebutuhan konsumsinya manusia akan saling ketergantungan satu sama lain. Dalam interaksinya ada yang berperan sebagai pelaku usaha dan konsumen, kedua

---

<sup>1</sup> Zaeni asyhadie. 2016. *Hukum Bisnis ( Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia )*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, halaman 29

<sup>2</sup> Supriatna.”Persekongkolan Bisnis Dalam Bentuk Perjanjian Kartel”. *Dalam Jurnal Hukum POSITUM* Vol. 1, No 1, Desember 2016

belah pihak tersebut posisinya saling melengkapi satu sama lain, sehingga menimbulkan simbiosis mutualisme diantara keduanya.<sup>3</sup>

Pembangunan nasional di Indonesia diarahkan pada tercapainya peningkatan kesejahteraan seluruh rakyat. oleh karena itu Pemerintah mendukung, mendorong dan mengembangkan kegiatan pembangunan ekonomi, baik yang dilaksanakan oleh Pemerintah dan pihak swasta. Demikian pula kegiatan ekonomi yang dilaksanakan masyarakat, oleh pemerintah terus didorong dan difasilitasi berupa penyediaan sarana dan prasarana. Kebijakan pemerintah dalam bentuk penyediaan modal bagi kegiatan ekonomi merupakan salah satu upaya nyata dalam meningkatkan dan melibatkan masyarakat dalam pembangunan ekonomi.<sup>4</sup>

Akibatnya, konsumen hanya mempunyai pilihan terbatas atas suatu produk dengan harga yang telah ditentukan semauanya oleh pelaku monopoli. Secara faktual, dalam dunia usaha sangat jarang terjadi persaingan yang sempurna/sehat. Pelaku usaha sering menyalah gunakan kemudahan-kemudahan ekonomi untuk memperoleh kekuatan pasar dengan menciptakan hambatan-hambatan dalam perdagangan dengan cara mengendalikan harga atau membatasi produksi barang dan/atau jasa. Adanya perjanjian antara satu perusahaan dengan perusahaan lain yang menjadi persaingan dalam bentuk persekongkolan, maka persaingan bisnis diantara mereka dapat diredam bahkan

---

<sup>3</sup> Fahry Fajar Arthabudhi. 2017. Perasingan Usaha Akibat Kartel Yamaha dan Honda atas Produk Motor Matic 110-125 Cc Dihubungkan dengan Undang-undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. (Skripsi) Program Sarjana , Program Universitas Pasundan, Bandung.

<sup>4</sup> Biq Ratnasari. "Analisis Putusan KPPU Nomor 04 /KPPU-1/2016 Tentang Praktek Monopoli Dalam Perjanjian Penetapan Harga". *Dalam jurnal Universitas Mataram*. 15 November 2018



dieliminir. Perjanjian Penetapan Harga ini secara langsung atau tidak langsung dapat mempengaruhi mekanisme pasar, yang mengakibatkan terjadinya praktik monopoli. Lebih lanjut, perjanjian penetapan harga ini dapat merugikan kepentingan umum atau publik. Kelompok-kelompok di dalam suatu persekongkolan 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*).<sup>5</sup>

Pelaku usaha yang seharusnya saling bersaing kemudian mengatur dan membatasi jumlah produksi mereka masing-masing, sehingga secara keseluruhan hasil produksi mereka dapat didikte dan diatur harganya yang berlaku di pasar. Pada dasarnya, praktek persekongkolan akan mudah terbentuk apabila para pelaku usaha terbiasa dengan pertukaran informasi dan transparansi di antara mereka, terlebih lagi jika ditemukan pertukaran informasi harga dan data produksi secara periodik.

Persekongkolan memberikan dampak negatif bagi perekonomian suatu bangsa. Kerugian yang timbul akibat persekongkolan yaitu dapat mengakibatkan terjadinya inefisiensi alokasi, inefisiensi produksi, menghambat inovasi dan penemuan teknologi baru, menghambat masuknya investor baru serta dapat menyebabkan kondisi perekonomian negara yang bersangkutan tidak kondusif dan kurang kompetitif dibandingkan dengan negara-negara lain yang menerapkan sistem persaingan usaha tidak sehat. Salah satu kerugian yang

---

<sup>5</sup> Supriatna. "Persekongkolan Bisnis Dalam Bentuk Perjanjian Kartel". *Dalam Jurnal Hukum POSITUM* Vol. 1, No 1, Desember 2016

ditimbulkan akibat sistem persekongkolan adalah konsumen dipaksa membayar harga suatu barang atau jasa lebih mahal daripada harga pasar yang kompetitif serta barang/jasa yang diproduksi terbatas.

Praktek Penetapan Harga di Indonesia terjadi pada bidang industri motor. Perusahaan otomotif PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing dan PT. Astra Honda Motor terindikasi melakukan praktek penetapan harga dalam industri sepeda motor matic 110-125 CC. Selain itu, penguasaan pangsa pasar motor matic 110-125 CC juga sangat dominan dikuasai kedua pabrik tersebut. Pergerakan harga dari pabrik Yamaha dan Honda juga saling beriringan. Selain itu kenaikan harga dari Yamaha selalu mengikuti kenaikan harga Honda. Dugaan Penetapan harga dari 2 (dua) perusahaan tersebut kemungkinan menimbulkan persingan usaha tidak sehat, hal ini berdasarkan adanya koordinasi dan pertukaran informasi harga dan data produksi secara periodik, sehingga timbul persekongkolan dalam menetapkan harga jual sepeda motor jenis matic 110-125 CC di Indonesia.<sup>6</sup>

Pengaturan tentang unsur pokok penetapan harga dalam kebijakan persaingan usaha Indonesia, diatur dalam Pasal 5 ayat 1 Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek monopoli dan Persaingan usaha tidak sehat. Praktek penetapan harga menutup peluang masuknya inovasi maupun pendatang baru yang mampu menawarkan harga lebih kompetitif dan kualitas produk serta pelayanan yang lebih baik. Berlakukannya Undang-Undang

---

<sup>6</sup> Fahry Fajar Arthabudhi. 2017. Perasingan Usaha Akibat Kartel Yamaha dan Honda atas Produk Motor Matic 110-125 Cc Dihubungkan dengan Undang-undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. (Skripsi) Program Sarjana , Program Universitas Pasundan, Bandung

tersebut, yang disusun berdasarkan Pancasila dan ketentuan Pasal 33 ayat (1) UUD 1945, serta berdasarkan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum pada tanggal 5 Maret 1999, maka hal ini dapat dijadikan sebagai landasan yuridis filosofis yang kuat bagi perekonomian Indonesia. Adapun unsur pokok penetapan harga dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 diatur Pasal 5 ayat (1).<sup>7</sup>

Aturan-aturan hukum dalam UU ini dapat menjadi sarana pencapaian demokrasi ekonomi, yang memberi peluang yang sama bagi semua pelaku usaha untuk ikut serta dalam proses produksi barang dan jasa dalam suatu iklim usaha yang sehat, kondusif, dan kompetitif, sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi pasar yang wajar, dalam iklim usaha yang sehat dan bersaing di Indonesia. Iklim usaha yang sehat dan bersaing tersebut akan menjadi daya tarik para penanam modal (*investor*), baik dalam negeri maupun asing, untuk menanam modalnya di Indonesia.<sup>8</sup>

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka menarik untuk dilakukan penelitian terhadap Penetapan Harga PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing dan PT. Astra Honda Motor yang akan dituangkan dalam skripsi dengan judul: **“Kajian Hukum Terhadap Pelaku Usaha Yang Melakukan Persekongkolan Dalam Penetapan Harga Sepeda Motor Sejenis”**

---

<sup>7</sup> Supriatna. "Persekongkolan Bisnis Dalam Bentuk Perjanjian Kartel". *Dalam Jurnal Hukum POSITUM* Vol. 1, No 1, Desember 2016

<sup>8</sup> *Loc. Cit.*,

## 1. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana bentuk persekongkolan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menetapkan harga ?
- b. Bagaimana kerugian yang timbul akibat persekongkolan harga oleh Perusahaan yang memproduksi motor sejenis terhadap konsumen ?
- c. Bagaimana implikasi hukum terhadap pelaku usaha yang melakukan persekongkolan dalam penetapan harga sepeda motor sejenis ?

## 2. Faedah Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis :

Adapun Faedah Teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran terhadap perkembangan dan pembangunan ilmu hukum pada umumnya dan hukum persaingan usaha pada khususnya;
- b. Diharapkan dapat memberikan bahan referensi bagi kepentingan penelitian lanjutan yang bersifat akademis baik dalam penelahaan hukum secara sektoral maupun secara menyeluruh dan sebagai bahan tambahan dalam keputusan hukum persaingan usaha.

Sedangkan Faedah Praktis penelitian ini antara lain :

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan evaluasi terhadap Pelaku Usaha dan kementerian perdagangan dan perindustrian terkait permasalahan perjanjian penetapan harga;
- b. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya masyarakat selaku konsumen.

## **B. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan latar belakang permasalahan di atas, maka tujuan penelitian dalam rangka penulisan skripsi ini adalah:

1. Untuk mengetahui bentuk persekongkolan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menetapkan harga.
2. Untuk mengetahui kerugian yang timbul akibat persekongkolan harga oleh perusahaan yang memproduksi barang sejenis terhadap konsumen.
3. Untuk mengetahui bentuk implikasi hukum terhadap pelaku usaha yang melakukan persekongkolan dalam penetapan harga sepeda motor sejenis.

## **C. Defenisi Operasional**

**Kajian Hukum Terhadap Pelaku Usaha Yang Melakukan Persekongkolan Dalam Penetapan Harga Sepeda Motor Sejenis,** maka dalam definisi operasional, dijelaskan apa yang dimaksudkan dengan; kajian hukum, pelaku usaha, Persekongkolan, Penetapan Harga

sepeda motor sejenis. Maka cara penyusunan kalimat defenisi operionalnya adalah:

**a) Kajian Hukum**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata kajian adalah hasil mengkaji.<sup>9</sup> Sedangkan pengertian hukum adalah keseluruhan peraturan yang berlakunya dapat dipaksakan oleh badan yang berwenang.<sup>10</sup>

Adapun yang dimaksud dengan “kajian hukum” dalam penelitian ini adalah mengkaji peraturan terhadap setiap individu atau perorangan dalam suatu permasalahan. Khususnya Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

**b) Pelaku Usaha**

Berdasarkan UU No 8 Tahun 1999 Pasal 1 ayat (5), kata Pelaku Usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang membentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara republik indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Adapun yang dimaksud dengan “pelaku usaha” dalam penelitian ini adalah sebagai individu atau perorangan yang melakukan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Khususnya pada Sepeda Motor Sejenis PT. Yamaha dan PT. Honda.

---

<sup>9</sup> *Kamus besar bahasa Indonesia*

<sup>10</sup> Donald Albert Rumokoy dan Frans Maramis. 2014. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Rajawali Pers, halaman 3



**c) Persekongkolan**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, kata persekongkolan adalah bentuk kerja sama yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan pelaku usaha lain dengan maksud untuk menguasai pasar yang bersangkutan bagi kepentingan pelaku usaha yang bersekongkol.

Adapun yang dimaksud dengan “persekongkolan” dalam penelitian ini adalah perilaku individu atau perorangan yang melakukan pelanggaran hukum terhadap UU No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

**d) Penetapan harga Sepeda Motor Sejenis**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, penetapan harga adalah 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.

Adapun yang dimaksud dengan “penetapan harga” dalam penelitian ini adalah suatu perjanjian yang dilarang untuk pelaku usaha menjadi permasalahan konsumen dengan pelaku usaha. Selanjutnya yang dimaksud Sepeda Motor Sejenis adalah suatu benda berwujud yang dapat digerakkan dan memiliki persamaan yang persis dan diproduksi oleh pelaku usaha.

#### **D. Keaslian Penelitian**

Persoalan Persekongkolan Harga bukanlah merupakan hal baru. Oleh karenanya, penulis meyakini telah banyak penelitian-penelitian sebelumnya yang mengangkat tentang Persekongkolan Harga ini sebagai tajuk dalam berbagai penelitian. Namun berdasarkan bahan kepustakaan yang ditemukan baik melalui searching via internet maupun penelusuran kepustakaan dari lingkungan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan perguruan tinggi lainnya, penulis tidak menemukan penelitian yang sama dengan tema dan pokok bahasa yang penulis teliti terkait **“Kajian Hukum Terhadap Pelaku Usaha Yang Melakukan Persekongkolan Dalam Penetapan Harga Sepeda Motor Sejenis”**

Dari beberapa judul penelitian yang pernah diangkat oleh peneliti sebelumnya, ada dua judul yang hampir mendekati sama dengan penelitian dalam penelitian skripsi ini, antara lain;

1. Skripsi Syamsul Arifin Billah, NMP. 1110048000025, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Tahun 2017 yang berjudul **“Persekongkolan Dan Perjanjian Dalam Impor Bawang Putih (Analisis Kasus Terhadap Putusan KPPU No. 05/KKPU-i/2013)**. Skripsi ini merupakan penelitian Normatif yang lebih menekankan pada analisis hukum terhadap perbuatan persekongkolan dalam impor bawang putih.
2. Skripsi Prasetia Putra Indriarto, NPM. 1410573, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Tahun 2015 yang berjudul

**“Penjual Kendaraan Bermotor Roda Dua Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha”**. Skripsi ini merupakan penelitian Normatif yang membahas tentang penetapan harga.

Secara konstruktif, substansi dan pembahasan terhadap kedua penelitian tersebut di atas berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis saat ini. Dalam kajian topik bahasan yang penulis skripsi angkat ke dalam bentuk skripsi ini mengarah kepada Kajian Hukum Terhadap Pelaku Usaha Yang Melakukan Persekongkolan Dalam Penetapan Harga Sepeda Motor Sejenis sedangkan pada penelitian yang di atas tersebut yang pertama adalah tentang Persekongkolan Dan Perjanjian Dalam Impor Bawang Putih (Analisis Kasus Terhadap Putusan KPPU No. 05/KKPU-i/2013) yang permasalahannya sebagai berikut:

- a. Bagaimana kedudukan Hukum (*Legal Standing*) pada perkara kartel impor bawang putih terkait Putusan KPPU No. 05/ KPPU-i/2013
- b. Bagaimana analisis Putusan Majelis KPPU pada perkara kartel impor bawang putih berdasarkan putusan KPPU No. 05/ KPPU-i/2013
- c. Bagaimana dasar hukum KPPU dalam menerapkan sanksi kepada pihak bukan pelaku usaha pada perkara kartel impor bawang putih

Penelitian Kedua adalah Penjual Kendaraan Bermotor Roda Dua Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha, adapun permasalahan dari penelitian tersebut yaitu;

- a. Apa fakta hukum yang ditemukan KPPU yang menjadi dasar dilakukannya penyelidikan dugaan penetapan harga terhadap PT. Yamaha Indonesia dan PT. Astra Honda Motor
- b. Apakah kegiatan usaha yang dilakukan PT. Yamaha Indonesia dan PT. Astra Honda Motor melanggar ketentuan yang ada dalam UU No. 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Sudah jelas terdapat perbedaan antara penelitian skripsi yang ditulis penulis dengan penelitian yang ada pada sebelumnya.

#### **E. Metode Penelitian**

Metode penelitian menurut para ahli, mahasiswa juga menjelaskan lokasi, buku profil, sumber data dan analisis data, sesuai dengan konteks penelitiannya. Metode penelitian berisi jenis penelitian yang digunakan peneliti untuk memecahkan masalah peneliti. Berbagai ragam metode atau tehnik penelitian antara lain: metode penelitian koreksi, eksperimen, kausal komparatif, deskriptif, evaluasi, kebijakan, tindakan kelas, sejarah, survei, studi kasus, pengembangan, dan metode penelitian kepustakaan.<sup>11</sup>

Pokok bahasan yang terdapat dalam metode penelitian paling tidak mencakup jenis penelitian, sifat penelitian, sumber data, alat pengumpul data dan analisis data. Yang mana metode tersebut memiliki perbedaan tergantung penelitian apa yang akan diuraikan, yaitu:

---

<sup>11</sup> Jejen Musfah. 2016. *Tips Menulis Karya Ilmiah (makalah, penelitian, skripsi, tesis & disertasi)*. Jakarta: Kencana, halaman 53

## 1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan yuridis normatif. Yuridis normatif adalah dilakukan dengan cara menelaah dan menginterpretasikan hal-hal yang bersifat teoritis yang menyangkut asas, konsepsi, doktrin dan norma hukum. Pendekatan ini dilakukan berdasarkan bahan hukum sekunder atau disebut pendekatan kepustakaan, yakni dengan mempelajari buku-buku, peraturan perundang-undangan, pendekatan konsep, pendekatan historis dan dokumen lain yang berhubungan dengan penelitian kajian hukum terhadap pelaku usaha yang melakukan persekongkolan dalam penetapan harga sepeda motor ini.

## 2. Sifat Penelitian

Dilihat dari segi sifatnya, penelitian ini adalah penelitian *deskriptif*, artinya bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi. Kemudian mengangkat kepermukaan karakter atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun variabel tersebut.<sup>12</sup>

Dalam penelitian ini penulisan akan mendeskripsikan penelitian ini terkait dengan kajian hukum terhadap pelaku usaha yang melakukan persekongkolan dalam penetapan harga sepeda motor sejenis.

---

<sup>12</sup> M. Burhan Bungin. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, halaman 44

### 3. Sumber Data

Dalam penelitian hukum normatif yang diteliti hanya bahan pustaka atau data sekunder yang mencakup bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Bahan hukum primer, yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat. Bahan hukum sekunder, yaitu memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer. Bahan hukum tersier, yaitu bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder.<sup>13</sup>

Oleh sebab itu sumber data penelitian ini adalah:

- a. Data yang bersumber dari hukum Islam; yaitu Al-Qur'an dan Al-Hadis (sunnah rasul). *بَلَّ اللَّهُ يَخْفِضُ وَيَرْفَعُ*. “Akan tetapi, Allahlah Yang menurunkan dan menaikkan harga”. (HR Ahmad dan ad-Darimi). Dalam hadist di atas jelas dinyatakan bahwa pasar merupakan hukum alam (sunatullah) yang harus dijunjung tinggi. Tak seorangpun secara individual dapat mempengaruhi pasar, sebab pasar adalah kekuatan kolektif yang telah menjadi ketentuan Allah. Pelanggaran terhadap harga pasar, misalnya penetapan harga dengan cara dan karena alasan yang tidak tepat, merupakan suatu ketidakadilan (*zulm/injustice*) yang akan dituntut pertanggung jawabannya di hadapan Allah. Sebaliknya, dinyatakan bahwa penjual yang menjual dagangannya dengan harga pasar adalah laksana orang yang berjuang di jalan Allah (*jihad fii sabilillah*), sementara yang

---

<sup>13</sup> Ramlan. 24 Oktober 2017. “Penulisan Karya Ilmiah”, *makalah*, disampaikan dalam pengajaran mata kuliah Penelitian Karya Ilmiah I. Medan: Fakultas Hukum UMSU



menetapkan sendiri termasuk sebuah perbuatan ingkar kepada Allah.<sup>14</sup>

b. Data Sekunder

Yaitu data pustaka yang mencakup dokumen-dokumen resmi, publikasi tentang hukum meliputi buku-buku teks, kamus-kamus hukum, jurnal hukum, dan komentar-komentar atas putusan pengadilan.

Data sekunder mencakup 3 (tiga) jenis bahan hukum, yaitu:

- a. Bahan hukum primer, yaitu bahan hukum yang mengikat, seperti Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan Putusan Komisi pengawasan Persaingan Usaha Republik Indonesia Nomor 04/KKPU/-1/2016.
- b. Bahan hukum sekunder, yaitu memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer. Dalam hal ini bahan yang dimaksud adalah buku-buku teks mengenai perlindungan konsumen, mengenai persekongkolan, barang sejenis atau hal lain yang terkait dengan penelitian.
- c. Bahan hukum tersier, yaitu bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan

---

<sup>14</sup> Irwanto, "Ayat dan Hadis Ekonomi Tetang Toeri Harga dan Mekanisme", [https:// irwanto1990.blogspot.com](https://irwanto1990.blogspot.com), diakses kamis, 19 September 2019. Pukul 13.30 WIB.

sekunder. Bahan hukum tersier daalm penelitian ini bersumber dari kamus, jurnal, bahan yang diperoleh dari internet, teori atau pendapat para sarjana, makalah dan surat kabar.

#### **4. Alat Pengumpul Data**

Alat pengumpulan data yang biasanya digunakan adalah wawancara, observasi, angket atau kuesioner dan studi dokumentasi. Namun penelitian ini menggunakan alat pengumpulan data studi dokumen yang mana adalah metode pengumpulan data yang tidak ditujukan langsung kepada subjek penelitian.<sup>15</sup>

#### **5. Analisis Data**

Berdasarkan jenis dan sifat penelitian ini, maka analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode analisis datanya pun bersifat kualitatif, seperti metode analisis isi atau *content analisis* yang biasa diterapkan dalam penelitian dokumentasi, misalnya penelitian terhadap surat-surat berharga dan sejenisnya yang juga berlaku dalam ilmu komunikasi.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Abraham, "Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian", *Artikel*, UCEO , Kamis 25 Februari 2016

<sup>16</sup> Tajul Arifin. 2009. *Metode Penelitian Hukum*. Bandung: Pustaka Setia, halaman 93

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Hukum Terhadap Pelaku Usaha

Pengertian Pelaku Usaha berdasarkan Pasal 1 ayat (3) UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, memberikan pengertian Pelaku Usaha, sebagai berikut: “Pelaku usaha adalah setiap perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggara kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonom”.<sup>17</sup>

Dalam penjelasan undang-undang yang termasuk pelaku usaha yang adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain. Pengertian pelaku usaha dalam Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen cukup luas karena meliputi grosir, leveransir, pengeceran, dan sebagainya.<sup>18</sup>

Cakupan luasnya karena pengertian pelaku usaha dalam UUPK tersebut memiliki persamaan dengan pengertian pelaku usaha dalam Masyarakat Eropa terutama negara Belanda, bahwa yang dapat dikualifikasi sebagai produsen adalah: pembuat produk jadi (*finished product*); penghasilan bahan baku; pembuatan suku cadang; setiap orang menampakkan dirinya sebagai produsen,

---

<sup>17</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti. 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, halaman 41

<sup>18</sup> Rosmawati. 2018. *Pokok-pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: Prenadamedia Group, halaman 64

dengan jalan mencantumkan namanya, tanda pengenal tertentu, tanda lain yang membedakan dengan produk asli, pada produk tertentu; importir suatu produk dengan maksud untuk menjual belikannya, disewakan, disewagunakan (*leasing*) atau bentuk distribusi lain dalam transaksi perdagangan; pemasok (*supplier*), dalam hal identitas dari produsen atau importir tidak dapat ditentukan.<sup>19</sup>

Pelaku usaha yang dimaksud dalam UUPK sama dengan cakupan produsen yang dikenal di Belanda, karena produsen dapat berupa perorangan atau badan hukum. Dalam pengertian pelaku usaha tersebut, tidaklah mencakup eksportir atau pelaku usaha diluar negeri, karena UUPK membatasi orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia.<sup>20</sup>

Berdasarkan Pasal 3 ayat (2) “Directive”<sup>21</sup> ditentukan bahwa: siapa pun yang mengimpor suatu produk ke lingkungan EC (*economic community*) adalah produsen. Ketentuan ini sengaja dicantumkan untuk melindungi konsumen dari kemungkinan harus menggugat produsen asing (yang pusat kegiatannya) di luar lingkungan EC. Ketentuan ini mengharuskan importir yang mengimporkan barang dari eksportir negara ketiga mendapatkan jaminan melalui suatu perjanjian yang menyatakan bahwa pihak eksportir bertanggung jawab sepenuhnya atas barang yang memasukkan EC. Lebih lanjut lagi, perdagangan/penyalur yang mengedarkan barang yang tidak jejas identitas

---

<sup>19</sup> Abdul Halim Barakatullah. 2010. *Hak-hak Konsumen*. Bandung: Nusa Media, halaman 38

<sup>20</sup> *Ibid.*, halaman 38

<sup>21</sup> *Directive* adalah pedoman bagi negara Masyarakat Uni Eropa yang termasuk juga sebagai rancangan akademik undang-undang perlindungan konsumen

produsennya, bertanggung jawab atas barang tersebut. Demikian pula tanggung jawab penyalur/pedagang ini timbul atas barang yang diimpor dari negara ketiga, tapi tidak jelas importirnya.<sup>22</sup>

Sebagian besar negara telah meratifikasi konvensi tentang yuridiksi, sehingga berdasarkan Pasal 5 ayat (3) konvensi ini, gugatan atas *product liability* dapat diajukan ke pengadilan yang yurisdiksinya meliputi tempat timbulnya kerugian.<sup>23</sup>

Hak Pelaku Usaha adalah menciptakan kenyamanan berusaha bagi para pelaku usaha dan sebagai keseimbangan atas hak-hak yang diberikan kepada konsumen, kepada para pelaku usaha diberikan hak sebagaimana diatur pada Pasal 6 UUPK adalah:

- a) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b) Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila tidak terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.”<sup>24</sup>

Hak Pelaku Usaha untuk menerima pembayaran sesuai dengan kondisi dan nilai tukar barang/jasa yang diperdagangkan menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak dapat menuntut lebih banyak jika kondisi barang dan/atau jasa yang diberikan kepada konsumen tidak atau kurang memadai menurut harga yang

---

<sup>22</sup> Rosmawati. *Op.cit.*, halaman 65

<sup>23</sup> *Ibid.*, halaman 65

<sup>24</sup> Abdul Halim Barakatullah. *Op., Cit.*, halaman 40

berlaku pada umumnya atas barang dan/atau jasa yang sama. Melalui hak-hak tersebut diharapkan perlindungan konsumen tidak mengabaikan kepentingan pelaku usaha. Kewajiban konsumen dan hak-hak pelaku usaha yang disebutkan pada huruf b, c, dan d tersebut adalah kewajiban konsumen mengikuti upaya penyelesaian sengketa sebagaimana diuraikan sebelumnya.<sup>25</sup>

Kewajiban Pelaku Usaha Selanjutnya, sebagai konsekuensi dari hak konsumen yang telah disebut pada uraian terdahulu, maka kepada pelaku usaha dibebankan pula kewajiban-kewajiban sebagai mana diatur dalam Pasal 7 UUPK, “Adapun Kewajiban Pelaku Usaha adalah:

- a) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur, serta tidak diskriminatif;
- d) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e) Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan mencoba barang dan/atau jasa tertentu, serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan;
- f) Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau jasa penggantian apabila barang dan/ atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.”<sup>26</sup>

Kewajiban pelaku usaha beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha merupakan salah satu asas yang dikenal dalam hukum perjanjian. Ketentuan tentang itikad baik diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara. Bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik.<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup> *Ibid.*, halaman 40

<sup>26</sup> *Ibid.*, halaman 41.

Dalam UUPK pelaku usaha diwajibkan beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sedangkan bagi konsumen, diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Dalam UUPK tampak bahwa itikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dimulai sejak barang dirancang/diproduksi sampai pada tahap purna penjualan, sebaiknya konsumen hanya diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang/atau jasa.<sup>28</sup>

Hal ini tertentu saja disebabkan karena kemungkinan terjadinya bagi konsumen dimulai sejak barang di rancang/diproduksi oleh produsen (pelaku usaha), sedangkan bagi konsumen kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen.<sup>29</sup>

Bersumber dari adanya itikad baik dari pelaku usaha, maka pelaku usaha akan melakukan kewajiban-kewajiban yang lainnya seperti memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur, memberlakukan atau melayani konsumen dengan benar, menjamin mutu barang/atau jasa yang diproduksi, dan lain sebagainya. Kewajiban-kewajiban yang tersebut merupakan manifestasi hak konsumen dalam sisi lain yang “ditargetkan” untuk menciptakan “budaya” tanggung jawab, pada diri pelaku usaha.<sup>30</sup>

Tanggung jawab Pelaku Usaha merupakan produk yang menjadi unsur penting dalam kegiatan jual beli sebab inilah yang ditawarkan

---

<sup>28</sup> *Ibid.*, halaman 42

<sup>29</sup> *Ibid.*, halaman 42

<sup>30</sup> *Ibid.*, halaman 42

pelaku usaha kepada konsumen. Dalam pengertian luas, produk ialah segala barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu proses sehingga produk berkaitan erat dengan teknologi. Pemakaian teknologi dengan baik, di satu sisi memungkinkan pelaku usaha mampu membuat produk beraneka macam jenis, bentuk, kegunaan, maupun kualitasnya sehingga pemenuhan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi lebih luas, lengkap, cepat dan menjangkau bagian terbesar lapisan masyarakat.<sup>31</sup>

Memperhatikan substansi Pasal 9 ayat (1) dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha, meliputi; tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan, tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran, dan tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen. Berdasarkan hal ini, maka adanya produk barang dan/atau jasa yang cacat bukan merupakan satu-satunya dasar pertanggung jawaban pelaku usaha meliputi segala kerugian yang dialami konsumen.<sup>32</sup>

Mengenai ciri-ciri dari tanggung jawab produk dengan mengambil pengalaman dari masyarakat Eropa dan terutama Negeri Belanda dapat di kemukakan secara singkat *yang dapat di klasifikasikan sebagai pelaku usaha yaitu; Pembuatan produk jadi (finished product), Penghasil bahan baku, Pembuat suku cadang , Setiap orang yang menampakkan dirinya sebagai pelaku usaha dengan jala mencantumkan namanya, tanda pengenal tertentu atau tanda lain yang membedakan*

---

<sup>31</sup> Abdul Astar. 2019. *Buku Ajaran Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, halaman 59

<sup>32</sup> Ahmadi Muri dan Sutarman Yodo. 2017. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers, halaman 130



*dengan produk asli, pada produk tertentu, Importir suatu produk dengan maksud untuk memperjual belikan, disewakan disewa gunakan (leasing) atau bentuk distribusi lain dalam transaksi perdagangan, dan Pemasok (supplier), dalam hal identitas dari pelaku usaha atau importir tidak dapat ditentukan.*

*Tanggung jawab tersebut sehubungan dengan produk yang cacat atau rusak sehingga menyebabkan kerugian bagi pihak konsumen, baik kerugian badan, kematian atau harta benda. Menurut Emma suratman dalam buku Abdul Astar. 2019, produk cacat adalah setiap produk yang tidak dapat memenuhi tujuan pembuatannya baik karena kesengajaan atau kealpaan dalam proses produksinya maupun disebabkan hal-hal lain yang terjadi dalam peredarannya, atau tidak menyediakan syarat-syarat keamanan bagi manusia atau harta benda dalam penggunaannya, sebagaimana diharapkan orang. Dari batasan ini terlihat bahwa pihak yang terutama bertanggung jawab adalah pelaku usaha pembuat produk tersebut, tanpa kesalahan dari pihaknya. Sesuatu produk dapat disebut cacat atau tidak dapat memenuhi tujuan pembuatan karena Cacat produk atau manufaktur, Cacat desain, Cacat peringatan atau cacat intruksi.<sup>33</sup>*

*Berdasarkan sistem hukum yang ada, kedudukan konsumen sangat lemah dibandingkan pelaku usaha. Salah satu usaha hukum untuk melindungi dan meningkatkan kedudukan konsumen adalah*

---

<sup>33</sup> Abdul Astar, *Op. Cit.*, halaman 62

*dengan menerapkan prinsip tanggung jawab mutlak (strict liability) dalam hukum tentang tanggung jawab pelaku usaha. Tanggung jawab mutlak (strict liability) adalah pelaku usaha dianggap bersalah, konsekuensinya ia harus bertanggung jawab (liable) untuk mengganti rugi secara langsung kepada pihak konsumen yang menderita kerugian. Meskipun berlaku tanggung jawab produk yang bersifat mutlak, pelaku usaha dapat membebaskan diri dari tanggung jawabnya, baik untuk seluruhnya atau sebagian.<sup>34</sup> Hal-hal yang dapat membebaskan tanggung jawab pelaku usaha tersebut adalah:*

- a. Jika pelaku usaha tidak mengedarkan produknya (put into circulation);*
- b. Cacat yang menyebabkan kerugian tersebut tidak ada pada saat produk diedarkan oleh pelaku usaha, atau terjadinya cacat tersebut baru timbul kemudian;*
- c. Bahwa produk tersebut tidak dibuat oleh pelaku usaha baik untuk di jual maupun diedarkan untuk tujuan ekonomis maupun dibuat atau diedarkan dalam rangka bisnis;*
- d. Bahwa terjadinya cacat pada produk tersebut akibat keharusan memenuhi kewajiban yang ditentukan dalam peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah;*

---

<sup>34</sup> *Ibid.*, halaman 63

- e. *Bahwa secara ilmiah dan teknis (state of and technical know ledge, state of art defense) pada saat produk tersebut diedarkan tidak mungkin terjadi cacat.*<sup>35</sup>

*Setiap pelaku usaha memiliki tanggung jawab terhadap apa yang dihasilkan atau diperdagangkan pada konsumen. Ketika terjadi gugatan terhadap produk yang dihasilkan berarti bahwa produk tersebut cacat, yang bisa diakibatkan kurang cermat dalam proses produksi, tidak sesuai dengan apa yang dijaminan/diperjanjikan atau kesalahan yang dilakukan pelaku usaha. Dengan kata lain, pelaku usaha ingkar janji atau melakukan perbuatan yang melawan hukum.*

*Dalam Pasal 19 sampai dengan Pasal 28 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 diatur dengan tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh para pelaku usaha ketika terjadi gugatan oleh konsumen akibat produk yang cacat yaitu:*

- a. *Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Ganti rugi dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/ atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu tujuh*

---

<sup>35</sup> Celina Tri Siwi Kristtiyanti, *Op. Cit.*, halaman 106

*hari setelah tanggal transaksi. Walaupun begitu, pemberian ganti rugi tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan. Tapi ketika pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen maka pelaku usaha tidak memberikan ganti rugi.*

- b. Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut*
- c. Pelaku usaha bertindak sebagai importir memiliki tanggung jawab, yaitu:*
  - 1) Importir barang bertanggung jawab sebagai pembuat barang yang diimportasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri;*
  - 2) Importir jasa bertanggung jawab sebagai penyedia jasa asing apabila penyediaan jasa asing tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan penyedia jasa asing.*
  - 3) Pelaku usaha yang menjual barang dan atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan atau gugatan konsumen*
- d. Pelaku usaha yang memproduksi barang yang pemafaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang- kurangnya 1 (satu) tahun wajib menyediakan suku cadang d/ atau fasilitas purna jual dan wajib memenuhi jaminan atau garansi sesuai dengan yang*

*diperjanjikan. Pelaku usaha bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/ atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha tersebut; tidak menyediakan atau lalai menyediakan suku cadang dan/ atau fasilitas perbaikan, tidak memenuhi atau gagal memenuhi jaminan atau garansi yang diperjanjikan.*

- e. *Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/ atau garansi yang disepakati dan/ atau yang diperjanjian.<sup>36</sup>*

*Dalam Pasal 27 disebutkan hal-hal yang membebaskan pelaku usaha dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen apabila; Barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan untuk diedarkan, Cacat barang timbul pada kemudian hari, Cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenal kualifikasi barang, Kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen, Lewatnya jangka waktu penuntutan 4 (empat) tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan.<sup>37</sup>*

*Istilah pelaku usaha yang dimaksud dalam UUPK meliputi berbagai bentuk/jenis usaha, maka sebaiknya ditentukan urutan-urutan yang seharusnya digugat oleh konsumen manakala dirugikan oleh pelaku usaha. Urutan- urutan tersebut sebaiknya disusun sebagai berikut:*

- a. Yang pertama digugat adalah pelaku usaha yang membuat produk tersebut jika berdomisili di dalam negeri dan domisilinya diketahui oleh konsumen yang dirugikan;

---

<sup>36</sup> Abdul Astar, *Op. Cit.*, halaman 65

<sup>37</sup> Celina Tri Siwi Kristtiyanti, *Op. Cit.*, halaman 163

- b. Apabila produk yang merugikan konsumen tersebut diproduksi di luar negeri, maka yang digugat adalah importirnya, karena UUPK tidak mencakup pelaku usaha di luar negeri; dan
- c. Apabila produsen maupun importir dari suatu produk tidak diketahui, maka yang digugat adalah penjual dari siapa konsumen membeli barang tersebut.

Urutan diatas tentu saja hanya diperlakukan jika suatu produk mengalami cacat pada saat diproduksi, karena kemungkinan barang mengalami kecacatan pada saat sudah berada di luar kontrol atau luar kesalahan produsen yang memproduksi barang tersebut.<sup>38</sup>

## **B. Persekongkolan Dalam Penetapan Harga**

Secara umum yang dikatakan bersekongkol adalah: “kerja sama yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan pihak lain yang atas inisiatif siapa pun dalam upaya memenangkan peserta tender tertentu.” Adapun pengertian Persekongkolan berdasarkan *Black's Law Dictionary* adalah Persekongkolan (*conspiracy*) dapat melibatkan kerja sama antara dua atau lebih pelaku usaha yang secara bersma-sama melakukan tindakan melawan hukum.<sup>39</sup>

Persekongkolan atau juga dapat disebut sebagai kompirasi usaha didefenisikan oleh Pasal 1 ayat (8) UU No 5 tahun 1999 adalah sebagai bentuk kerja sama yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan pelaku usaha lain dengan maksud untuk menguasai pasar bersangkutan bagi kepentingan pelaku usaha

---

<sup>38</sup> Abdul Astar, *Op. Cit.*, halaman 59

<sup>39</sup> Susanti Adi Nugroho. 2018. *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Dalam Teori dan Praktik serta Penerapan Hukumnya*. Jakarta:Prenadamedia Group, halaman 288

yang bersekongkol. Maka oleh UU No. 5 Tahun 1999 Persekongkolan (*conspiracy*) merupakan salah satu kegiatan yang dilarang.<sup>40</sup>

Tindakan persekongkolan (*conspiracy*) dalam bentuk persaingan usaha termasuk dalam kategori perjanjian. Namun bentuk kegiatan/tindakan persekongkolan kadangkala tidak dilakukan dalam bentuk perjanjian, akan tetapi dapat dalam bentuk kegiatan lainnya yang tidak mungkin diwujudkan dalam suatu perjanjian. Seperti persekongkolan untuk mencuri rahasia dagang perusahaan pesaingnya yang tidak mungkin dilakukan dalam suatu perjanjian. Pada hakikatnya perjanjian terdiri dari dua macam:

- a. Perjanjian yang dinyatakan secara jelas (*express agreement*) biasanya tertuang dalam bentuk tertulis, sehingga relatif lebih mudah dalam proses pembuktiannya.
- b. Perjanjian tidak langsung (*implied agreement*) biasanya berbentuk lisan atau kesepakatan-kesepakatan, dalam hal ini tidak dikemukakan bukti adanya perjanjian, khususnya *implied agreement*. Dan jika keberadaan perjanjian tersebut diperkarakan, maka diperlukan penggunaan bukti yang tidak langsung atau bukti yang melingkup untuk menyimpulkan adanya perjanjian dan/atau persekongkolan tersebut.<sup>41</sup>

Pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk mengatur dan/atau menentukan pemenang tender sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Pelaku usaha

---

<sup>40</sup> *Ibid.*, halaman 267

<sup>41</sup> *Ibid.*, halaman 278

dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk mendapatkan informasi kegiatan usaha pesaingnya yang diklasifikasikan sebagai rahasia perusahaan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk menghambat produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa pelaku usaha pesaingnya dengan maksud agar barang dan/atau jasa yang ditawarkan atau dipasok di pasar bersangkutan menjadi berkurang dari jumlah, kualitas, maupun ketepatan waktu yang dipersyaratkan.<sup>42</sup>

Persekongkolan dalam Undang-Undang Anti Monopoli dibagi 3 (tiga) bagian yaitu:

- a. Bersekongkol untuk mengatur dan atau untuk menentukan pemenang tender.
- b. Bersekongkol untuk mendapatkan informasi kegiatan usaha pesaingannya yang di klasifikasikan sebagai rahasia perusahaan.
- c. Bersekongkol untuk menghambat produksi dan atau pemasaran barang atau jasa pelaku usaha pesaingannya dengan maksud agar barang atau jasa yang ditawarkan atau dipasok dipasar bersangkutan menjadi kurang baik dan kualitas, maupun ketetapan waktu yang disyaratkan.<sup>43</sup>

Penetapan harga adalah hal penting. Kerena harga menentukan nilai pendapatan yang diterima. Harga harus ditentukan dengan benar dalam arti tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah. Produk yang terlanjur ditetapkan dengan harga tinggi diawal peluncuran produk maka

---

<sup>42</sup> Toman Sony dan Wilson. 2019. *Hukum Bisnis*. Jakarta: Prenadamedia Group. halaman 261

<sup>43</sup> Vitis Sera. "Tinjauan Yuridis Putusan Komisi Pengawasan Persaingan Usaha Tentang persekongkolan Menentukan Pemenang Tender Pengadaan Barang Dan Jasa Bidang Alat Kedokteran, Kesehatan Dan KB Tahun Anggaran 2011 Di Kota BATAM". Dalam Jurnal Fakultas Hukum Vol. 5 No 2, Februari 2017



akan dipersepsikan sebagai produk mahal.<sup>44</sup> Penetapan harga (*price fixing*) adalah perjanjian dilarang yang dilakukan oleh para pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas mutu suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama. Perjanjian penetapan harga terdapat dalam Pasal 5 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Penetapan harga dapat dilakukan dengan memberikan tanda kepada pelaku usaha lainnya yang disebut *price signaling* dan juga dengan membuat pengumuman di media masa yang mengidentifikasi bahwa perlu kenaikan harga yang disebut *tacit collusion*. Perjanjian penetapan harga dapat dilakukan secara terbuka ataupun disamarkan, yang pada dasarnya mencederai asas persaingan. Dalam pendekatan perilaku, harga merupakan salah satu indikator kunci dalam mengamati adanya potensi perilaku yang mengganggu persaingan usaha. Penetapan harga termasuk Per Se Illegal yang artinya penentuan pelanggaran dengan pembuktian yang sederhana.<sup>45</sup>

UU No.5 Tahun 1999 melarang perjanjian antara produsen, dimana produsen menetapkan harga yang harus dibayar pembelian untuk barang dan/atau jasa yang diperdagangkan di pasar bersangkutan yang

---

<sup>44</sup> Sentot Imam Wahjono, dkk. 2018. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Prenadamedia Group, halaman 207

<sup>45</sup> Monatalia Tobing. 2008. Penetapan Harga (Price Fixing) Antara Para Pelaku Usaha Yang Bertentangan Dengan Undang-Undang No.5 Tahun 1999 (skripsi) program sarjana, Program Sarjana Ilmu Hukum Universitas Sumatera Utara, Medan.

sama dari segi faktual dan geografis. Perjanjian harga akan menjadikan harga menjadi tinggi, bukan harga pasar.<sup>46</sup>

Harga merupakan pembayaran untuk barang dan jasa yang tidak hanya meliputi biaya pokok, tetapi juga mencakup biaya tambahan seperti diskon atau penundaan pembayaran. Hal ini menegaskan bahwa setiap penjual “bebas” menetapkan sendiri harga penjualannya. Dalam hadits nabi di jelaskan sebagai berikut: Anas bin Malik menuturkan bahwa pada masa Rasulullah saw pernah terjadi harga-harga membung tinggi. Para Sahabat lalu berkata kepada Rasul, “Ya Rasulullah saw tetapkan harga demi kami.” Rasulullah saw menjawab:

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَّاقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ  
وَلَا مَالٍ

*“Sesungguhnya Allahlah Zat Yang menetapkan harga, Yang menahan, Yang mengulurkan, dan yang Maha Pemberi rezeki. Sungguh, aku berharap dapat menjumpai Allah tanpa ada seorang pun yang menuntutku atas kezaliman yang aku lakukan dalam masalah darah dan tidak juga dalam masalah harta”.* (HR Abu Dawud, Ibn Majah dan at-Tirmidzi).

Hadis di atas menunjukkan bahwa penetapan harga adalah sesuatu yang dilarang secara tegas. Pemahaman itu dapat diambil dengan ketegasan sikap Rasulullah Saw. Yang merupakan pemimpin (kepala pemerintahan) dan kondisi pasar yang tidak stabil. Artinya, Rasulullah Saw. Sangat menghormati sistem pasar yang berlaku hukum permintaan dan penawaran.<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> Mustofa Kamal Rokan. 2012. *Hukum Persaingan Usaha Teori dan Praktinya di Indonesia*. Jakarta : Rajawali Pers, halaman 96

<sup>47</sup> *Ibid.*, halaman 50

Praktek-praktek berikut ini merupakan beberapa variasi dari tindakan penentuan harga:

a. *Resale Price Maintenance (RPM) Arrangements*

Merupakan praktek pemasaran dalam mana seorang (suatu perusahaan) pengecer atas dasar perjanjian dengan distributor atau produsen setuju untuk menjual barang/jasa dengan harga tertentu atau harga minimum tertentu.

b. *Vertical Maximum Price Fixing*

Mirip dengan RPM arrangements, *Vertikal Maximum Price Fixing*, terjadi dalam hal produsen atau distributor suatu produk membuat kesepakatan dengan pengecer yang isinya mewajibkan pengecer itu untuk menjual produk dibawah yang ditetapkan oleh produsen atau distributornya.

c. *Consignments*

Praktek consignments (penitipan, konsingasi) dalam konteks usaha terjadi apabila suatu perusahaan pengecer menjual barang yang secara legal masih menjadi milik produsen dan sebagian imbalannya ia memperoleh komisi penjualan. Yang menimbulkan persoalan bagi produsen adalah menentukan harga produk yang dititipkannya.<sup>48</sup>

Perjanjian tentang penetapan harga dibedakan dalam 4 (empat) kategori, sesuai menurut Pasal 5 sampai 8 Undang-Undang Antimonopoli, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>48</sup> Arie Suswanto. 2004. *Hukum Persaingan Usaha*. Jakarta: Ghalia Indonesia, halaman 41.

a. Penetapan Harga (*Price Fixing*)

Penetapan harga merupakan salah satu strategi yang dilakukan pelaku usaha yang bertujuan untuk menghasilkan laba yang setinggi-tingginya. Dengan adanya penetapan harga yang dilakukan diantara pelaku usaha (produsen atau penjual), maka akan meniadakan pesaing dari segi harga bagi produk yang mereka jual atau pasarkan, yang kemudian dapat mengakibatkan surplus konsumen dipaksa beralih ke produsen atau penjual. Kekuatan untuk menguasai pasar dan menentukan harga yang tidak masuk akal.

b. Diskriminasi Harga (*Price discrimination*)

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 yang 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 pesaing lainnya seperti biaya iklan dan lain-lain.

c. Harga Pemangsa atau Jual Rugi (*predatory pricing*)

Predator berkonotasi secara sengaja merusak persaingan atau pesaing melalui penetapan harga keuntungan jangka pendek atau penetapan harga dibawah biaya yang akan diterimanya. *Predatory pricing* adalah salah satu bentuk strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjual produk dengan harga dibawah biaya produksi. Oleh karena itu apabila pelaku usaha yang melakukan praktek *predatory pricing* namun tidak mengurangi produksinya dan juga tidak menaikkan harga, maka mungkin tidak terjadi *predatory pricing* yang bertentangan dengan hukum.

d. Penetapan Harga Jual Kembali (*Resale Price Maintenance*)

Adalah kesepakatan antara pemasok dan distributor tentang pemasokan barang dan/ jasa tertentu yang didasarkan pada kondisi kesepakatan bahwa pihak distributor akan menjual kembali pada harga yang ditetapkan (*secara sepihak*) atau ditentukan oleh pihak pemasok. Dalam arti kata bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lainnya yang mensyaratkan pihak penerima barang/jasa tidak akan menjual kembali barang/jasa tersebut dengan harga rendah dari harga yang telah ditetapkan bersama.<sup>49</sup>

### C. Sepeda Motor Sejenis

Sepeda motor adalah salah satu alat transportasi yang digunakan untuk memudahkan aktivitas sehari-hari. Maka dari itu banyak

---

<sup>49</sup> Andi Fahmi Lubis, dkk. 2009. *Hukum Persaingan usaha, Antara Teks & konteks*. Jakarta: lorem ipsum dolor sit amet, halaman 132

masyarakat atau konsumen yang lebih memilih menggunakan sepeda motor dibanding menggunakan mobil atau alat transportasi lainnya. Sepeda motor dianggap lebih praktis dan lebih mudah menerjang kemacetan. Banyak perusahaan yang bergerak di bidang transportasi seperti sepeda motor bersaing dan berlomba-lomba menawarkan produknya. Masing-masing perusahaan memberikan keunggulan yang terbaik dari produk yang ditawarkan kepada konsumen, agar perusahaan tersebut dapat merebut pasar persaingan. Dimata konsumen produksi sepeda motor yang mempunyai kualitas dari segi model, ketersediaan suku cadang, bengkel resmi, desain produk, performa mesin dan harga jual kembali menjadi faktor-faktor pendukung dalam menentukan pilihan mereka. Pada masa kemajuan teknologi dan persaingan pasar yang kompetitif ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan persaingan harus memperhatikan dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan pemahaman yang terjadi di lingkungan pemasaran. Perusahaan harus memperhatikan, memahami dan menangani dengan cepat perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen untuk dapat menjadi pemenang dalam persaingan yang ketat tersebut.<sup>50</sup>

Perkataan “jenis” demikian tidak dapat memberi ukuran yang jelas dan praktis untuk dapat dipakai dalam menggolong barang-barang. Tetapi jelas, barang- barang itu sejenis atau tidak, yang penting ialah pemberian perlindungan terhadap kepentingan pengusaha atas

---

<sup>50</sup> RN Fatmawati. 2014. Analisis Daya Saing Motor Merek Honda dan Yamaha : Studi Komperensi Konsumen Di Kota SURAKARTA (Skripsi), Universitas Muhammadiyah Surakarta, Semarang.

mereknya. Pada waktu perusahaan mendaftarkan mereknya, maka dia harus menentukan nama barang-barang yang dituliskan dibelakang mereknya, itu bagi barang-barang yang tidak termasuk dalam jenis barang-barang yang telah dicantumkan di belakang merek yang terdaftar. Misalnya, sebuah merek didaftarkan untuk jenis mobil saja, maka mereka itu tidak terlarang untuk dipakai pada kereta anak-anak. Penafsiran istilah diatas yang pertama, ialah: bagaimana dapat mengetahui jenis barang yang ditulis di belakang “merek” bila merek itu sendiri tidak didaftarkan, meskipun praktis merek yang tidak didaftarkan itu merupakan pengecualian.<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup> Purwosujipto. 2007. *Pengertian Pokok Hukum Dagang di Indonesia*. Jakarta:Fahr Comtrad, halaman 93.

### BAB III

#### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

##### A. Bentuk Persekongkolan yang Dilakukan Oleh Perusahaan Dalam Menetapkan Harga

Menurut Ketentuan Pasal 1 angka 8 Persekongkolan atau konspirasi adalah bentuk kerja sama yang dilakukan antara pelaku usaha dengan pelaku usaha lain dengan maksud untuk menguasai pasar yang bersangkutan bagi kepentingan pelaku usaha yang bersekongkol.<sup>52</sup>

Dalam kamus Hukum disebut, bahwa persekongkolan adalah “*is a combination or confederacy between two or more persons formed for the purpose of committing, by joint efforts, some unlawful criminal act, or some act which is lawful in itself, but becomes unlawful when done by the concerted action of the conspirators, or for the purpose of using criminal or unlawful means to the commission of an act not in itself unlawful.*”<sup>53</sup>

Berdasarkan pengertian tersebut, persekongkolan (*conspiracy*) dapat melibatkan kerja sama antara dua atau lebih pelaku usaha yang secara bersama-sama melakukan tindakan melawan hukum. Ada juga yang menyamakan istilah persekongkolan (*conspiracy*) dengan istilah *Collusion* (kolusi), yakni sebagai: “*A secret agreement between two or more people for deceive or produlent purpeso.*” Artinya, bahwa dalam kolusi ada suatu perjanjian rahasia yang dibuat oleh dua orang atau lebih dengan tujuan menipu atau penggelapan yang sama artinya dengan konspirasi dan cenderung berkonotasi negatif.<sup>54</sup>

---

<sup>52</sup> Hermansyah. 2009. *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Jakarta: kencana, halaman 43

<sup>53</sup> Buku Black's Law Dictionary : kamus hukum dasar tentang ekonomi yang berlaku di Amerika Serikat

<sup>54</sup> Susanti Adi Nugroho. *Op. Cit.*, halaman 289

Persekongkolan sering disama artikan dengan kolusi, dalam politik biasa tersebut konpirasi (*conspiracy*). Sherman Acr Amerika Serikat juga merupakan istilah *conspiracy in the restraint of trade or commerce*. Ditinjau dari segi hukum ataupun agama, kolusi adalah bentuk pelanggaran norma atau etika. Secara umum kolusi mirip dengan korupsi, walau dalam praktiknya terjadi perbedaan. Kolusi lebih pada tawar-menawar sebuah kepentingan (*interest*) demi mendapatkan keuntungan dan kedudukan tertentu. Biasanya tindakan kolusi menyangkut birokrasi, pemotongan prosedur, pemberian pelayanan yang lebih atau istimewa terhadap orang-orang tertentu, termasuk juga pemberian informasi secara tersembunyi kepada seseorang atau kelompok tertentu.<sup>55</sup>

Terjadinya persekongkolan akan menghilangkan pesiangan antara pelaku usaha, dalam sistem ekonomi pasar mengandalkan pada proses persaingan, membuat para prosedur harus bertindak secara efisien dan inifatif. Namun dalam praktiknya, kebanyakan pelaku usaha atau prosedur mengelakan persaingan itu sendiri. Dan prosedur membuat penguasaan pasar dengan berkolaborasi antara perlaku usaha.<sup>56</sup>

Hukum pesaing secara umum mendeskripsikan hubungan antara perusahaan pelaku pasar berdasarkan stuktur horizontal maupun vertikal. Hubungan antara pelaku usaha dengan pesaingnya (pelaku usaha lainnya) dikategorikan horizontal. Menjadi sesuatu yang mustahil

---

<sup>55</sup> Mustofa Kamal Rokan, *Op. Cit.* halaman 174

<sup>56</sup> *Ibid.*, halaman 175



hukum persaingan (*antitrust policy*) dapat tegak dalam sistem ekonomi non-pasar. Walau hampir mustahil juga diterapkannya sistem ekonomi pasar secara utuh dalam sebuah negara, namun secara ideal hukum persaingan dapat dijalankan dalam sistem ekonomi pasar.<sup>57</sup>

Istilah persekongkolan sendiri berasal dari yurisprudensi Mahkamah Tertinggi Amerika Serikat, yaitu Pasal 1 Sherman bahwa terhadap pelaku usaha harus dibuktikan terjadinya persekongkolan berlandaskan perjanjian sebagai unsur utamanya. Perjanjian tersebut bukan hanya kesepakatan yang mengikat, tetapi juga kesepakatan sederhana berupa satu tujuan. Menurut pengertian hukum Amerika Serikat, persekongkolan adalah perjanjian yang konsekuensinya adalah perilaku yang saling menyesuaikan. Di dalam pengertian yang lazim diterima di Amerika Serikat, persekongkolan adalah penyatuan pendapat dan pandangan yang dihasilkan oleh suatu pertemuan untuk melakukan tindakan bersama-sama.<sup>58</sup>

Ada perbedaan pengertian persekongkolan yang terdapat dalam Pasal 1 angka 8 dengan pengertian persekongkolan pada Pasal 22 dalam hal subjek dan pengaturan. Subjek hukum dalam Pasal 22 adalah Pelaku usaha dan pihak lain, sedangkan dalam Pasal 1 angka 8 adalah hanya pelaku usaha. Pasal 22 dimaksudkan untuk mengatur persekongkolan dalam kegiatan tender (*lex specialis*). Adapun maksud pengaturan

---

<sup>57</sup> *Ibid.*, halaman 176

<sup>58</sup> *Ibid.*, halaman 178

persekongkolan dalam Pasal 1 angka 8 adalah mengatur persekongkolan dalam penguasaan pasar yang bersangkutan (*lex generalis*).<sup>59</sup>

Secara yuridis pengertian persekongkolan usaha diatur dalam Pasal 1 angka 8 UU 5/1999, yakni bentuk kerja sama yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan pelaku usah lain dengan maksud untuk menguasai pasar bersangkutan bagi kepentingan pelaku usaha yang bersekongkol. Bentuk kegiatan persekongkolan itu ada 2 (dua), yaitu; pertama, bentuk persekongkolan yang dapat dibuktikan dengan adanya perjanjian, sedangkan yang kedua bentuk persekongkolan yang tidak mungkin diwujudkan dalam suatu perjanjian.<sup>60</sup>

Persekongkolan dilarang dalam Pasal 22, 23, 24, UU No. 5 Tahun 1999. Larangan terhadap persekongkolan ini termasuk juga persekongkolan antara pelaku usaha dengan pihak lain yang belum tentu merupakan pelaku usaha. Jenis-jenis persekongkolan yang dilarang sebagai berikut:

- a. Pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk mengatur dan/atau menentukan pemenang tender sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persingan usaha tidak sehat (Pasal 22). Persekongkolan untuk mengatur tender (tawaran untuk mengajukan harga memborong suatu pekerjaan, pengadaan barang atau penyedia suatu jasa). Sudah merupakan ketentuan umum bahwa pemenang tender tidak dapat diatur melainkan siapa yang paling memenuhi syarat penawaran dia yang menang. Oleh karena itu,

---

<sup>59</sup> *Ibid*, halaman 180

<sup>60</sup> Agus Rianto. 2018. *Hukum Bisnis Indonesia*. Batam: CV. Batam Publisher, halaman 170

dilarang persekongkolan untuk menentukan atau mengatur pemegang tender.

- b. Pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk mendapatkan informasi kegiatan usaha pesaingnya yang diklasifikasikan sebagai rahasia perusahaan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat (Pasal 23). Persekongkolan untuk memperoleh rahasia perusahaan, yaitu persekongkolan antara pelaku usaha dengan pihak lain untuk mendapatkan informasi tentang kegiatan usaha pesaingnya yang diunifikasi sebagai rahasia perusahaan.
- c. Pelaku usaha dilarang bersekongkolan dengan pihak lain untuk menghambat produksi barang dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa pelaku usaha pesaingnya dengan maksud agar barang dan/atau jasa yang ditawarkan atau dipasok di pasar bersangkutan menjadi berkurang, baik dari jumlah, kualitas, maupun ketepatan waktu yang dipersyaratkan (Pasal 24). Persekongkolan untuk menghambat pasokan produk, adalah salah satu taktik bisnis yang tidak sehat. Usaha atau daya upaya yang dibuat dengan tujuan untuk menghambat produksi dan/atau pemasaran dari produk pelaku usaha pesaingnya, dengan harapan agar produk yang dipasok atau ditawarkan tersebut menjadi kurang baik dari segi kualitas, dari segi jumlah dan ketepatan waktu yang dipersyaratkan.<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> Susanti Adi Nugroho. *Op. Cit.*, halaman 268

Adapun penyebab timbulnya penetapan harga oleh para pelaku usaha adalah untuk menguasai pasar sehingga memperoleh laba yang jauh lebih tinggi dari apa yang di hasilkan, dimana produsen hanya menetapkan satu harga untuk semua konsumen sehingga terjadilah persaingan usaha yang tidak sehat. Strategi penetaan harga yang dapat menghasilkan laba yang tinggi, yang mana stategi ini dapat juga merusak persaingan usaha dengan starategi penetapan harga yang bertujuan mendorong maksimalisasi laba pada kelompok pasar monopoli dan oligopoli. Untuk mencapai maksimalisasi laba, produsen akan menarik (menyerap) sebanyak mungkin surplus konsumen dari konsumen.

Suatu usaha dalam mengurangi penetapan harga dalam pasar ologopoli dengan strategi kepemimpinan harga. Kepemimpinan harga terjadi pada saat sebuah perusahaan besar bertindak sebagai pemimpin dan perusahaan-perusahaan kecil lainnya sebagai pengikut.<sup>62</sup>

Ada beberapa cara yang bisa digunakan untuk menentukan harga jual suatu produk. Berikut adalah tiga cara yang paling sering digunakan dalam strategi penetapan harga:

1. Strategi Penetapan Harga Berdasarkan Biaya

Metode ini adalah yang paling standar dan paling banyak digunakan, metode ini menentukan harga berdasarkan total biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi produk yang dijual, dan menambah sejumlah persentase tertentu sebagai laba. Ada 4 (empat) kategori dalam penetapan harga berdasarkan biaya, yakni:

---

<sup>62</sup> Monatalia Tobing. 2005. *Penetapan Harga (Price Fixing) antara Para Pelaku Usaha yang Bertentangan dengan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999* (Skripsi), Fakultas Hukum Sematera Utara, Medan.

- a. *Cost-Plus Pricing Method* yaitu penetapan harga jual per unit berdasarkan jumlah biaya per unit ditambah jumlah tertentu sebagai laba atau maggin ( $\text{harga jual} = \text{biaya total} + \text{laba}$ )
- b. *Mark-up Pricing* yaitu penetapan harga yang sering digunakan oleh perdagangan perantara atau *reseller/dropshipper* dengan menambahkan harga beli dengan sejumlah laba tertentu ( $\text{harga jual} = \text{harga beli} + \text{laba/markup}$ )
- c. *Fixed Fee Pricing* yakni penetapan harga berdasarkan jumlah biaya yang dikeluarkan oleh produsen produk tersebut ditambah sejumlah *fee* yang telah disepakati, jadi laba yang diperoleh tidak mempengaruhi harga jual barang
- d. *Target Pricing* yakni peentapan harga yang dilakukan berdasarkan tingkat pengembalian investasi (ROI) sesuai dengan target yang diinginkan.

## 2. Strategi Penetapan Harga Berdasarkan Kebutuhan/Keinginan

Strategi ini lebih mengutamakan kondisi ataupun kebutuhan konsumen.

Strategi ini memungkinkan adanya perbedaan harga meskipun produknya sama, akibat beberapa faktor tertentu seperti letak geografis, waktu, dan sebagainya. Ada 2 macam kategori dalam strategi ini, yakni:

- a. *Price Sensitivity Meter (PSM)* yakni strategi penetapan harga yang dilakukan dengan tujuan untuk melakukan pendekatan terhadap kebutuhan/permintaan konsumen. Metode ini didasari

persepsi konsumen terhadap nilai/*value* produk yang diterima, apakah sebanding atau tidak. Untuk mengetahui apakah *value* suatu produk dapat diterima oleh konsumen, bisa mengukurnya dengan PSM.

b. *Diskriminasi Harga* yakni kebijakan untuk menentukan harga jual yang berbeda-beda untuk satu jenis produk yang sama dalam satu segmen pasar mempengaruhi diskriminasi harga misalnya wilayah, konsumen, waktu, kualitas, dan bentuk produk.

### 3. Strategi Penetapan Harga Berdasarkan Persaingan

Strategi ini menyoroti harga produk sejenis yang dikeluarkan oleh industri pesaing. Ada dua metode yang bisa digunakan, yakni:

a. *Perceived Value Fixing* yakni penetapan harga jual berdasarkan harga jual rata-rata produk sejenis.

b. *Sealed Bid Pricing* yakni penetapan harga jual berdasarkan penawaran yang diajukan oleh pesaing.<sup>63</sup>

Berikut adalah beberapa perjanjian yang dilakukan oleh perusahaan dalam menetapkan harga tersebut:

#### 1. Perjanjian Penetapan Harga (*Price Fixing Agreement*)

UU No. 5 Tahun 1999 melarang perjanjian antar produsen, dimana produsen menetapkan harga yang harus dibayar pembeli untuk barang dan/atau jasa yang diperdagangkan dipasar bersangutan yang sama dari segi faktual dan geografis. Perjanjian harga akan menjadikan

---

<sup>63</sup> Xendit, "3 Macam Strategi Penetapan Harga yang Perlu Diketahui Anda Ketahui", <https://blog.Xendit.com>, diakses Minggu, 01 September 2019, pukul 09.00 WIB

menjadikan harga lebih tinggi, bukan harga pasar. Karenanya, penetapan harga merupakan tindakan yang mencederai pesaing. Tindakan tersebut akan merugikan konsumen dengan bentuk harga lebih tinggi dan jumlah barangnya yang lebih sedikit tersedia. Larangan melakukan perjanjian penetapan harga karena menyebabkan tidak dapat berlakunya hukum pasar tentang harga yang terbentuk dari penawaran dan permintaan (*supply and demand*).

Pasal 5 ayat (1) berbunyi:

"Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan/jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan."

Melihat rumusan pasal tersebut berarti larangan ini bersifat per se yang tidak mengharuskan melihat implikasi atau adanya hambatan persaingan usaha. Perjanjian penetapan harga dilarang oleh UU No. 5 Tahun 1999 disebabkan penetapan harga bersama-sama akan menyebabkan tidak dapat berlakunya hukum pasar tentang harga yang terbentuk dari adanya tawaran dan permintaan. "Pelaku usaha dilarang melakukan perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya. Selain itu, pihak yang melakukan perjanjian harus saling bersaing, berarti pelaku usaha tersebut berada pada pasar bersangkutan faktual yang sama baik secara

vertikal maupun horizontal. Perjanjian dapat dilakukan dengan tertulis ataupun lisan.<sup>64</sup>

Perjanjian penetapan harga dapat dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu; yang *pertama*, perjanjian Horizontal adalah perjanjian antara sesama pelaku usaha yang bersangkutan faktual yang sama, yang bertujuan menghambat persaingan usaha. Yang *kedua*, perjanjian vertikal adalah perjanjian yang dilakukan antarpelaku usaha pada berbagai tahap proses produksi dan distribusi. Perjanjian tersebut misalnya dilakukan antara produsen, grosir, dan pengecer. Walaupun perbedaan tersebut disinggung dalam Undang-Undang No.5 Tahun 1999, namun dari segi konsep dan istilah tidak selalu diikuti. Menurut rumusan dalam Pasal 5, 7, 9, 10, 11 UU No 5 tahun 1999, aktivitas tersebut dapat dianggap sebagai larangan hambatan persaingan horizontal, sedangkan rumusan Pasal 6 UU No. 5 Tahun 1999 memungkinkan beberapa versi interpretasi. Ketentuan tersebut dapat diartikan sebagai larangan diskriminasi harga, baik horizontal maupun vertikal.<sup>65</sup>

Harga merupakan pembayaran untuk barang dan jasa yang tidak hanya meliputi biaya pokok, tetapi juga mencakup biaya tambahan seperti diskon atau penundaan pembayaran. Hal ini menegaskan bahwa setiap penjual "bebas" menetapkan sendiri harga pejualannya. Misalnya, terjadi kartel harga di mana anggota-anggota kartel menyepakati harga tertentu terhadap suatu barang, karenanya para pihak yang melakukan

---

<sup>64</sup> Mustofa Kamal Rokan, *Op. Cit.*, halaman 97

<sup>65</sup> Suyud Margono. 2018. *Hukum Anti Monopoli*. Jakarta: Sinar Grafika, halaman 83



perjanjian tidak mempunyai pilihan lain, apakah menaikkan atau menurunkan harga. Inilah yang menghilangkan pesaing.<sup>66</sup>

Dalam praktiknya, pada pasar yang bersifat oligopolis aturan pasar yang dikuasai oleh pelaku usaha yang memiliki posisi dominan penentuan harga dapat dilakukan hanya dengan memberikan tanda kepada pelaku usaha lainya dengan bentuk menaikkan harga yang biasanya akan selalu diikuti oleh pelaku usaha lainya. Atau juga dengan cara membuat pengumuman atau artikel di media massa yang mengindikasikan bahwa perlu kenaikan harga sehingga pelaku usaha lainya tahu bahwa mereka harus ikut menaikkan harga. Hal ini merupakan bentuk kolusi yang disamarkan (*tacit collusion*).

Perjanjian penetapan harga dikecualikan dalam tiga hal, yaitu:

- a. Perjanjian harga yang diizinkan. Seperti penentuan harga yang dilakukan oleh pemerintah. Contoh kasus, sewaktu perusahaan penerbangan di dalam negeri terlibat perang harga yang sebetulnya menguntungkan konsumen, tindakan yang diambil pemerintah adalah mendamaikan perusahaan penerbangan dengan jalan menentukan harga yang harus dipatuhi oleh semua perusahaan penerbangan.
- b. Perjanjian harga yang dibuat dalam *join ventur*. Sebenarnya tidak jelas dimaksud dengan *join ventur* dalam UU ini. Sehingga *join*

---

<sup>66</sup> Mustofa Kamal Rokan, *Op. Cit.*, halaman 97

ventur di sini dapat diartikan penggabungan usaha tertentu dari ketentuan Pasal 5 ayat 1 UU No. 5 tahun 1999.

c. Perjanjian harga langsung.<sup>67</sup>

## 2. Perjanjian Diskriminasi Harga (*Price Discrimination Agreement*)

Perjanjian diskriminasi harga diatur pada Pasal 6 UU No. 5 Tahun 1999 sebagai berikut: “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembelian yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan jasa yang sama.”

Hal yang dilarang pada pasal ini adalah membuat perjanjian yang memberlakukan diskriminasi terhadap kedudukan konsumen yang satu dengan konsumen yang lainnya, dengan cara memberikan harga yang berbeda-beda terhadap barang atau jasa yang sama. Namun demikian, dapat saja terjadi harga yang berbeda antara konsumen satu dengan yang lain disebabkan perbedaan biaya seperti promosi dan lain-lain. Karenanya dalam teori ilmu hukum persaingan dikenal beberapa macam diskriminasi harga, antara lain:

- a. Diskriminasi Harga Primer
- b. Diskriminasi Harga Sekunder
- c. Diskriminasi Harga Umum
- d. Diskriminasi Harga Geografis
- e. Diskriminasi Harga Tingkat pertama

---

<sup>67</sup> *Ibid.*, halaman 98

- f. Diskriminasi Harga Tingkat Kedua
- g. Diskriminasi Harga Secara Langsung
- h. Diskriminasi Harga Secara Tidak Langsung.<sup>68</sup>

Tentu, tidak semua pemberian harga yang berbeda tersebut dilarang oleh hukum anti monopoli. Sebab, jika *cost* yang dikeluarkan oleh penjual untuk satu konsumen dengan konsumen lainnya berbeda, maka harga secara logis tertentu akan berbeda-beda pula. Misalnya, barang yang diambil dari tempat yang jauh dan memakan biaya yang tinggi, tertentu akan menaikkan harga. Karena itu, secara teknis, diskriminasi harga baru layak dilarang oleh hukum antimonopoli manakala perbedaan harga terhadap konsumen yang satu dengan konsumen lainnya pada prinsip bukan cermin dari perbedaan harga dasar (*marginal cost*) yang dikeluarkan oleh pihak penjual.<sup>69</sup>

Karena terdapat beberapa syarat untuk kejadian diskriminasi harga:

- a. Para pihak haruslah melakukan kegiatan bisnis, sehingga diskriminasi harga akan merugikan apa yang disebut dengan "*primary line injury*", yakni diskriminasi harga yang dilakukan produsen atau grosir terhadap pesaingnya. Demikian pula diskriminasi harga dapat merugikan "*secondary line*" jika diskriminasi harga dilakukan oleh suatu produsen terhadap suatu grosir, atau retail yang satu dan yang lain mendapat kan perlakuan khusus. Hal ini akan menyebabkan grosir atau retail yang tidak

---

<sup>68</sup> *Ibid.*, halaman 104

<sup>69</sup> *Ibid.*, halaman 105

disenangi tidak dapat berkompetisi secara sehat dengan grosir atau retail yang disenangin.

- b. Terdapat perbedaan harga baik secara langsung maupun tidak langsung, misalnya melalui diskon atau pembayaran secara kredit , namun pada pihak lain harus *cash* dan tidak ada diskon.
- c. Dilakukan terhadap pembeli yang berbeda. Jadi dalam hal ini paling sedikit harus ada dua pembelian.
- d. Terhadap barang yang sama tingkat kualitasnya.
- e. Perbuatan tersebut secara substansial akan merugikan, merusak, atau mencegah terjadinya persaingan yang sehat atau dapat menyebabkan monopoli pada suatu aktivitas perdagangan.<sup>70</sup>

### 3. Jual Rugi (*Predatory Pricing*)

Penetapan harga di bawah harga pasar atau kegiatan jual rugi atau *predatory pricing* ini merupakan suatu bentuk penjualan atau pemasok barang dan/atau jasa dengan cara jual rugi yang bertujuan untuk mematikan pesaingnya. Berdasarkan sudut pandang ekonomi *predatory pricing* ini dapat dilakukan dengan menetapkan harga yang tidak wajar, dimana harga lebih rendah dari pada biaya variabel rata-rata. Dapat dikemukakan, bahwa faktor harga merupakan hal yang sangat penting dan esensial dalam dunia usaha. Oleh karenanya, perilaku pelaku usaha

---

<sup>70</sup> *Ibid.*, halaman 105

yang menetapkan jual rugi atau harga sangat rendah bertujuan untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya.<sup>71</sup>

#### 4. Penetapan Harga Jual Kembali (*Resale Price Maintenance*)

Penetapan harga jual kembali dilarang oleh Pasal 8 UU No. 5 Tahun 1999. Pelaku usaha dilarang untuk membuat perjanjian dengan pelaku usaha lainnya bahwa pihak pembeli barang atau jasa tersebut tidak akan menjual atau memasok barang atau jasa barang tersebut di bawah harga yang telah ditetapkan bersama. Prinsipnya, pihak pembeli bebas untuk menetapkan harga dari barang atau jasa yang sudah dibelinya sesuai dengan permintaan dan penawaran yang ada di pasar.

Terdapat dua macam penetapan jual kembali, yaitu:

##### a. Penetapan Harga secara Maksimum (*maximum Price fixing*)

Strategi penetapan harga ini biasanya diterapkan oleh produsen kepada distributor produk bersangkutan, yang bertujuan untuk mengontrol distributor untuk tidak menjual di atas harga maksimum yang ditawarkan. Mungkin saja konsumen tidak dirugikan dengan perjanjian ini, malah bisa diuntungkan karena yang diperjanjikan larangan untuk menjual lebih mahal atau di atas harga maksimum. Yang diinginkan dari perjanjian ini adalah hasil yang diharapkan melalui strategi ini adalah terkendalinya harga yang bersaing, sampai pada tingkat penjualan eceran.

##### b. Penetapan Harga Secara Minimum (*Minimum Price fixing*)

---

<sup>71</sup> Susanti Adi Nugroho. *Op., Cit.*, halaman 152

Penetapan harga minimum ini juga sering disebut dengan *floor price* artinya, kesepakatan antara pelaku usaha di mana pembeli akan menjual kembali barang yang dibelinya pada harga yang tidak boleh di bawah harga yang ditentukan. Strategi penetapan harga ini umumnya memiliki dua tujuan utama, yakni mempertahankan nama baik (*goodwill*) produsen atau merek tertentu dan untuk mencegah terjadinya persaingan tidak sehat pada level distributor. Produsen yang memiliki nama yang terkenal untuk produk tertentu pada pasar tertentu, akan berusaha untuk mempertahankan nama baiknya tidak hanya melalui kualitas dan rancangan barang yang diproduksinya akan tetapi juga pada harga yang ditetapkannya. Produk yang berkelas biasanya juga memiliki kelas harga yang relatif tinggi yang harus dipertahankan untuk menjaga citra produsen.

Di sisi lain, pada level distributor, mereka juga bersaing untuk memperebutkan pasar produk berkelas tersebut dari distributor pesaing. Untuk menciptakan kesan bahwa distributor bersangkutan merupakan pusat distribusi produk berkelas tertentu, maka dibutuhkan promosi yang memerlukan biaya tambahan. Hasil akhir, distributor yang harus mengeluarkan biaya tambahan untuk promosi sehingga distributor akan menawarkan harga yang sedikit lebih tinggi untuk produk berkelas yang sama, dibanding dengan distributor lain yang tidak melakukan upaya promosi. Namun,

hampir dapat dipastikan konsumen akan lebih cenderung memilih untuk memperoleh produk yang dimaksud dari distributor yang menawarkan yang harga lebih rendah (karena tanpa biaya promosi). Distributor yang memperoleh keuntungan (pangsa pasar) dalam situasi semacam ini disebut sebagai "*free rider*" pihak yang memperoleh keuntungan secara Cuma-Cuma.<sup>72</sup>

Berdasarkan perjanjian penetapan harga di atas peneliti dapat memberikan sebuah contoh kasus pada Putusan Perkara No.4/KPPU-I/2016.

#### **Identitas para pihak:**

Dalam pemeriksaan perkara Putusan KPPU Nomor 04/KPPU-I/2016 adanya laporan dari para pihak dan adanya para terlapor yaitu:

#### 1 Pelapor

Pelapor adalah orang yang merasakan kerugian dalam perkara ini dan identitas pelapor berdasarkan Peraturan KPPU Nomor 1 Tahun 2019 Tentang Tata Cara Penanganan Perkara Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat pada Pasal 4 ayat (2) yang menyatakan "Identitas Terlapor sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 wajib dirahasiakan oleh Komisi.

#### 2 Terlapor

---

<sup>72</sup> Mustafa Kamal Rokan. *Op. Cit.*, halarman 110

Terlapor dalam perkara ini terdiri dari beberapa Perusahaan diantaranya yaitu:

1) Terlapor I

**PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing** yang beralamat kantor di Jalan Dr. KRT. Radjiman Widyodiningrat Jakarta 13920

2) Terlapor II

**PT. Astra Honda Motor** yang beralamat kantor di Jalan laksda Yos Sudarso Sunter I Jakarta 14350

### **Duduk Perkara**

Bahwa objek perkara a quo adalah Industri Sepeda Motor Jenis Skuter matik 110-125 CC di Indonesia. Bahwa ketentuan Undang-Undang yang diduga dilanggar oleh para terlapor adalah Dugaan Pelanggaran Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tersebut menyatakan: 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.

Tentang kewenangan KPPU dalam Perkara A quo bahwa terkait kewenangan KPPU, Majelis Komisi menilai Perilaku Terlapor dalam 3 hal, sebagai berikut: tentang Pertemuan di Lapangan Golf, tentang Surat Elektronik (email) tanggal 28 April 2014, dan tentang email 10 Januari 2015. Atas penilan 3 hal tersebut, Majelis Komisi berpendapat bahwa berdasarkan fakta persidangan 10 Januari 2015 adalah Email yang



dikirim saksi Sdr. Yukata Terada yang pada saat itu menjabat sebagai Direktur Terlapor I dengan menggunakan alamat email [teradayu@yamaha-motor.co.id](mailto:teradayu@yamaha-motor.co.id) dan dikirimkan kepada Dyonisus Beti selaku Vice President Direktur Terlapor II dan Majelis menilai adanya fakta bahwa email tersebut merupakan komunikasi resmi yang dilakukan pejabat tinggi Terlapor I. Oleh karena itu mengingat kapasitas pengirim dan penerima email serta media yang digunakan yaitu resmi email perusahaan, maka Majelis Komisi tidak serta merta mengabaikan fakta tersebut sebagai bukti

Tentang Pasar Bersangkutan Majelis Komisi berpendapat penentuan 110-125 cc sudah sesuai dengan konsep *product definition* dalam teori antitrust yang mana suatu produk perlu didefinisikan sesempit/sedetil mungkin dan mempertimbangkan karakteristik produk, jangkauan pemasaran serta perilaku para terlapor yang dipermasalahkan dalam perkara a quo.

Penetapan Harga Majelis Komisi menilai terdapat penyajian data tidak benar yang dilakukan oleh Terlapor I seolah-olah telah terjadi penurunan harga produk, antara lain: Time Series harga produk xeon dan xeon RC tahun 2013, pertimbangan harga Yamaha Mio dengan produk Honda beat tahun 2013 dan 2014, harga skutik kapasitas 125 CC Tahun 2013, dan harga skutik kapasitas 110 CC Tahun 2014. Majelis Komisi menilai Terlapor I telah berusaha secara sengaja dan sistematis

untuk menyajikan data dan fakta yang tidak benar agar terbentuk persepsi yang menguntungkan Terlapor I.

Bahawa unsur pasal 5 ayat (1) Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999 terpenuhi: Unsur Pelaku Usaha terpenuhi, Unsur Perjanjian terpenuhi, Unsur Pelaku Usaha dan Pelaku Usaha Pesaing terpenuhi, Unsur menetapkan Harga atas suatu Barang dan/atau Jasa yang harus oleh Konsumen atau Pelanggan terpenuhi, dan Unsur Pasar Bersangkutan terpenuhi.

Bahwa Majelis Komisi merekomendasikan kepada komisi Kementrian Perindustrian Republik Indonesia agar lebih kuat lagi mendorong peningkatan industri komponen lokal termasuk IKM (Industri Kecil Menengah) sehingga komponen utama sepeda motor, yaitu engine, transmisi, rangka, dan elektrikal dapat dihasilkan oleh industri domestik (PMDN) termasuk IKM nya.<sup>73</sup>

**B. Kerugian yang Timbul Akibat Persekongkolan Harga oleh Perusahaan yang Mempoduksi Sepeda Motor Sejenis Terhadap Konsumen**

Pelaku usaha tidak dapat melakukan kesempatan dengan pihak lain yang terkait secara langsung atau tidak langsung dengan memberi proyek, penyelenggara tender, dan/atau diantara mereka sendiri untuk mengatur dan/atau menentukan pemenang tender. Disamping itu, pelaku usaha tidak dapat

---

<sup>73</sup> Biq Ratnasari. "Analisis Putusan KPPU Nomor 04 /KPPU-1/2016 Tentang Praktek Monopoli Dalam Perjanjian Penetapan Harga". *Dalam jurnal Universitas Mataram*. 15 November 2018

bekerja sama dengan pihak lain untuk mendapatkan informasi tentang kegiatan yang termasuk rahasia perusahaan, dan pelaku usaha dilarang bekerja sama dengan pihak lain untuk menghambat produksi dan/atau pemasaran produk dengan maksud agar produk tertentu tersebut berkurang di pasar baik dalam kuantitas, kualitas, maupun ketepatan waktu.<sup>74</sup>

Keputusan penentuan harga jual sangat penting, karena selain mempengaruhi laba yang ingin dicapai perusahaan juga mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Oleh karena itu dalam menentukan harga jual produk, tidak dapat dilakukan sekali saja tetapi harus dievaluasi dan disesuaikan dengan kondisi yang sedang dihadapi perusahaan.

Penetapan harga merupakan salah satu bentuk pelanggaran terhadap hukum persaingan karena perilaku kesepakatan penetapan harga akan secara langsung menghilangkan pesaing yang seharusnya terjadi diantara perusahaan-perusahaan yang ada di pasar. Dalam kondisi persaingan, harga akan terdorong turun mendekati biaya produksi dan jumlah produksi di pasar juga meningkat.

Ketika harga bergerak turun mendekati biaya produksi maka pasar akan menjadi lebih efisien sehingga kesejahteraan pun akan meningkat (*welfare improvement*). Namun ketika perusahaan-perusahaan melakukan kesepakatan penetapan harga, maka harga akan naik jauh diatas biaya produksi. Kenaikan harga ini diperoleh dengan cara membatasi *output* masing-masing perusahaan yang bersepakatan.

---

<sup>74</sup> Suyud Margono. *Op. Cit.*, halaman 112

Kenaikan dan penurunan produksi ini akan menurunkan kesejahteraan konsumen (*consumer loss*) karena konsumen harus membayar barang atau jasa dengan harga yang lebih tinggi dengan jumlah yang lebih sedikit. Selain itu kesejahteraan di pasar juga akan turun (*welfare loss*) karena kekurangannya jumlah barang dan atau yang ada di pasar. Oleh karena itu, hilangnya pesaing akibat penetapan harga ini jelas melanggar hukum persaingan karena merugikan konsumen dan perekonomian secara keseluruhan.

Dalam harga jual yang ditetapkan oleh PT. Astra Honda Motor dan PT. Yamaha Indonesia terhadap produknya, KPPU menganggap harga jual ideal sepeda motor yang dipatok produsen yaitu 12 juta Rupiah per unit. Harga tersebut sudah termasuk margin keuntungan 15%-20%.

Sisi lain, Presiden Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesian (AISI) Gunadi Shinduwinata mengungkapkan bahwa tidak ada kenaikan harga yang signifikan pada sepeda motor roda dua. Pasalnya, permintaan pada kendaraan jenis itu sedang stagnan. AISI menilai kenaikan permintaan oleh masyarakat hanya bisa terjadi apabila keadaan ekonomi membaik di pertengahan tahun. Apabila dampak kenaikan ekonomi belum terasa hingga akhir tahun maka penjualan juga akan statis. Mengenai harga yang dipatok oleh Honda dan Yamaha, Gunadi menilai sebagai hal yang wajar. Baginya, kenaikan harga itu normal terjadi di dunia usaha. Sebagai gambaran, kenaikan harga pada industri otomotif disebabkan oleh beberapa hal yaitu kenaikan inflasi, nilai tukar rupiah, kenaikan pajak daerah, dan suku bunga untuk pembiayaan. Gunadi juga membenarkan bahwa harga sepeda motor roda dua di Indonesia lebih mahal

ketimbang negara lain di Asia Tenggara. Sebab, Indonesia turut mengekspor kendaraan ke Eropa dengan volume yang besar. Semakin besar volume penjualan, semakin tinggi pula skala ekonominya.<sup>75</sup>

Karena keadaan yang tidak seimbang antara penjual dan pembeli, umumnya monopoli dianggap sebagai kondisi yang negatif. Hal ini cukup logis, karena dalam kondisi monopoli terbuka kemungkinan cukup besar penyalahgunaan oleh pemegang kekuasaan monopoli. Meskipun demikian, aspek positif pun bisa dibawa pula oleh monopoli di samping efek negatif yang lebih sering dikemukakan.<sup>76</sup>

a. Aspek Positif Monopoli

Meskipun secara umum lebih sering dikemukakan bahwa monopoli itu negatif, apabila dilihat ternyata ada pula aspek positif yang bisa ditemukan dari monopoli. Beberapa aspek positif monopoli akan dikemukakan berikut ini:

- a) Monopoli bisa memaksimalkan efisiensi pengelolaan sumber daya ekonomi tertentu.
- b) Monopoli bisa menjadi sarana untuk meningkatkan pelayanan terhadap konsumen dalam industri tertentu.
- c) Monopoli bisa menghindarkan duplikasi fasilitas umum.
- d) Dari sisi produsen, monopoli bisa menghindarkan biaya pariwisata serta biaya diferensiasi.

---

<sup>75</sup> Prasetya Putra Indriarto. 2015. Penjualan Kendaraan Bermotor Roda Dua Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha (Studi Kasus PT. Yamaha dan PT. Astra Honda Motor), Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

<sup>76</sup> Arie Siswanto. 2004. *Op. Cit.*, halaman 19.

- e) Dalam monopoli biaya kontraktual bisa dihindarkan.
- f) Monopoli bisa digunakan sebagai sarana untuk melindungi sumber daya tertentu yang penting bagi masyarakat luas dari eksploitasi yang semata-mata bersifat “profit-motive”.

b. Aspek Negatif Monopoli

Beberapa argumentasi lain yang sering dikemukakan untuk menolak monopoli adalah sebagai berikut:

- a) Monopoli membuat konsumen tidak mempunyai kebebasan memilih produk sesuai dengan kehendak dan keinginan mereka.
- b) Monopoli membuat posisi konsumen menjadi rentan di hadapan produsen.
- c) Monopoli juga berpotensi menghambat inovasi teknologi dan proses produksi.<sup>77</sup>

Selain tujuan umum, masing-masing negara mempunyai tujuan khusus menghadirkan hukum persaingan usaha. Di Amerika Serikat, hukum persaingan usaha bertujuan melindungi sistem kompetisi (Preserve Competitive System); di Jerman, bertujuan memajukan kesejahteraan dan kebebasan warga negara dan di Swedia, bertujuan mencapai pemanfaatan optimal dari sumber-sumber yang ada di masyarakat. Adapun di Indonesia, tujuan hukum persaingan usaha melalui Undang-undang No.5 Tahun 1999 adalah:

---

<sup>77</sup>*Ibid.*, halaman 20.

1. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.
2. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui peraturan 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 praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan pelaku usaha.
4. Terciptanya efektivitas dalam kegiatan usaha.<sup>78</sup>

Perkara penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing dengan PT. Astra Honda Motor yang ditetapkan oleh hakim atau majelis KKPU sebagai perjanjian yang dilarang yang dalam perkara ini kasus yang dimaksud tentang penetapan harga untuk sepeda motor jenis sekuter matic 110-125 CC yang dilakukan oleh kedua pihak yang bersangkutan.

Untuk pembuktian bahwa telah terjadi pelanggaran terhadap Pasal 5 UU No. 5 Tahun 1999 maka adanya pembuktian diantara para pelaku usahannya perjanjian diantara pelaku usaha independent. Suatu bentuk perjanjian tertulis tidak diharuskan dalam terbuktinya adanya perjanjian pelaku penetapan harga sebagaimana yang terdapat pada Pasal 1 angka 7 UU No. 5 Tahun 1999. Yang diperlukan dalam pembuktian dugaan penetapan harga adalah bukti bahwa penetapan harga kedua belah pihak para pelaku usaha mematuhi kesepakatan

---

<sup>78</sup> Mustafa kamal Rokan. *Op. Cit.*, Halaman 27.

itu. Bukti-bukti yang di haruskan berupa; Bukti Langsung ( *Hard evidence* ) dan Bukti tidak langsung ( *circumstantial evidence* ).

Dari kasus dalam putusan KKPU No.04/KKPU-I/2016 yang merupakan suatu dugaan pelanggaran pada Pasal 5 UU No. 5 Tahun 1999 tentang dugaan pelanggaran perjanjian penetapan harga maka pembuktian dari dugaan penetapan harga yang terdapat dalam kasus pada putusan KKPU No.4/KKPU-I/2016 adalah pembuktian dengan bukti tidak langsung.

Dimana pembuktian dari dugaan penetapan harga tersebut yang dilakukan oleh KKPU, pembuktian yang didapat dari hasil penyelidikan yaitu:

- 1 Adanya pertemuan di lapangan golf pada tahun 2013 antara Sdr. Yoichiro Kojima selaku Presiden Direktur PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing dan sebagai Terlapor I dengan Toshiyuki Inuma selaku Presiden Direktur PT. Astra Honda Motor da sebagainya terlapor II.
- 2 Adanya bukti email internet pada tahun 2014 oleh Terlapor I yang dikirim saksi Yukata terada, Presiden Direktur Kojima telah meminta marketing management group untuk mengikuti pola kenaikan harga mulai dari januari 2014 sebagai janji kepada Presiden Direktur Honda Sdr. Inuma.
- 3 Adanya bukti email pada tanggal 10 januari 2015 pukul 09.52 AM, Mr. Terada (Direktur Marketing PT. Yamaha Indonesia Motor



Manufacturing) mengirim email dengan subject Retail Pricing Issue, email Terada yang ditujukan kepada Bapak Dyon (Dyonisius Beti-Vice President PT. YIMM), Bapak Sutarya (Direktur Sales PT. Yamaha Indonesia Motor Manufagturing), di CC ke Mr. Idashi dan di Bcc ke Mr. Yanagi (yagiyu).

Berdasarkan studi putusan KKPU Nomor 04/KKPU-I/2016, pembuktian yang digunakan dalam putusan ini merupakan pembuktian tidak langsung, dimana pembuktian tidak langsung digunakan karena tidak langsung menyatakan adanya penetapan harga.

### **C. Implikasi Hukum Terhadap Pelaku usaha yang Melakukan Persekongkolan dalam Penetapan Harga Sepeda Motor Sejenis**

Implikasi hukum dari suatu perjanjian yaitu apabila perjanjian yang dibuat melanggar dari syarat subyektif sahnya perjanjian sebagaimana yang diatur dalam Pasal 1320 ayat (1) dan (2) KUHPerdara, suatu perjanjian sebagaimana yang dimana diatur dalam Pasal 1320 ayat (3) dan (4), suatu perjanjian dibuat dengan tidak memenuhi syarat objek tertentu atau mempunyai kausa yang tidak diperoleh seperti bertentangan dengan Peraturan-peraturan, ketertiban umum, dan kesusilaan, sehingga perjanjian tersebut batal demi hukum.

Akibat perjanjian menurut pasal 1338 ayat 1 KUHPerdara yang menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi yang membuatnya. Apabila suatu pembatalan perjanjian maka akibat hukum dari suatu sebagaimana halnya sebelum terjadi perjanjian. Sedangkan dengan akibat hukum dari pelanggaran terhadap UU No. 5 Tahun

1999 yaitu dikenakan beberapa sanksi tindakan administratif, sanksi pidana pokok, dan sanksi pidana tambahan.

Sanksi Administratif merupakan sanksi yang dapat diambil oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha terhadap pelaku usaha yang melanggar Undang-Undang No. 5 Tahun 1999. Sanksi administratif diatur dalam Pasal 47 ayat (2) yang menyatakan sebagai berikut; Komisi berwenang menjatuhkan sanksi berupa tindakan Administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-Undang ini, dan Tindakan Administratif sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat berupa:

1. Penetapan pembatalan perjanjian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 13, Pasal 15, dan Pasal 16.
2. Perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan integrasi vertikal sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14, penjelasan resmi menyebutkan bahwa penghentian integrasi vertikal lain dilaksanakan dengan pembatalan perjanjian, pengalihan sebagai perusahaan kepada pelaku usaha lain, atau perubahan bentuk rangkaian produksinya, dan/atau
3. Perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan kegiatan yang terbukti menimbulkan praktik monopoli dan/atau merugikan masyarakat
4. Perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan penyalahgunaan posisi dominan.
5. Penetapan pembatalan atau penggabungan atau peleburan badan usaha dan penganbil alihan saham sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28
6. Penetapan pembayaran ganti rugi

7. Penegnaan denda serendah-rendahnya Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp. 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah)

Adapun sanksi pokok pidana diatur dalam Pasal 48 Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat berupa: pelanggar *pertama*, Pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 4, Pasal 9 sampai dengan Pasal 14, Pasal 16 sampai dengan Pasal 19, Pasal 25, Pasal 27, dan Pasal 28 diancam pidana denda serendah-rendahnya Rp 25.000.000.000,00 (dua puluh lima milyar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 100.000.000.000,00 (seratus milyar rupiah), atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 6 (enam) bulan. Pelanggar *kedua*, Pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 5 sampa dengan Pasal 8, Pasal 15, Pasal 20 sampai dengan Pasal 24, dan Pasal 26 Undang-undang ini diancam pidana denda serendah-rendahnya Rp 5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 25.000.000.000,00 (dua puluh lima milyar rupiah), atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 5 (lima) bulan. Pelanggar *ketiga*, Pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 41 Undang-undang ini diancam piana denda serendah-rendahnya Rp 1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah), atau pidana kurungan penggangti denda selama-lamanya 3 (tiga) bulan.

Merujuk ketentuan Pasal 10 Kitab Undang-undang Hukum Pidana, terhadap pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 48 dapat dijatuhkan pidana tambahan berupa: pencaputan izin usaha; atau larangan kepada pelaku usaha yang telah terbukti melakukan pelanggaran Undang-undang ini untuk menduduki jabatan direksi atau komisaris sekurang-kurangnya 2 (dua) tahun dan selama-lamanya 5 (lima) tahun; atau penghentian kegiatan atau tindakan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian pada pihak lain.<sup>79</sup>

Pada kasus antara PT. Yamaha Indonesia Manufacturing dengan PT. Astra Honda Motor menggunakan jenis perjanjian penetapan harga horizontal karena PT. Yamaha dan PT.Astra Honda Motor merupakan antara dua pelaku usaha yang selevel, antara produsen dengan produsen, terhadap sesama produk barang yaitu motor sejenis skuter matic 110-125 CC dan yang diberlakukan pada pasar bersangkutan yang sama.

Implikasi hukum apabila melakukan pelanggaran terhadap UU No.5 Tahun 1999 yaitu terdapat pada Pasal 47, terhadap pelaku usaha yang tetap melakukan kegiatan usaha berdasarkan perjanjian yang dilarang sebagaimana yang diatur dalam ketentuan Undang-Undang anti Monopoli, meskipun telah dijatuhi hukuman sanksi administratif, maka terdapat pelaku usaha tersebut akan dikenakan sanksi berupa sanksi pidana berupa sanksi pidana pokok yang diatur dalam pasal 48 UU No. 5 Tahun 1999

---

<sup>79</sup> Mutiatul Hamdah. 2013. Aspek Hukum Persaingan Usaha Bidang Periklanan Menurut Hukum Positif Di Indonesia. (Skripsi) Program Sarjana, Universitas Hukum Mataram, Mataram.

Implikasi hukum dari putusan KKPU No.04/KKPU-I/2016 tentang pelanggaran pasal 5 UU No. 5 tahun 1999 tentang penetapan harga yang dilakukan PT. Yamaha dan PT. Honda yaitu dikenakannya sanksi administratif dalam putusan KKPU yang dibacakan dalam sidang yaitu sanksi yang dijatuhkan kepada PT. Yamaha yaitu berupa sanksi denda sebesar Rp.25.000.000.000,- (Dua Puluh Lima Miliar Rupiah) sedangkan sanksi yang dijatuhkan kepada PT. Honda berupa sanksi denda sebesar Rp.22.500.000.000,- (Dua Puluh Dua Miliar Lima Ratus Juta Rupiah).<sup>80</sup>

Tugas KPPU atas kewenangan tersebut, maka komisi memiliki beberapa tugas sebagai berikut :

- 1) Melakukan penilaian terhadap perjanjian yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 16.
- 2) Melakukan penilaian terhadap kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 17 sampai dengan Pasal 24.
- 3) Melakukan penilaian terhadap ada atau tidak adanya penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mengakibatkan

---

<sup>80</sup> A.A Ayu Wulan Ratna Dewi, dkk, 12 November 2013. “ Pelanggaran Penetapan Harga Oleh Pelaku Usaha Dengan Pelaku Usaha Pesaing (Studi Kasus Putusan KPPU NOMOR 04/KPPU-I/2016)”, Bali: Fakultas Hukum Universitas Udayana

terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 25 sampai dengan Pasal 28.

- 4) Mengambil tindakan sesuai dengan wewenang Komisi sebagaimana diatur dalam Pasal 36.
- 5) Memberikan saran dan pertimbangan terhadap kebijakan Pemerintah yang berkaitan dengan praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
- 6) Menyusun pedoman dan atau publikasi yang berkaitan dengan Undang-Undang ini.
- 7) Memberikan laporan secara berkala atas hasil kerja Komisi kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat.<sup>81</sup>

Wewenang KPPU dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Menerima laporan dari masyarakat dan atau dari pelaku usaha tentang terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
- 2) Melakukan penelitian tentang dugaan adanya kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
- 3) Melakukan penyelidikan dan atau pemeriksaan terhadap kasus dugaanpraktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang

---

<sup>81</sup> Mustafa Kamal Rokan. *Op. Cit.*, halaman 281

dilaporkan oleh masyarakat atau oleh pelaku usaha atau yang ditemukan oleh Komisi sebagai hasil penelitiannya.

- 4) Menyimpulkan hasil penyelidikan dan atau pemeriksaan tentang ada atau tidak adanya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
- 5) Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap ketentuan undang-undang ini.
- 6) Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli, dan setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap ketentuan undang-undang ini.
- 7) Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud huruf e dan huruf f, yang tidak bersedia memenuhi panggilan Komisi.
- 8) Meminta keterangan dari instansi Pemerintah dalam kaitannya dengan penyelidikan dan atau pemeriksaan terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini.
- 9) Mendapatkan, meneliti, dan atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan atau pemeriksaan.
- 10) Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak pelaku usaha lain atau masyarakat.
- 11) Memberitahukan putusan Komisi kepada pelaku usaha yang diduga melakukan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

- 12) Menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-undang ini.<sup>82</sup>

---

<sup>82</sup> *Ibid.*, halaman 280



## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis terhadap rumusan masalah yang ditetapkan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Bentuk persekongkolan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menetapkan harga yaitu ada 2 (dua) antara lain; yang *pertama* persekongkolan yang dapat dibuktikan dengan adanya perjanjian, sedangkan yang *kedua*, persekongkolan yang tidak mungkin diwujudkan dengan suatu perjanjian. Penetapan harga (*price fixing*) antara pelaku usaha dilarang oleh pasal 5 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Penetapan harga dapat terjadi secara vertikal atau horizontal, dimana dianggap sebagai hambatan perdagangan (*restraint of trade*) karena membawa akibat buruk terhadap pesaing harga (*price competition*). Jika penetapan harga dilakukan, kebebasan untuk menentukan harga secara *independent* menjadi berkurang.
2. Kerugian yang timbulnya akibat persekongkolan harga oleh para pelaku usaha adalah untuk menguasai pasar sehingga memperoleh laba yang jauh lebih tinggi dari apa yang dihasilkan, dimana produsen hanya menetapkan satu harga untuk semua konsumen sehingga terjadilah persaingan usaha tidak sehat. Fakta-fakta hukum yang menjadi dasar acuan awal KPPU dalam melakukan inisiatif penyelidikan terhadap PT. Yamaha Indonesia dan PT. Astra Honda Motor, yaitu:
  - a. Penguasaan pasar sepeda motor bebek dan matic oleh Honda dan Yamaha adalah lebih dari 90%

- b. Biaya produksi sepeda motor bebek dan metic berkisar Rp. 7.000.000,- hingga Rp. 8.000.000,-
- c. Harga jual sepeda motor bebek dan matic produksi Honda dan Yamaha sekitar Rp.12.650.000,- hingga Rp.42.575.000,- dengan harga rata-rata Rp. 16.500.000,-

Fakta tersebut telah menunjukkan bahwa harga jual sepeda motor bebek dan metic adalah 2 (dua) kali lipat dari harga produksinya. Sedangkan KPPU beranggapan bahwa harga jual yang pantas adalah Rp. 12.000.000,-. Hal ini di karenakan KPPU sebagai suatu komosi persaingan usaha yang ada di Indonesia harus menjada stabilitas perdagangan industri khususnya dari segi harga agar nantinya konsumen tidak dirugikan.

- 3. Implikasi hukum terhadap pelaku usaha yang melakukan persekongkolan dalam penetapan harga sepeda motor sejenis dari Putusan KPPU No.04/KPPU-I/2016 tentang perjanjian penetapan harga yang dilakukan PT. Yamaha dengan PT. Honda yaitu dijatuhkan denda kepada PT. Yamaha sebesar Rp.25.000.000.000,-(dua puluh lima milyar rupiah) sedangkan PT. Honda dijatuhkan dena sebesar Rp. 22.500.000.000,-(dua puluh dua milyar lima ratus juta rupiah).

## **B. Saran**

Adapun saran yang dapat saya sampaikan sebagai peneliti adalah sebagai berikut:

- 1. Seharusnya pihak yang membentuk Undang-Undang diharapkan agar segera dilakukan perbaikan-perbaikan pada UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat oleh para pihak yang berwenang guna mengakomodir kebutuhan masyarakat akan adanya kepastian hukum terutama pada pasal 5 tentang indikasi-indikasi dugaan pelanggaran perjanjian penetapan harga.

2. Hendaknya terjaminnya persaingan usaha yang sehat hendaknya KPPU disamping melakukan penindakan terhadap pelanggaran persaingan usaha, juga penting melakukan pencegahan terjadinya pelanggaran usaha yang sehat dengan mengintensifkan sosialisasi kepada pelaku usaha.
3. Seharusnya Pelaku usaha dalam melakukan kegiatan usaha, khususnya dalam menetapkan harga jual suatu produk yang harus memperhatikan kesejahteraan dari sisi konsumen dan tidak melakukan kegiatan usaha yang hanya menguntungkan perusahaan, namun juga harus mempertimbangkan kesejahteraan umum karena perusahaan juga memiliki tanggung jawab perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

## Daftar Pustaka

### A. Buku

Abdul Astar. 2019. *Buku Ajaran Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: CV. Budi Utama

Abdul Halim Barakatullah. 2010. *Hak-hak Konsumen*. Bandung: Nusa Media.

Agus Rianto. 2018. *Hukum Bisnis indonesia*. Batam: CV. Batam Publisher.

Ahmadi muri. 2013. Prinsip-prinsip perlindungan hukum Bagi Konsumen Di Indonesia. Jakarta: Rajawali Pers.

Andi Fahmi Lubis, dkk. 2009. *Hukum Persaingan usaha, Antara Teks & konteks*. Jakarta: lorem ipsum dolor sit amet.

Arie Suswanto. 2004. *Hukum Persaingan Usaha*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Celina Tri Siwi Kristiyanti. 2016. *Hukum Perlindungan Komsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.

Donald Albert Rumokoy dan Frans Maramis. 2014. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Rajawali Pers,

Hermansyah. 2009. *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Jakarta: kencana,

Jejen Musfah. 2016. *Tips Menulis Karya Ilmiah (makalah, penelitian, skripsi, tesis & disertasi)*. Jakarta: Kencana

Mustofa Kamal Rokan. 2012. *Hukum Persaingan Usaha*. Jakarta: Rajawali Pers.

Purwosujipto. 2007. *Pengertian Pokok Hukum Dagang di Indonesia*. Jakarta: Fahr Comtrad.

Rosmawati .2018. *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: Pranadamedia Group,

Susanti Adi Nugroho. 2018. *Hukum Persaingan Di Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Suyud Margono. 2018. *Hukum Anti Monopoli*. Jakarta: Sinar Grafika

Toman Sony dan Wilson. 2019. *Hukum Bisnis*. Jakarta: Prenadamedia Group

Wahyu Utami dan Yogabakti. 2017. *Pengantar Hukum Bisnis Dalam Perspektif Teori dan Praktiknya Di Indonesia*. Jakarta: Jala Permata Aksara

Zulham. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.

Zaeni asyhadie. 2016. *Hukum Bisnis ( Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia )*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada

## **B. Jurnal/Laporan Penelitian/Makalah:**

- A.A Ayu Wulan Ratna Dewi, dkk, “ Pelanggaran Penetapan Harga Oleh Pelaku Usaha Dengan Pelaku Usaha Pesaing (Studi Kasus Putusan KPPU NOMOR 04/KPPU-I/2016)”, 12 November 2013. Bali: Fakultas Hukum Universitas Udayana
- Abraham, “Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian” , *Artikel*, UCEO , Kamis 25 Februari 2016
- Fahry Fajar Arthabudhi. 2017. Peraingan Usaha Akibat Kartel Yamaha dan Honda atas Produk Motor Matic 110-125 Cc Dihubungkan dengan Undang-undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. (Skripsi) Program Sarjana , Program Universitas Pasundan, Bandung.
- Supriatna.”Persekongkolan Bisnis Dalam Bentuk Perjanjian Kartel”. Dalam Jurnal Hukum POSITUM Vol. 1, No 1, Desember 2016
- Vitis Sera. “Tinjauan Yuridis Putusan Komisi Pengawasan Persaingan Usaha Tentang persekongkolan Menentukan Pemenang Tender Pengadaan Barang Dan Jasa Bidang Alat Kedokteran, Kesehatan Dan KB Tahun Anggaran 2011 Di Kota BATAM”. Dalam Jurnal Fakultas Hukum Vol. 5 No 2, Februari 2017
- Monatalia Tobing. 2008. Penetapan Harga (Price Fixing) Antara Para Pelaku Usaha Yang Bertentangan Dengan Undang-Undang No.5 Tahun 1999 (skripsi) program sarjana, Program Sarjana Ilmu Hukum Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Prasetia Putra Indriarto. 2015. Penjualam Kendaraan Bermotor Roda Dua Dalam Perpektif Hukum Persaingan Usah (Studi Kasus PT. Yamaha dan PT. Astra Honda Motor), Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta
- RN Fatmawati. 2014. Analisis Daya Saing Motor Merek Honda dan Yamaha : Studi Komperensi Konsumen Di Kota SURAKARTA (Skripsi), Universitas Muhammadiyah Surakarta, Semarang.
- Biq Ratnasari. “Analisis Putusan KPPU Nomor 04 /KPPU-1/2016 Tentang Praktek Monopoli Dalam Perjanjian Penetapan Harga”. *Dalam jurnal Universitas Mataram*. 15 November 2018

### **C. Peraturan Perundang-Undang**

Kitab Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Kitab Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

### **D. Internt.**

Xendit, “3 Macam Strategi Penetapan Harga yang Perlu Diketahui Anda Ketahui”, <https://blog.Xendit.com> , diakses Minggu, 01 September 2019 , pukul 09.00 WIB

Irwanto, “Ayat dan Hadis Ekonomi Tetang Toeri Harga dan Mekanisme”, <https://irwanto1990.blogspot.com>, diakses kamis, 19 September 2019. Pukul 13.30 WIB