

BAB II

**PERJANJIAN ANTARA PERUSAHAAN RETAIL DENGAN PEMASOK
BARANG DALAM MELAKUKAN *PENDING PAYMENT***

2.1 Syarat Perdagangan

Syarat perdagangan (*trading term*) adalah syarat-syarat dalam perjanjian kerjasama antara Pemasok Barang dan Perusahaan Retail yang berhubungan dengan pemasokan produk-produk yang diperjualkan atau diperdagangkan dalam Perusahaan Retail yang bersangkutan diatur dalam pasal 1 ayat (10) Peraturan Menteri Perdagangan tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelanjaan dan Toko Modern.

Sedangkan pengertian perdagangan adalah “dagang”, yang artinya adalah perbuatan yang berkaitan dengan menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan.⁹

Dalam permasalahan adanya syarat perdagangan (*trading term*), KPPU menemukan indikasi penyimpangan monopoli dengan kenaikan biaya yang ditanggungkan ke pemasok barang, term perdagangan tanpa *listing fee* (pengenaan biaya awal untuk penjual setiap item produk) yang diberatkan kepada pemasok barang (produk) sangat tinggi untuk kerugian yang diberikan pemasok barang. Salah satu pemasok barang misalnya telah memberikan barang jual dengan harga standart pasaran per unit dan untuk penjualannya ke perusahaan retail dengan harga

⁹ Sudarsono. *Kamus Hukum*, Rineka Cipta, Jakarta, 2007, hlm 34

jauh lebih murah kalo dibandingkan dengan toko-toko lainnya, para pemasok juga melaporkan sejumlah pemotongan harga barang yang dibebankan kepada mereka. Maka para perusahaan retail besar menjadi sangat leluasa mempraktekan market powernya, mereka menerapkan berbagai ketentuan yang kemudian dikenal sebagai persyaratan perdagangan atau *trading term*.

Sedangkan dengan syarat serta *minus margin* juga merugikan pemasok barang karena perusahaan retail telah mencoba mengontrol harga yang ditawarkan oleh pemasok agar lebih rendah dari harga jual pesaing lainnya. Tujuan perusahaan retail tersebut menginginkan harga yang di berikan kepada konsumennya membuat para pelanggan lebih tertarik berbelanja dan untuk meminimalisir kerugiannya perusahaan retail menetapkan sebuah persyaratan dagang bagi pemasok barang dengan hal tersebut para pemasok barang menganggap syarat yang diberikan sangatlah berat dan merugikan.

Masalah-masalah inilah kemudian membuat para pemasok mengadu ke KPPU berkaitan kerugian-kerugian yang cukup banyak dalam situasi sekarang dengan adanya pandemi Covid-19 perusahaan retail sudah melakukan penyimpangan dengan memending pembayaran ke beberapa brand (produk) dengan beralasan situasi pandemi Covid-19. Penundaan pembayaran (*pending payment*) seharusnya tidak dilakukan karena persyaratan tersebut tidak masuk dalam perjanjian diawal kesepakatan, pembayaran ke pemasok barang harus tetap dibayarkan dengan ketentuan waktu yang sudah dijanjikan diawal.

Dalam masalah penundaan pembayaran (*pending payment*) para pemasok barang telah merugi dibeberapa kerugian sebagai berikut:

1. Penghambatnya produksi gudang karena pembiayaan produksi barang menjadi tidak maksimal.
2. Pengiriman barang dimasa pandemi covid-19 ke beberapa toko retail membuat lama pengiriman karena disituasi pandemi tidak adanya pengiriman lewat udara dan membuat biaya tambahan dan waktu pengiriman jadi tidak maksimal.
3. Pembayaran upah (gaji) ke SPG atau karyawan menjadi terkena potongan dan membuat pemutusan kontrak ke beberapa karyawan.
4. Belum lagi penutupan toko retail di beberapa tempat.
5. Pending payment juga membuat pemutusan kontrak beberapa brand atau pemasok barang untuk berhenti berkerja sama dengan tidak lagi memperjualkan produk di perusahaan retail dikarenakan persyaratan perdagangannya merugikan para pemasok barang.

Market power yang dilakukan oleh perusahaan retail seharusnya tidak boleh menerapkan syarat perdagangan yang berlebihan kepada para pemasok barang seperti permasalahan-permasalahan di atas yang banyak sekali telah membebani produk (pemasok barang) atas sesuatu yang bukan merupakan bagian dari kewenangannya serta secara tidak langsung mengakibatkan terhalangnya produksi untuk konsumen mendapatkan barang.

Maka tampak bahwa hal ini terjadi sebagai permasalahan yang tidak seimbang atau tidak adanya daya tawar antara perusahaan retail dengan pemasok barang membuat permasalahan yang harus ditanggung oleh para pemasok barang.

Syarat perdagangan juga diperjanjikan oleh ketentuan syarat perdagangan yang jelas, berkeadilan, saling menguntungkan bagi kedua belah pihak dan wajar didalam pelaksanaan. Syarat perdagangan yang telah disebut dalam pasal 8 ayat Peraturan Presiden No.112 Tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Syarat-syarat perdagangan dapat direalisasikan dengan selalu melakukan pengawasan serta pengecekan terhadap penerapan ketentuan yang diberikan, monitoring atau pengawasan bisa saja mengalami kesulitan dan tidak mudah untuk dilakukan.

Maka peran bagi pemasok barang untuk bertindak melaporkan segala bentuk pelanggaran terhadap ketentuan mengenai syarat perdagangan yang diberikan oleh perusahaan retail dengan apa yang sudah diterapkan telah merugikan pemasok barang dalam bersaing. Dengan begitu pemerintah akan memilih bukti yang cukup kuat untuk menindak lanjuti masalah.

2.2 Syarat Perjanjian

Syarat perjanjian yang diberikan oleh perusahaan retail terhadap produk dalam melakukan kegiatan usaha harus mempunyai keseimbangan dan saling menguntungkan satu sama lain karena di dalam perjanjian memiliki usaha untuk bisa memenuhi target yang diimpikan bersama-sama.

Jika di dalam perjanjian melakukan tindakan persaingan usaha tidak sehat yang dapat merugikan salah satu pihak maka kegiatan produksi dan pemasaran barang dan jasa yang dilaksanakan dengan cara melawan hukum atau bisa menghambat persaingan usaha.

Perjanjian yang dilakukan oleh perusahaan retail dengan pemasoknya, dari sudut hukum persaingan usaha merupakan perjanjian atau kegiatan usaha yang dianggap melakukan praktek monopoli jika dalam perjanjian terjadi pemusatan ekonomi oleh satu pihak usaha sehingga menguasai produksi dan pemasaran suatu produk yang dapat menimbulkan persaingan yang tidak sehat dan merugikan kepentingan umum. Dalam arti pemusatan kekuatan ekonomi disini adalah sebagai penguasa yang jelas nyata adanya dengan pelaku usaha bersangkutan serta mampu memiliki kekuasaan untuk menentukan harga yang di berikan.

Didalam perjanjian yang dilakukan oleh perusahaan besar seperti perusahaan retail dengan pemasok barang terdapat beberapa tindakan yang dilakukan oleh perusahaan retail yang memang telah sadar merugikan posisi dari pemasok barang didalam perjanjian dengan perusahaan retail. Dari yang dilihat yang dilakukan oleh Komisi Pemeriksa terungkap bahwa didalam perjanjian tersebut yang berdasarkan keterangan saksi-saksi, memiliki unsur-unsur adanya paksaan, adanya penyalahgunaan, dan terdapat *causa* / prestasi didalam perjanjian yang melanggar hukum persaingan usaha.

Duress (paksaan) dilakukan apabila salah satu pihak memaksa pihak lain untuk menyetujui kontrak perjanjian dengan ancaman penjara, jiwa, atau badan. Ancaman tersebut dapat dilakukan terhadap dirinya, keluarganya, dan tidak hanya yang tidak bersifat fisik, misal ancaman untuk membuat bangkrut atau tidak mendapatkan kekayaan yang menjadi haknya.

Yang diartikan dalam paksaan ialah melakukan tindakan kekerasan atau ancaman penganiayaan kekerasan, mengambil atau menguasai barang pihak lain

secara tidak sah, dan melakukan ancaman melanggar kontrak perjanjian dalam tindakan yang tidak sah, bentuk yang paling sering terlihat misalnya salah satu pihak mengancam untuk melanggar kontrak apabila kontrak tidak diubah demi keuntungannya. Dalam perkara yang terjadi oleh perusahaan retail terdapat memaksa berupa menahan pembayaran (*pending payment*) atas produk atau pemasok barang yang beralasan keadaan pandemi covid-19 yang terus dijanjikan sampai berbulan-bulan tidak dibayarkan dan mengenai syarat-syarat perdagangan.

Syarat perjanjian didalam kontrak yang dilakukan oleh perusahaan retail dengan pemasok barang memaksa agar pemasok tidak menjual produknya ke beberapa pesaing retail lainnya dengan harga yang lebih murah selain itu memaksa apa yang disyaratkan juga menimbulkan kerugian kepada pemasok barang.

Selain syarat perjanjian yang terkesan memaksa oleh perusahaan retail terhadap pemasok barang di dalam perjanjian mengandung unsur penyalahgunaan dalam keadaan pandemi covid-19 terhadap pemasok barang.

Dalam isi perjanjian mungkin tidak terlarang tetapi jika terjadi dalam perjanjian menimbulkan kerugian kepada salah satu pihak maka terdapat penyalahgunaan keadaan yang dilarang. Penyalahgunaan keadaan yang terjadi dalam suatu perjanjian maka dipengaruhi oleh yang menghalanginya sehingga tidak dapat mengambil keputusan yang independen maka akan terjadi ketidak seimbangan hubungan dalam proses pembuatan suatu kontrak.

Perkara penyalahgunaan keadaan ini yang dilakukan oleh perusahaan retail kepada pemasok barang dikarenakan kekuatan pasar (*market power*) yang dimiliki oleh perusahaan retail sebagai pasar modern yang dibandingkan pesaingnya

sehingga dapat mempengaruhi pemasok barang untuk menyetujui perjanjian yang disyaratkan.

Market power atau kekuatan pasar memiliki kemampuan akses gerai untuk perusahaan retail menjual produk kepada konsumen yang lebih besar yang dibandingkan pesaing lainnya, dari segi letak gerai yang dimiliki perusahaan retail lebih baik dan strategis, juga memiliki gerai terbanyak sebagai tempat promosi untuk menaikkan citra dari pemasok barang sehingga dapat memudahkan pemasok barang untuk masuk kedalam gerai pemasaran dan pesaing.

Kekuatan dan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan retail akan menarik pemasok-pemasok lainnya untuk menjual lebih banyak produknya melalui gerai-gerai yang dimiliki perusahaan retail lebih banyak peminat untuk bergabung dan mengakibatkan ketergantungan dari pemasok barang terhadap perusahaan retail karena sebagian besar produk dari pemasok barang diserap oleh perusahaan retail.

Adanya persaingan usaha tidak sehat yang dilakukan oleh perusahaan besar seperti perusahaan retail dengan pemasok barang dapat diperiksa oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), dimana perusahaan retail jika telah terbukti menghalangi dan merugikan produk (pemasok barang) dalam kegiatan usaha melalui perjanjian persyaratan perjanjian yang ditetapkan oleh kedua belah pihak maka telah melanggar Pasal 19 huruf a Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat oleh KPPU.

KPPU selaku pihak pengawas atas terjalinnya hubungan bisnis antara perusahaan retail dengan pemasok barang, maka wewenangnya dikelompokan dua bagian yaitu:

1. Wewenang aktif adalah wewenang yang dapat diberikan kepada komisi melalui penelitian, komisi berwenang melakukan penelitian terhadap pasar, kegiatan dan posisi yang dominan. Komisi juga berwenang melakukan penyelidikan, menyimpulkan hasil penyelidikan dan melakukan pemeriksaan, serta memanggil pelaku usaha, dan menghadirkan saksi-saksi. Komisi juga bisa meminta bantuan penyelidik, meminta keterangan dari instansi pemerintah, mendapatkan dan meneliti dokumen dan alat bukti yang di butuhkan, serta memutuskan dan menetapkan atau menjatuhkan sanksi administrative.
2. Wewenang pasif adalah menerima laporan dari masyarakat atau pelaku usaha tentang dugaan adanya praktik monopoli terlihat serta adanya persaingan usaha yang tidak sehat.

Syarat perjanjian yang secara umum adalah perlakuan hukum antara satu pihak atau lebih yang saling berterkaitan untuk menumbuhkan hak dan kewajiban. Di dalam Pasal 1313 KUH Perdata menyebutkan perjanjian ialah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. Kemudian menurut Pasal 1 angka 7 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang dimaksud dengan perjanjian adalah perbuatan satu pihak atau lebih sebagai pelaku usaha untuk mengikatkan diri terhadap satu atau lebih pelaku usaha lainnya dengan nama apa pun, baik tidak tertulis maupun secara tertulis.

Bagi sahnya dalam perjanjian dibutuhkan beberapa syarat perjanjian seperti:

1. Memiliki kesepakatan bersama dalam mengikat perjanjian tersebut.

2. Cakap dalam membuat suatu perjanjian.
3. Mengenai suatu hal tertentu yang jelas sejas-jelasnya.

Demikian menurut Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.¹⁰

Beberapa jenis-jenis perjanjian yang dilarang oleh UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang diatur dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 16 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dalam perjanjiannya sebagai berikut:

1. Perjanjian oligopoli Pasal 4;
2. Perjanjian penetapan harga Pasal 5;
3. Diskriminasi harga Pasal 6;
4. Perjanjian penetapan harga dibawah harga pasar Pasal 7;
5. Perjanjian penjualan kembali dengan harga rendah Pasal 8;
6. Perjanjian pembagian wilayah Pasal 9;
7. Pemboikotan Pasal 10;
8. Perjanjian kartel Pasal 11;
9. Perjanjian trust Pasal 12;
10. Oligopsoni Pasal 13;
11. Perjanjian integrasi vertikal Pasal 14;
12. Perjanjian tertutup Pasal 15; dan
13. Perjanjian dengan pihak luar negeri Pasal 16;

¹⁰ Subekti, *Hukum Perjanjian*, Jakarta, 2005, hlm 17

2.3 Karakteristik Kontrak Kemitraan Dengan Pola Perdagangan Umum Dengan Perusahaan Retail Dan Pemasok Barang

Kemitraan sebagai kata kerja dari kata “mitra” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya suatu patner bisnis dalam lingkungan kerja, sedangkan untuk kemitraan ialah merupakan hubungan kerjasama yang dilakukan dua belah pihak atau lebih dengan bertujuan keuntungan bersama yang memiliki prinsip saling menguntungkan dan saling memberi manfaat antara pihak yang bermitra. Kemitraan merupakan salah satu bentuk kegiatan bisnis yang dapat didirikan dengan adanya modal, keahlian dan kemampuan mengoperasikan.¹¹

Kemitraan perdagangan umum dapat terlihat dalam pihak perusahaan retail dalam menentukan klausul yang dijelaskan dalam persyaratan perdagangan yang diteruskan disebut dengan *national trading term* haruslah jujur dan terbuka kepada pemasok barang serta memiliki tujuan yang bersama-sama untuk mengembangkan pemasok barang tidak hanya untuk keuntungan bagi diri sendiri.

Kesepakatan didalam kontrak untuk mewujudkan dari kehendak dua belah pihak dalam mengenai apa yang mereka sepakati untuk dilaksanakan, serta bagaimana cara melaksanakan dan siapa yang harus melaksanakan. Dalam kontrak telah lahir jika ada kalimat sepakat dan kontrak terbentuk dengan cara pertemuan dari pihak-pihak yang berkaitan dalam kontrak tersebut. Dari kata sepakat ialah sebuah penawaran yang diterima oleh pihak lawan, penawaran dan akseptasi bisa didapat dari kedua pihak yang secara timbal balik saling menguntungkan sehingga

¹¹ Johannes Ibrahim, *Hukum Organisasi Perusahaan: Pola Kemitraan dan Badan Hukum*, Refika Aditama, Bandung, 2006, hlm 24

penawaran dan akseptasi merupakan unsur yang sangat penting untuk menentukan lahirnya perjanjian dalam kontrak kemitraan.

Pemasok barang juga harus memperhatikan segala aspek yang akan disepakati atau dicatat dalam kontrak tersebut nantinya akan diperjanjikan oleh kedua belah pihak. Didalam kontrak tersebut akan saling mengikat kedua belah pihak yang sebagai Undang-Undang melandasi semua kegiatan yang berhubungan dengan perjanjian antara perusahaan retail dengan pemasok barang, apabila didalam pelaksanaan kontrak kemitraan terdapat salah satu pihak yang melanggar perjanjian maka dianggap wanprestasi atau melakukan tindakan melawan hukum yang dapat diajukan tuntutan ganti rugi oleh pihak yang merasa dirugikan.

Pola kemitraan memiliki:

1. Kemitraan bisa digunakan sebagai bentuk kerjasama pemasaran, penyediaan lokasi usaha, serta penerimaan pasokan dari pemasok barang ke toko modern seperti perusahaan retail yang dilakukan.
2. Penyediaan lokasi usaha yang dilakukan kepada pengelola pusat perbelanjaan serta kepada UKM dengan menyediakan ruang usaha dalam area pusat perbelanjaan atau toko modern.
3. Kerjasama pemasaran dapat dilaksanakan dengan bentuk memasarkan barang atau produk yang dikirim oleh para pemasok.

Pola pembelian barang oleh perusahaan retail dengan pemasok barang melalui sistem pembelian bahan pokok, sistem yang digunakan untuk barang dagangan yang memiliki siklus pesanan > penerimaan > pesanan, dalam siklus tersebut relatif dapat diramalkan karena terdapat beberapa menunjukkan bagaimana

cara pemesanan dan kapan memesannya. Dalam sistem ini memiliki fungsi antara lain:

1. Dapat mengukur serta memonitor permintaan dalam rata-rata atau barang-barang tertentu pada tingkat SKU.
2. Melihat permintaan SKU dimasa depan dengan mempertimbangkan variasi musiman dan meramalkan perkembangan dan perubahan tren atau apa yang terjadi pada saat sekarang.

Jika dilihat dan dijelaskan yang ada diatas maka perlunya tindakan laporan persediaan seperti:

1. Laporan manajemen persediaan disiapkan semua informasi mengenai persediaan di gudang, kecepatan penjualan, jumlah pemesanan, pergantian persediaan, ramalan penjualan, dan jumlah yang harus dipesan untuk setiap SKU, perusahaan retail juga harus memiliki jadwal yang jelas dengan pemasok barang dalam jadwal tersebut ditentukan dengan cara memberikan biaya pengangkutan barang dengan biaya pembelian dan penanganan barang. Jika banyak barang yang akan dipesan oleh perusahaan retail maka semakin tinggi pula untuk pengangkutannya. Tetapi biaya pembelian dan penanganannya semakin rendah.

Persediaan tersebut terdiri dari daftar stok dasar, peputaran persediaan (*inventory turnover*), ketersediaan produk (*product availability*), stok cadangan (*back up stock*), peramalan penjualan

diperiode waktu yang lalu untuk meramalkan diperiode yang akan datang, titik pemesanan dan yang terakhir jumlah yang akan dipesan.

2. Strategi penggunaan merk oleh perusahaan retail dapat membeli merk yang sudah terkenal atau dapat mengembangkan merk privat. Apabila perusahaan retail memilih untuk menggunakan label privat, maka konsekuensinya untuk perusahaan retail harus mempromosikan produknya sendiri.
3. Kerjasama dengan penjual barang dagang (pemasok barang).
4. Negosiasi dengan pemasok barang dalam bernegosiasi ada beberapa yang harus diperhatikan:
 - a. Pisahkan hubungan yang lain dengan bisnis, seperti pertemanan atau keluarga yang ikut serta dalam negosiasi.
 - b. Memberi penekanan pada kriteria objektif berupa fakta hasil sales dimasa lalu ataupun fakta-fakta lainnya.
 - c. Membuat pilihan untuk saling menguntungkan, pilihan ini perlu proses perencanaan tetapi harus dibutuhkan pemikiran yang cepat pada saat bernegosiasi.
 - d. Jika dalam bernegosiasi tidak memuaskan maka hendaknya *review* kembali dan merencanakan pertemuan ulang dan mengulang percakapan negosiasi tersebut secara lisan, bahkan secara tertulis.
5. Membuat relasi kemitraan dalam meningkatnya komitmen untuk sebuah relasi seperti :

- a. Kesadaran jika tidak ada transaksi maka perusahaan retail membuat iklan untuk ajang promosi barang.
- b. Harus memiliki Eksplorasi
- c. Memperluas informasi agar pembeli tidak ragu saat membeli produk.
- d. Mempunyai Komitmen antar pihak bisnis lainnya karena mereka saling memiliki relasi yang dapat menguntungkan dan saling berkomitmen untuk membangun hubungan bisnis yang serius.

2.4 Identifikasi Potensi Pelanggaran Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999

Kehadiran UU No. 5 Tahun 1999 dimaksudkan untuk memberikan jaminan kepastian hukum dan perlindungan yang sama kepada setiap pelaku usaha dalam berusaha, dengan cara mencegah timbulnya praktik-praktik monopoli dan atau persaingan usaha yang tidak sehat lainnya dengan harapan dapat menciptakan iklim usaha yang kondusif, di mana setiap pelaku usaha dapat bersaing secara wajar dan sehat.¹²

Adapun peraturan perundang-undangan yang dimaksud yaitu: Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 Tentang Perindustrian, Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 Tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995

¹² Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2004, hlm. 8

Tentang Pasar Modal, dan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil.¹³

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 telah disusun berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945, dan juga berdasarkan kepada demokrasi ekonomi dengan memperhatikan dalam keseimbangan kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum yang bertujuan:

1. Untuk menjaga kepentingan umum dan melindungi konsumen.
2. Menumbuhkan iklim usaha yang kondusif melalui terciptanya persaingan usaha yang sehat.
3. Menjamin kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi setiap orang.
4. Mencegah praktek-praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan pelaku usaha.
5. Serta menciptakan efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha dalam rangka meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Dalam larangan yang diuraikan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mengatur 3 (tiga) prinsip larangan hukum persaingan Usaha, seperti perjanjian yang dilarang (Pasal 17 sampai Pasal 24), dan juga posisi dominan (Pasal 26 sampai Pasal 29). Penjelasan dari larangan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Perjanjian yang dilarang yang dilakukan pelaku usaha diatur dalam UU No. 5 Tahun 1999 ialah larangan untuk mengadakan perjanjian tertentu

¹³ Elisatris Gultom, *Aspek Hukum Persaingan Usaha dalam Kegiatan Usaha Waralaba di Indonesia*, LoGoz Publishing, Bandung, 2018, hlm. 49-60

sehingga dapat mengakibatkan timbulnya praktek-praktek monopoli atau juga bisa menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat. Dalam yuridis arti dari “Perjanjian” dirumuskan sendiri dalam ketentuan Pasal 1 huruf g Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, bahwa perjanjian adalah perbuatan pelaku usaha bisa satu atau lebih untuk mengikatkan diri dengan nama apa pun, baik tertulis maupun tidak tertulis. Dari rumusan tersebut, dapat diartikan dalam unsur perjanjian menurut konteks UU No. 5 Tahun 1999 yang meliputi:

- a. Perjanjian dapat dibuat secara tertulis atau tidak tertulis.
- b. Perjanjian terjadi karena sesuatu perbuatan.
- c. Perbuatan tersebut dilakukan oleh pelaku usaha sebagai para pihak dalam perjanjian.
- d. Tidak menyebutkan tujuan perjanjian.

Adapula perjanjian-perjanjian yang dilarang oleh hukum persaingan usaha yang telah diatur dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 16 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

2. Kegiatan yang dilarang dalam praktik usaha bisnis mengandung unsur-unsur yang kurang adil terhadap pihak yang ekonomi atau sosialnya lebih lemah mengakibatkan keseimbangan perekonomian berupa hilangnya kesejahteraan bahkan mengakibatkan ketidakadilan ekonomi dalam masyarakat serta tumbuhnya sosial yang bertentangan dengan aturan perundang-undangan.

3. Posisi yang lebih dominan adalah dimana sebagai pelaku usaha tidak mempunyai pesaing yang berarti didalam pasar yang berkaitan dengan harga pasar yang dikuasai, serta mempunyai posisi paling tinggi diantara pesaing lainnya yang berkaitan dengan kemampuan keuangan, kelebihan atau kemampuan akses lebih dari pasokan barang atau penjualan barang, serta mampu untuk menyesuaikan pasokan barang atau permintaan dan jasa tertentu.

2.5 Analisis Dampak Penerapan yang Dilakukan Oleh Perusahaan Retail Dengan Pemasok Barang

Di dalam kondisi dengan adanya persaingan, konsumen dapat secara bebas memilih barang dan jasa dengan harga yang kompetitif dan kualitas yang optimal sesuai dengan kemampuannya, dan mempunyai kebebasan dalam merencanakan pengguna barang dan jasa dimasa yang akan datang. Untuk memenuhi tujuan tersebut pelaku usaha bebas bersaing secara jujur dan sehat.¹⁴ Kebijakan perusahaan juga memiliki kebijakan dan aturan internal yang menjalankan fungsi pengawasan terhadap tindakan-tindakan usaha yang dilakukan dan teridentifikasi.

Setiap pelaku usaha kemungkinan bisa memiliki sikap kepatuhan yang berbeda-beda, serta karakteristik dari sektor ataupun industri yang dilakukan oleh perusahaan retail untuk menjalankan kegiatan, serta setiap perusahaan retail akan

¹⁴ Emmy Yuhassaeri, *Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Dan KPPU (Prosiding Rangkaian Lokakarya Terbatas Masalah-Masalah Kepailitan dan Wawasan Hukum Bisnis Lainnya Tahun 2004)*, Pusat Pengkajian Hukum, Jakarta, 2004, hlm 14

merefleksikan kebutuhan berdasarkan strategisnya masing-masing diperusahaan tersebut.

Resiko pelanggaran terhadap hukum persaingan usaha dapat dilihat dari sektor kegiatan usaha, para pelaku usaha seperti perusahaan retail perlu memberikan perhatian khusus pada suatu sektor berdasarkan catatan pelanggaran yang dimana pernah terjadi kasus penyimpangan dalam persaingan usaha.

Interaksi oleh perusahaan retail dengan pemasok barang sangatlah penting dalam menjalankan kegiatan usaha, pelaku usaha dapat senantiasa berinteraksi dengan pihak lainnya seperti pemasok barang, pesainglainnya dan konsumen. Dalam interaksi harus terjalin sejak dini, sehingga potensi tidak terjadinya melanggar UU No. 5 Tahun 1999. Maka hal tersebut harus diidentifikasi sehingga meminimalisasi terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak seimbang atau tidak sehat.

Kepatuhan-kepatuhan yang telah disusun diharapkan menjadi kebijakan dalam masing-masing perusahaan retail yang harus dipatuhi dan dijalankan oleh seluruh pihak-pihak elemen perusahaan dari tingkat tertinggi sampai terendah, dan juga menjadi panduan dalam kegiatan usaha.

Tetapi lain hal yang di temukan di dalam persoalan yang terjadi antara perusahaan retail telah melakukan penundaan pembayaran (*pending payment*) oleh pemasok barang yang tentunya konsumen juga bisa berdampak sebagai hal-hal berikut:

1. Konsumen telah menjadi korban posisi dalam produsen sebagai *price taker*.

2. Terhalangnya produksi barang dan harga tinggi tetapi kualitas barang seadanya.
3. Menjadikan harga barang dan jasa yang tidak ideal, yang secara kualitas maupun biaya produksi.
4. Konsumen tidak terpuaskan dalam berbelanja karena berkurangnya kualitas barang dan pelayanannya. Maka dari itu konsumen sangatlah penting bagi pengusaha atau pelaku usaha lainnya.

Dampak penerapan yang dilakukan oleh perusahaan retail terhadap pemasok barang jika terjadi ketidak seimbangan dalam melakukan persaingan yang tidak sehat akan meningkatnya hambatan masuknya pasar bagi pelaku usaha yang berpotensi dan penutupan akses bagi para pemasok barang dengan pesaing lainnya. Hambatan tersebut terjadi karena pelaku pemasok barang yang tidak terlibat dalam perjanjian yang diterapkan terpaksa harus membangun jaringan distribusi sendiri atau mencari distributor independen lainnya. Dalam proses pencarian dan membangun jaringan distribusi akan menimbulkan biaya yang menjadi salah satu hambatan utama bagi pemasok barang yang terlibat dalam perjanjian.

Dampak selanjutnya dalam pembagian wilayah, pembagian ini bisa terjadi jika alokasi distribusi antar produsen-distributor ke dalam beberapa wilayah, jika dilihat masing-masing wilayah terdapat beberapa distributor yang dominan, karena akan memudahkan bagi para distributor dalam mempertahankan wilayahnya masing-masing. Dengan begitu praktek perjanjian yang dilakukan oleh perusahaan retail dengan pemasok barang dapat memfasilitasi pembagian wilayah.

Dampak bagi konsumen akibat dari penundaan pembayaran (*pending payment*) oleh perusahaan retail dengan pemasok barang yang sebagai produk atau brand akan membuat pelanggan untuk tidak berbelanja karena dari segi kualitas barang, model barang dan ukuran yang dicari oleh pembeli tidak ada karena pemasok barang tidak bisa memaksimalkan produksi yang disebabkan terkendala dalam pembayaran. Maka dari itu penundaan pembayaran (*pending payment*) sangatlah mempengaruhi kualitas berbelanja bagi konsumen ataupun sales penjualan yang ujung-ujungnya juga mempengaruhi bagi perusahaan retail yang bisa kehilangan pelanggan setianya.

Karena dengan keadaan yang dilakukan perusahaan retail telah menunda pembayaran (*pending payment*) kepada pemasok barang maka berpengaruh sangat signifikan terhadap kemampuan keuangan pemasok barang, selanjutnya ada juga beberapa pemasok barang yang menghentikan pasokan produknya kepada perusahaan retail. Pemasok barang tersebut juga akan kembali memasok apabila pembayaran telah di bayarkan secara lunas dan tidak berkurang.

Akibat pemberhentian pasokan barang oleh pemasok, terjadi timbulnya akibat pesaing perusahaan retail dari segi stok barang yang ada menjadi tidak lengkap sehingga akan sulit bersaing dengan perusahaan retail lainnya, yang memiliki persediaan stok barang yang lebih banyak dan lengkap.

Dari permasalahan tersebut, dapat dilihat bahwa prestasi yang dilakukan oleh pemasok yang ditetapkan oleh perusahaan retail telah melanggar hukum, hal ini dalam aturan yang ada di Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Yang dimana hal tersebut sesuai dengan Pasal 1335 dan juga 1337 KUH Perdata yang menyatakan

terlarang, apabila dilarang oleh undang-undang serta berlawanan dengan kesusilaan baik atau ketertiban umum.

