

Bab III

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dalam bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa ditinjau dari ketentuan Pasal 25 dapat dikatakan tidak efektif dalam mengatasi penyalahgunaan posisi dominan. Beberapa alasan yang menyebabkan tidak efektifnya ketentuan Pasal 25 terdiri dari:

1. Ruang lingkup pengertian pelaku usaha dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat hanya terbatas pada wilayah Indonesia
2. Pengertian posisi dominan menimbulkan problematika hukum dengan terdapatnya dua pengertian yaitu secara kualitatif (Pasal 1 angka 4) dan kuantitatif (Pasal 25)
3. Pengertian syarat-syarat perdagangan tidak diklasifikasikan secara khusus mengenai syarat-syarat perdagangan yang dilarang sehingga menimbulkan interpretasi yang luas
4. Penggunaan pendekatan *Per Se Illegal* dan *Rule of Reason* memiliki kelemahan ketika merumuskan salah satu pendekatan digunakan secara berlebihan.

B. Saran

Berdasarkan uraian diatas, dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat khususnya pada pengaturan penyalahgunaan posisi dominan Pasal 25 perlu untuk direvisi kembali. Pengaturan penyalahgunaan posisi dominan yang perlu dikaji kembali berkaitan dengan terdapat dua pengertian posisi dominan yaitu secara kualitatif dan kuantitatif. Pengertian pelaku usaha, pelaku usaha lain, pasar bersangkutan yang ruang lingkupnya hanya terbatas pada wilayah Indonesia sehingga perlu untuk dikaji kembali untuk memperluas ruang lingkup dari penerapan hukum persaingan usaha
2. Pengertian syarat-syarat perdagangan yang sangat luas perlu untuk dikaji kembali agar lebih efektif dalam menentukan syarat-syarat perdagangan yang dilarang
3. Berkaitan dengan merumuskan salah satu dari pendekatan *Per Se Illegal* atau *Rule of Reason* yang berlebihan akan menimbulkan tidak efektifnya suatu merumuskan pendekatan, sehingga perlu untuk dikaji kembali.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ahmad Kaylani, 2011, *Negara dan Pasar dalam Bingkai Kebijakan Persaingan*, Komisi Pengawas Persaingan usaha, Jakarta.
- Ahmad Yani dan Gunawan Widjaja, 1999, *Seri Hukum Bisnis Anti Monopoli*, cetakan pertama, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Asril Sitompul, 1999, *Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Tinjauan terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999)*, Cetakan ke-1, PT Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Andi Fahmi Lubis, 2009, *Hukum Persaingan Usaha antara Teks dan Konteks*, Penerbit Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH, Jakarta
- Bruggink. J.J. H. dan Arief Sidharta. B., 2015, *Refleksi Tentang Hukum (Pengertian-Pengertian Dasar Dalam Teori Hukum)*, cetakan ke- 4, PT Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Budi Kagramanto, L, 2008, *Mengenal Hukum Persaingan Usaha (Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999)*, Cetakan Pertama, Laras, Surabaya.
- Dwi Adi. K., 2001, *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*, Fajar Mulya Surabaya, Surabaya.
- Galuh Puspaningrum, 2013, *Hukum Persaingan Usaha (Perjanjian dan Kegiatan yang Dilarang dalam Hukum Persaingan Usaha di Indonesia)*, Aswaja Pressindo, Yogyakarta.
- Hans Kelsen, 2008, *Teori Hukum Murni (Dasar-Dasar Ilmu Hukum Normatif)*, cetakan ke- VI, Penerbit Nusa Media, Bandung.
- Hermansyah, 2008, *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, Kencana, Jakarta.
- Jimly Asshiddiqie dan Ali Safa'at. M., 2012, *Teori Hans Kelsen tentang Hukum*, Cetakan ke- 3, Konstitusi Pers, Jakarta.
- Mustafa Kamal Rokan, 2010, *Hukum Persaingan Usaha*, cetakan ke- 1, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Rachmadi Usman, 2013, *Hukum Acara Persaingan Usaha di Indonesia*, cetakan pertama, Sinar Grafika, Jakarta.

Soerjono Soekanto, 2014, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, cetakan ke- 4, PT RAJAGRAFINDO PERSADA, Jakarta.

Susanti Adi Nugroho, 2012, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia Dalam Teori dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya*, cetakan ke-1, Penerbit Kencana, Jakarta.

Jurnal:

Tri Anggraini, A. M, 2012, *Penerapan Perse Ilegal atau Rule of Reason dalam Persaingan Usaha dan Persekongkolan tender*, Jurnal hukum bisnis volume 24, no 2, Universitas Gajah Mada

Sih Yuliana Wahyuningtyas, 2012, *Penerapan Perse Ilegal atau Rule of Reason dalam Persaingan Usaha dan Persekongkolan tender*, Jurnal hukum bisnis volume 24, no 2, Universitas Gajah Mada

Peraturan Perundang-Undangan:

Undang-Undang Dasar 1945

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33. Sekreteriat Negara. Jakarta.

Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2010 tentang Pedoman Pelaksanaan Pasal 25 tentang Penyalahgunaan Posisi Dominan berdasarakan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Putusan KPPU Perkara Nomor 14/KPPU-L/2015

Website:

<http://www.jdih.kemenkeu.go.id/fullText/1945/UUDTAHUN~1945UUDPenj.htm>

<http://www.kppu.go.id/id/blog/2016/08/kppu-denda-pt-forisa-11-m-akibat-terapkan-program-pop-ice-the-real-ice-blender/>

<http://nasional.kontan.co.id/news/kppu-denda-produsen-pop-ice-rp-1146-miliar>



SURAT PERJANJIAN KONTRAK DISPLAY POP ICE

Nama Kios Minuman : TINI
Nama Pemilik Kios Minuman : AGUSTINI
Alamat Kios Minuman : Jl. Cimal NO 52 (d/pn skolah - Ikhson)
No Telp / Hp : 0823-0435-7223
Periode : 16 Jan s/d 16 April 2015

Jumlah varian terdisplay saat ini :

Jumlah target display varian saat program :

Dengan ini bersedia mengikuti Program "DISPLAY POP ICE" dengan peraturan sebagai berikut :

1. Bersedia mendisplay produk POP ICE secara exclusive sesuai target yang sudah disepakati
2. Tidak Menjual produk kompetitor sejenis Pop Ice (S'Café, Camelo, Milk Juss dan lainnya)
3. Display di lakukan sesuai ketentuan dan selama periode kontrak berlangsung 3 (tiga) bulan.
4. Kompensasi Display :
Bulan Pertama : 1 bal Pop Ice Coklat
Bulan Kedua : 2 Kaos Pop Ice
Bulan Ketiga : Blender Phillips
5. Hadiah diatas diberikan setiap akhir bulan setelah tim Forisa melakukan verifikasi pemenuhan syarat point no 1 dan poin no 2 di Kios
6. Verifikasi pemenuhan syarat akan dilakukan setiap minggu oleh tim internal Forisa
7. Apabila Peserta tidak memenuhi syarat untuk bulan 1, maka peserta tidak mendapatkan hadiah untuk bulan 1 tetapi masih memiliki kesempatan mendapatkan hadiah di bulan kedua apabila syarat point 1 dan 2 di bulan kedua terpenuhi
6. Ketentuan diatas mutlak dan tidak dapat diganggu gugat

Medan

16 Jan 2015

Dibuat Oleh,	Menyetujui
	
Nama Jelas Pemilik	ASPS Forisa ASPM Forisa

0823-0104-1803

 16/Jan



SURAT PERJANJIAN KONTRAK DISPLAY POP ICE

Nama Kios Minuman : ANI
Nama Pemilik Kios Minuman : KIOS ANI
Alamat Kios Minuman :
No Telp / Hp :
Periode : 14 JANUARI s/d 14 JANUARI 2015
Jumlah varian terdisplay saat ini :
Jumlah target display varian saat program :

Dengan ini bersedia mengikuti Program "DISPLAY POP ICE" dengan peraturan sebagai berikut:

1. Bersedia mendisplay produk POP ICE secara exclusive sesuai target yang sudah disepakati
2. Tidak Menjual produk kompetitor sejenis Pop Ice (SCafé, Camelo, Milk Juss dan lainnya)
3. Display di lakukan sesuai ketentuan dan selama periode kontrak berlangsung 3 (tiga) bulan.
4. Kompensasi Display:

Bulan Pertama : 1 bal Pop Ice Coklat
Bulan Kedua : 2 Kaos Pop Ice
Bulan Ketiga : Blender Philips

5. Hadiah diatas diberikan setiap akhir bulan setelah tim Forisa melakukan verifikasi pemenuhan syarat point no 1 dan poin no 2 di Kios

6. Verifikasi pemenuhan syarat akan dilakukan setiap minggu oleh tim Internal Forisa

7. Apabila Peserta tidak memenuhi syarat untuk bulan 1, maka peserta tidak mendapatkan hadiah untuk bulan 1 tetapi masih memiliki kesempatan mendapatkan hadiah di bulan kedua apabila syarat point 1 dan 2 di bulan kedua terpenuhi

6. Ketentuan diatas mutlak dan tidak dapat diganggu gugat

14 JANUARI 2015

Dibuat Oleh,	Menyetujui
	
Nama Jelas Pemilik	ASPS Forisa ASPM Forisa

0823-0103-1004 (Supervisor)



INTERNAL OFFICE MEMO
NO.15/IOM/MKT-DB/XII/2014

Tanggal : 29 Desember 2014
To : ASPM
Cc : ASPS
From : Marketing & Sales Dept
Hal : Program Pop Ice The Real Ice Blender

Dengan Hormat,

Dengan bermunculannya kompetitor-kompetitor baru dan juga kondisi market khususnya outlet dan kios minuman yang membutuhkan perhatian serius dari brand agar tetap terjaga. Maka bersama ini Pop Ice sebagai market leader harus mempertahankan posisi. Oleh sebab itu akan dilakukan program dengan ketentuan sebagai berikut :

Nama Program : Pop Ice The Real Ice Blender

Background :

- Karniel Food dengan produk S'Café mulai melakukan penetrasi pasar baik di level kios minuman maupun level toko di pasar.
- Background SDM Karniel yang merupakan mantan orang forisa membuat mereka memiliki "know how/ pengetahuan" mengenai market dan cara bermain produk pop ice yang salah satunya bergantung di level grass root/kios minuman yaitu kios minuman.

Objective :

- Menjaga loyalitas penjual Pop Ice baik di level pasar maupun di level kios minuman.
- Mencegah trial dari konsumen terhadap produk S'café
- Mencegah display produk S'Café di level kios minuman dan outlet pasar

M. 14/12/15
9/9/15

14/12/15

14/12/15
14/12/15

14/12/15
14/12/15

Program - Program :

1. Program Bantuan Tukar (BATU) Kios Minuman

Membantu kios minuman dengan Menukar product S'café yang tidak laku yang ada di kios minuman, dengan cara menukar 1 renceng/ kurang dr 1 renceng S'café (minimal 5 sachet) dengan 1 renceng Pop Ice plus 1 renceng Pop Ice Coklat sebagai hadiah.

- Jika sisa S'café kurang dari 5 sachet, maka tukar dengan 5 sachet Pop Ice plus 1 renceng Pop Ice Coklat sebagai hadiah
- Varian S'café yang ditukar harus sama dengan varian Pop Ice sebagai penukarnya, misal S'café Wild Strawberry ditukar oleh Pop Ice Strawberry
- Penukaran hanya boleh dilakukan 1 kali di outlet yang sama, setelah ditukar outlet langsung diklat dengan program Display Kios Minuman Pop Ice (program ini akan dijelaskan setelah program BATU)
- Program ini dijalankan minimal oleh level Koordinator
- Area mengajukan kebutuhan produk lewat ajuan proposal rutin area
- Produk untuk penukaran menggunakan produk distributor dan distributor melakukan klaim ke PT. Forisa atas pemakaian produk berdasarkan proposal yang diajukan. Penggantian klaim bukan berupa barang tetapi uang seharga barang yang dipakai.
- Harga yang diklaim ialah harga DBP
- S'café yang telah ditarik wajib dikirimkan ke Kantor Pusat Marketing untuk di cross check dengan permintaan penggantian barang. Mohon ditambahkan rekap jumlah S'café yang ditukar dengan jumlah Pop Ice yang dikeluarkan.

2. Program Display Kios Minuman :

Melakukan sewa display di Kios Minuman selama 3 bulan

- Hadiah akan diberikan per bulan dengan tingkat hadiah sbb :
 - o Bulan 1 : 1 bal Pop Ice Coklat
 - o Bulan 2 : 2 kaos Pop Ice
 - o Bulan 3 : Blender Phillips
- Kios Minuman yang diberikan program ialah kios minuman yang minimal memiliki 5 display varian pop ice saat di survey
- Kios minuman wajib menambah 2 varian Pop Ice dari Varian Pop Ice yang sudah ada di kios minuman tersebut, misal kios minuman saat di survey punya display 5 varian, maka selanjutnya mereka harus menambah display menjadi 7 varian

[Handwritten signatures and dates]
9/9/15, 14/11/15, 28/04/2015

- Setiap Minggu MD akan melakukan verifikasi display setiap minggu, jika di setiap minggu dalam 1 bulan, display kios minuman tersebut selalu sejumlah varian yang dikomitmenkan dan tidak menjual produk kompetitor (S'café, Milk Juss, Camelo, Soolice), maka hadiah bulan 1 bisa diberikan, begitu juga dengan bulan2 selanjutnya sampai bulan ketiga.
- Jika syarat," di setiap minggu dalam 1 bulan, display kios minuman tersebut selalu sejumlah varian yang dikomitmenkan dan tidak ada produk kompetitor (S'café, Milk Juss, Camelo, Soolice)" tidak terpenuhi dalam salah satu minggu dari 1 bulan, maka outlet tidak mendapat hadiah dari 1 bulan tersebut dan harus menunggu periode bulan berikutnya untuk kembali ikut program. Misal, dalam periode bulan pertama di minggu kedua outlet mendisplay produk kompetitor, maka hadiah bulan pertama otomatis akan hangus, dan outlet harus menunggu mulainya periode bulan kedua untuk bisa ikut program display agar bisa mendapatkan hadiah bulan kedua jika memenuhi syarat.
- Program ini dijalankan oleh MD Kismin dengan Monitoring Koordinator, ASPS, dan ASPM
- Area mengajukan kebutuhan produk dan jumlah outlet yang ingin diberikan program display lewat ajuan proposal rutin area
- Produk untuk penukaran menggunakan produk distributor dan distributor melakukan klaim ke PT. Forisa atas pemakaian produk berdasarkan proposal yang diajukan.
- Untuk hadiah Kaos dan blender akan dialokasikan dari pusat
- Harga yang diklaim ialah harga DHP
- Form data peserta dan form Monitoring Display MD Kismin Terlampir
- Untuk bukti penyerahan hadiah wajib melampirkan tanda terima kios minuman (nama,alamat, no telp), dan foto penyerahan hadiah

3. Program Display Toko Pasar

Melakukan sewa display di Toko Pasar selama 3 bulan

- Melakukan sewa display dengan hadiah 2 bal Pop Ice Coklat yang diberikan dimuka.
- Jika Selama 3 bulan outlet tidak mendisplay produk kompetitor (S'café, Milk Juss, Soolice, dan Camelo), maka akan diberikan hadiah tambahan 1 kerton Pop Ice Coklat.
- Outlet yang diikuti program display ialah outlet yang bersedia mendisplay minimal 10 varian Pop Ice, dengan 5 varian wajib : Coklat, Strawberry, Cappucino, Melon, dan Vannila Blue
- Area mengajukan kebutuhan produk dan jumlah outlet yang ingin diberikan program display lewat ajuan proposal rutin area

19/5/15 21/5/15 19/5/15 16/05/15 16/05/15

- Produk untuk penukaran menggunakan produk distributor dan distributor melakukan klaim ke PT. Forisa atas pemakaian produk berdasarkan proposal yang diajukan. Pengantian klaim bukan berupa barang tetapi sang seharga barang yang dipakai.
- Harga yang diklaim ialah harga D&P
- Program Display dijalankan minimal oleh level Koordinator
- Surat Kontrak, Form data peserta, dan Form monitoring Display terlampir
- Untuk bukti penyerahan hadiah wajib melampirkan tanda terima toko (nama, alamat, no telp).

4. Lain2:

- a. Form data Peserta Display Toko Pasar dan Kios Minuman diupdate tiap bulan ke admin sales, rspm, dan marketing.
- b. Form Monitoring Display bulanan klsmin, dan display toko pasar diupdate tiap bulan ke admin sales, rspm, dan marketing.
- c. Program2 diatas diutamakan untuk outlet yang sudah terinfiltrasi S'CAFÉ. Jika ada outlet yang belum terinfiltrasi tetapi dirasa berpotensi terinfiltrasi atau sudah merupakan outlet pareto yang ingin dijaga loyaltasnya bisa diajukan kepada RSPM dan Marketing terkait untuk didiskusikan.
- d. Jika ada outlet2 yang butuh penanganan khusus terkait dengan program S'café yang tidak bisa di cover dengan program2 yang ada diatas, harap didiskusikan dengan RSPM dan Marketing terkait.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,

Mengetahui,



David Hlin

BM

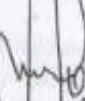


Jimmy Tan



Dedi Marvadi

RSPM



Reza Pong

NSPM



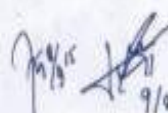
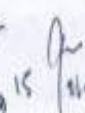
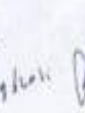
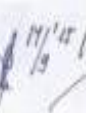
Irwan Zhang

NSPM

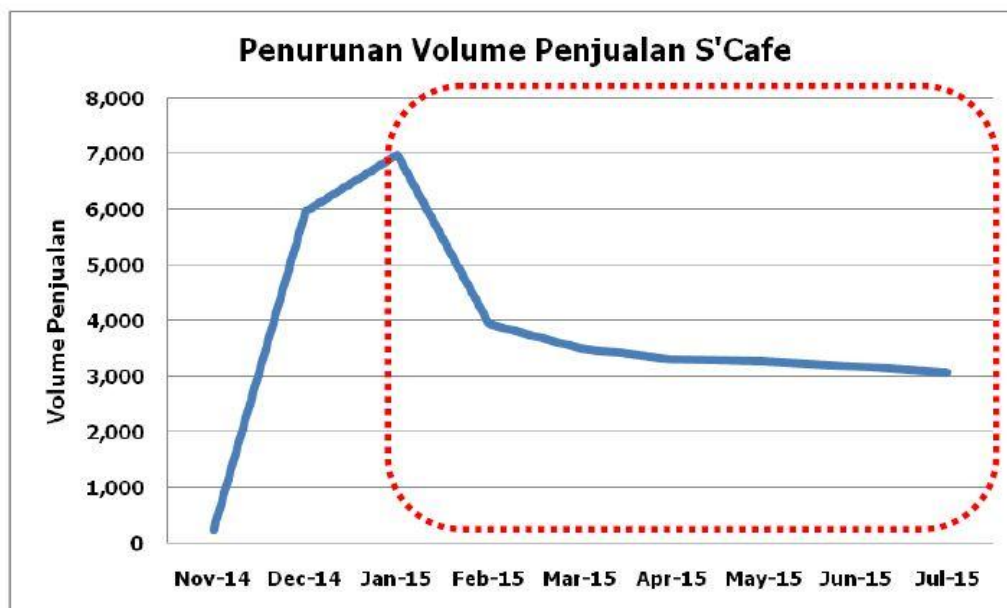
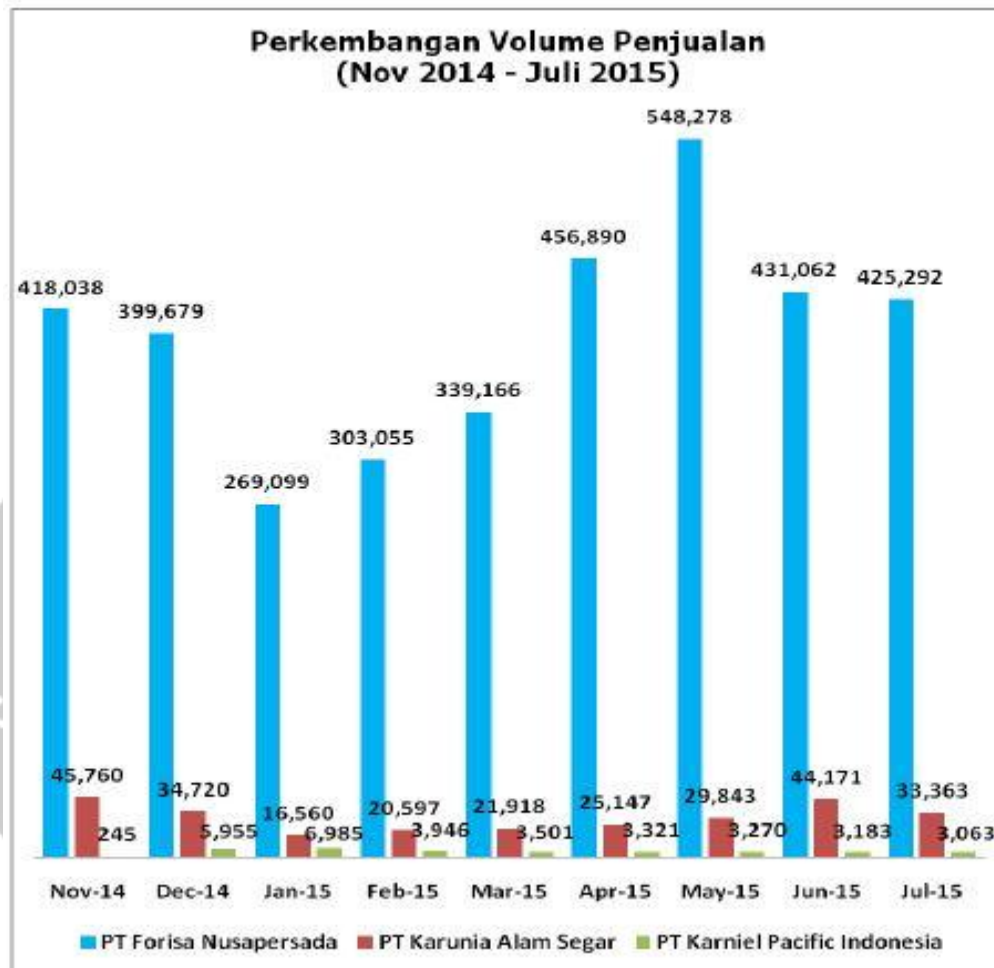


Budi Arman

IGMSM



**Tabel 1. Pangsa Pasar PT Forisa Nusapersada (Pop Ice), PT Karniel Pacific Indonesia (S'Cafe), Karunia Alam Segar (MilkJuss)
Periode November 2014 - Juli 2015**

MARKET SHARE (PENJUALAN DALAM KARTON)

	PT. Forisa Nusapersada (POP ICE)		PT. Karniel Pacific (S'Cafe)		PT. Karunia Alam Segar (Milkjuss)		total volume 3 perusahaan/bulan	
	Volume	Share	Volume	Share	Volume	Share	Volume	Share
Nop-14	418.038	90,09%	245	0,05%	45.760	9,86%	464.043	100%
Des-14	399.679	90,76%	5.955	1,35%	34.720	7,88%	440.354	100%
Jan-15	269.099	91,95%	6.985	2,39%	16.560	5,66%	292.644	100%
Feb-15	303.055	92,51%	3.946	1,20%	20.597	6,29%	327.598	100%
Mar-15	339.166	93,03%	3.501	0,96%	21.918	6,01%	364.585	100%
Apr-15	456.890	94,13%	3.321	0,68%	25.147	5,18%	485.358	100%
Mei-15	548.278	94,30%	3.270	0,56%	29.843	5,13%	581.391	100%
Jun-15	431.062	90,10%	3.183	0,67%	44.171	9,23%	478.416	100%
Jul-15	425.292	92,11%	3.063	0,66%	33.363	7,23%	461.718	100%
Nov14 -Jul 15	3.590.559	92,16%	33.469	0,86%	272.080	6,98%	3.896.108	100%

CATATAN: 1 KARTON = 5 BAL, 1 BAL= 5 RENCENG, 1 RENCENG=10 SACHET