

**INDIKASI PRAKTIK MONOPOLI DALAM KEMITRAAN
PT. EIGERINDO MPI DENGAN AUTHORIZED RETAILER**

TESIS



Oleh:

**Nama Mahasiswa : Ahmad Wildan Ali Fikri
NIM : 23912004
BKU : Hukum Bisnis**

**PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2025**



Indikasi Praktik Monopoli Dalam Kemitraan Pt. Eigerindo MPI Dengan Authorized Retailer

Telah diperiksa dan disetujui Dosen Pembimbing Tugas Akhir untuk diajukan ke depan TIM Penguji dalam Ujian Tugas Akhir / Pendadaran pada tanggal 26 September 2025



Yogyakarta, 26 September 2025
Dosen Pembimbing Tugas Akhir,

Siti Anisah, Dr., S.H., M.Hum.,



Indikasi Praktik Monopoli Dalam Kemitraan Pt. Eigerindo MPI Dengan Authorized Retailer

Telah Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji dalam
Ujian Tugas Akhir / Pendadaran
pada tanggal dan Dinyatakan LULUS

Yogyakarta, 26 September 2025

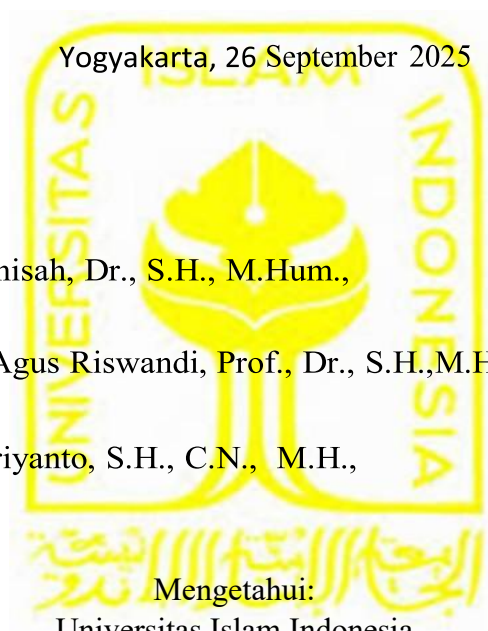
Tim Penguji

Ketua Siti Anisah, Dr., S.H., M.Hum.,

Anggota Budi Agus Riswandi, Prof., Dr., S.H., M.Hum.,

Anggota Dr. Ariyanto, S.H., C.N., M.H.,

Tanda Tangan



Mengetahui:

Universitas Islam Indonesia

Fakultas Hukum

Dekan,



Budi Agus Riswandi, Prof., Dr., S.H., M.Hum.,

NIK. 014100109

HALAMAN MOTTO

العَدُوُّ الصَّالِحُ أَفْضَلُ بِمِثْلَيْونَ مِنَ الصَّادِقِ الْفَاسِدِ

*“Musuh yang baik dan benar lebih baik satu juta kali daripada teman yang jahat
nan merusak”*

(Sufyan bin Uyaynah *Rahimahullah*)

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Ahmad Wildan Ali Fikri

Nomor Induk Mahasiswa : 23912004

Adalah benar merupakan mahasiswa Magister Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah melaksanakan penulisan Tugas Akhir Tesis dengan judul :

INDIKASI PRAKTIK MONOPOLI DALAM KEMITRAAN PT. EIGERINDO MPI DENGAN AUTHORIZED RETAILER

Berkaitan dengan hal tersebut, dengan ini saya menyatakan :

1. Bahwa karya tulis ini adalah benar-benar hasil karya sendiri yang dalam penyusunannya tunduk dan patuh terhadap kaidah, norma, dan etika penulisan karya tulis ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
2. Bahwa saya menjamin hasil karya ini adalah benar-benar asli, bebas dari unsur-unsur yang dapat dikategorikan sebagai perbuatan plagiasi karya ilmiah lain
3. Bahwa meskipun secara prinsip hak milik karya ilmiah ini ada pada saya, kepentingan-kepentingan yang bersifat akademik dan pengembangannya, saya memberikan kewenangan kepada Perpustakaan Magister Hukum UII dan Perpustakaan di lingkungan UII untuk mempergunakan karya ilmiah ini.

Selanjutnya, berkaitan dengan perihal di atas, saya sanggup untuk menerima sanksi secara administratif, akademik, bahkan pidana jika saya terbukti secara sah dan meyakinkan telah melakukan perbuatan yang menyimpang dari pernyataan tersebut.

Yogyakarta, 18 September 2025



Ahmad Wildan Ali Fikri

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Tuhan semesta alam yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Tesis dengan Judul :

**“INDIKASI PRAKTIK MONOPOLI DALAM KEMITRAAN PT.
EIGERINDO MPI DENGAN AUTHORIZED RETAILER”.**

Tesis ini disusun sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Magister Hukum di Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia. Terima kasih penulis ucapkan sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua Orang Tua tercinta, Bapak Muhammad Luqmanul Hakim dan Ibu Anis Naila Sa'adah serta adik Nabil Mahmud Dirwas yang senantiasa mendukung dan memberikan segala hal terbaik dari ketika penulis dilahirkan hingga saat ini.
2. Nenek tercinta, Hj. Nurul Hasanah yang selalu mengingatkan penulis untuk menyelesaikan Tesis ini dengan segera dan sosok paling banyak mendoakan kemudahan untuk penulis dalam menyelesaikan studinya
3. Istri tercinta, Metana Sinare Salsabillah yang telah memberikan dukungan moral maupun tenaga sehingga penulis dapat menyelesaikan studi pada waktu yang tepat
4. Dr. Anisah, S.H., M.H., selaku Pembimbing Tesis yang senantiasa membantu dan mengarahkan penulis dengan sabar untuk menyelesaikan Tesis ini dengan alur-alur yang sesuai dengan Hukum Persaingan Usaha.

5. Prof. Fathul Wahid S.T., M.Sc., Ph.D, selaku pimpinan Universitas Islam Indonesia yang telah menginspirasi penulis agar tidak terlalu membanggakan dengan gelar dan jabatan yang disandang dan selalu mengedepankan kontribusi akademis secara nyata dalam masyarakat.
6. Prof. Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia dan Penguji Tesis I yang telah memberikan ruang bagi penulis untuk bergabung dengan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia serta memberikan evaluasi mendalam agar tulisan penulis dalam Tesis ini agar menjadi lebih baik.
7. Dr. Ariyanto, S.H., C.N., M.H., selaku Penguji Tesis II yang senantiasa memberikan masukan tata tulis yang tepat sehingga Tesis ini menjadi lebih baik.
8. Seluruh Dosen, Tenaga Pendidik, dan Staff di lingkungan Magister Hukum Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menyerap ilmu lebih luas mengenai Hukum Bisnis yang sebelumnya sangat minim diketahui oleh penulis.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan Tesis ini yang tidak dapat disebutkan satu-satu, penulis mengucapkan terima kasih atas dukungannya dalam menyelesaikan Karya ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN MOTTO	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Orisinalitas	6
F. Kerangka Teori (legal doctrine).....	21
1. Ideologi yang mempengaruhi monopoli dan hukum anti monopoli	21
G. Metode penelitian.....	25
H. Sistematika Penulisan (Rencana Pembahasan di tiap bab)	30
BAB II.....	31
HUKUM PERSAINGAN USAHA, USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM)	31
A. Hukum Persaingan Usaha	31
1. Pengertian Persaingan Usaha	31
2. Hukum Persaingan Usaha	36
3. Pendekatan <i>Perse Illegal</i> dan <i>Rule of Reason</i>	38
4. Hambatan Persaingan Usaha melalui Perjanjian.....	39
5. Tata Cara Penegakan Hukum Persaingan Usaha	42
B. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah	46
1. Pengertian dan Kemudahan untuk Berusaha bagi UMKM.....	47
2. Bentuk-Bentuk Kerjasama Kemitraan bagi UMKM.....	50
3. Asas-asas Hukum Kontrak untuk Melindungi Kerjasama Kemitraan bagi UMKM.....	52
4. Pembinaan dan Pengawasan Kemitraan oleh KPPU	55
BAB III.....	56

A. Konstruksi Hukum Hubungan antara PT. Eigerindo MPI dengan para <i>Authorized Retailer</i> -nya.....	56
1. Perdagangan Eceran.....	56
2. Perjanjian yang Mengakibatkan Adanya Hubungan Kerjasama.....	64
3. Penentuan Pola Hubungan Kemitraan dalam Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia	69
B. Indikasi Praktik Monopoli dalam Hubungan Kemitraan antara PT. Eigerindo MPI dengan Para <i>Authorized Retailer</i> -nya.....	77
1. Ikhtisar terjadinya perjanjian kemitraan antara PT. Eigerindo Multi Produk Industri dengan <i>Authorized Retailer</i>	78
2. Analisis hukum persaingan usaha dalam kemitraan prinsipal dengan mitranya	82
3. Penyalahgunaan posisi dominan	88
BAB IV	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	97

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara hukum yang mengatur setiap aspek kehidupan sosial masyarakatnya. Sebagai negara yang menganut sistem demokrasi, Indonesia telah menetapkan hukum sebagai landasan utama dalam mengatur segala aspek kehidupan berbangsa dan bernegara, termasuk di dalamnya adalah kegiatan ekonomi. Konsep negara hukum ini menggarisbawahi pentingnya supremasi hukum di atas segala kepentingan, termasuk kepentingan individu, kelompok, maupun negara. Dalam konteks ekonomi, hukum berperan sebagai instrumen yang mengatur hubungan antar pelaku ekonomi, melindungi hak-hak konsumen, serta menciptakan iklim investasi yang kondusif. Sejak kemerdekaan, Indonesia telah melalui perjalanan panjang dalam membangun sistem hukum ekonomi yang kokoh. Pengaruh kolonialisme, ideologi Pancasila, dan dinamika politik ekonomi global telah membentuk wajah hukum ekonomi Indonesia. Dari sistem ekonomi terpusat pada masa Orde Baru hingga era reformasi yang mendorong liberalisasi ekonomi, hukum ekonomi Indonesia terus beradaptasi dan berkembang. Hukum ekonomi di Indonesia tidak hanya sebatas mengatur mekanisme pasar, tetapi juga bertujuan untuk mewujudkan keadilan ekonomi.

Hukum persaingan usaha merupakan fondasi penting dalam menciptakan iklim bisnis yang sehat dan kompetitif. Di tengah maraknya globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, keberadaan hukum ini

semakin krusial. Tujuan utamanya adalah untuk melindungi kepentingan konsumen, mendorong inovasi, serta mencegah praktik-praktik bisnis yang merugikan masyarakat.¹ Perjalanan hukum persaingan usaha di Indonesia telah mengalami dinamika yang menarik. Dari masa orde baru hingga era reformasi, regulasi terkait persaingan usaha terus mengalami penyempurnaan. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menjadi tonggak penting dalam upaya mewujudkan persaingan usaha yang sehat dan berkeadilan.² Meskipun telah memiliki landasan hukum yang kuat, penegakan hukum persaingan usaha di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan. Praktik kartel, monopoli, dan persaingan tidak sehat masih sering terjadi. Selain itu, lemahnya kesadaran hukum pelaku usaha dan keterbatasan sumber daya lembaga penegak hukum menjadi kendala tersendiri.

Persaingan usaha adalah suatu kondisi di mana dua pihak atau lebih (pelaku usaha) saling berusaha untuk unggul dalam mencapai tujuan yang sama dalam suatu usaha tertentu. Sederhananya, persaingan usaha adalah suatu kondisi di mana berbagai perusahaan saling bersaing untuk mendapatkan konsumen atau pelanggan. Persaingan usaha yang sehat adalah kondisi ideal dalam dunia bisnis di mana berbagai perusahaan saling

¹ Tutiek Retnowati dan Denaldi Fernando, "Dampak Terhadap Konsumen Dari Persaingan Bisnis Tidak Sehat Para Pelaku Usaha Sepeda Motor," *Jurnal Hukum Bisnis Universitas Narotama* 4, no. 1 (2020): 289–311, <http://www.mediaindonesia.com/news/read/57119/honda-yamaha-diduga-kartel/2016-07-20>.

² Indah Febriani dan Theta Murty, "Analisis Muatan Nilai Keadilan: Undang-Undang Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat," *Repertorium : Jurnal Ilmiah Hukum Kenotariatan* 10, no. 2 (2021): 187, <https://doi.org/10.28946/rpt.v10i2.1577>.

bersaing secara *fair* untuk meraih konsumen. Persaingan ini bukan sekadar pertarungan, melainkan sebuah dinamika yang mendorong inovasi, efisiensi, dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Dalam persaingan yang sehat, konsumen diuntungkan dengan beragam pilihan produk dan jasa berkualitas dengan harga yang kompetitif. Persaingan usaha yang sehat memiliki peran krusial dalam mendorong kemajuan suatu negara.³ Selain memberikan manfaat bagi konsumen, persaingan yang sehat juga merangsang perusahaan untuk terus berinovasi, meningkatkan kualitas produk, dan efisien dalam operasional. Hal ini pada akhirnya akan berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi nasional.

Kemitraan mengarah kepada praktek persaingan usaha yang tidak sehat ketika salah satu pihak dalam kemitraan, terutama pihak yang lebih kuat atau memiliki sumber daya lebih besar, melakukan tindakan-tindakan yang merugikan pihak lain atau pelaku usaha yang lebih kecil. Kemitraan antara perusahaan besar dan usaha kecil seringkali menghadapi ketidakseimbangan kekuasaan. Pihak yang lebih besar dapat menggunakan posisi dominannya untuk menekan pihak yang lebih kecil, seperti memaksakan syarat-syarat perjanjian yang tidak adil. Dalam kemitraan, perusahaan besar mungkin mengendalikan saluran distribusi produk atau layanan. Hal ini bisa digunakan untuk meminggirkan usaha kecil, dengan mengurangi akses mereka ke pasar atau memonopoli distribusi produk yang dihasilkan bersama. Selain itu, pihak yang lebih dominan dalam kemitraan

³ Sopyan Hadi, Ari Rahmad Hakim B.F., dan Diman Ade Mulada, "Perlindungan Hukum Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Terhadap Praktik Monopoli Dilihat Dari Perspektif Hukum Persaingan Usaha," *Commerce Law* 2, no. 1 (2022), <https://doi.org/10.29303/commercelaw.v2i1.1345>.

dapat memberlakukan perjanjian eksklusivitas yang membatasi usaha kecil untuk bekerja sama dengan pihak lain. Hal ini dapat menghambat pertumbuhan dan inovasi dari usaha kecil, serta menciptakan ketergantungan pada satu mitra besar.⁴

Dalam kasus kemitraan PT. Eigerindo Multi Produk Industri dengan para *Authorized Retailer*-nya terdapat problematika yaitu para pengecer merasa dirugikan akibat berbagai batasan-batasan dalam berbisnis dan diakhiri dengan pemutusan kontrak secara sepihak yang dilakukan oleh prinsipal seakan-akan prinsipal merupakan atasan para pengecer yang memiliki wewenang dalam menentukan pelanggaran-pelanggaran dalam kontrak yang telah disepakati. Tindakan sewenang-wenang tersebut diakibatkan oleh tidak disebutkannya pola kemitraan yang sesuai dengan Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku.⁵

Hubungan seperti ini sulit untuk diselaraskan dengan amanat Undang-Undang maupun peraturan-peraturan turunannya karena masih samar untuk mengklasifikasikan apakah hubungan tersebut tergolong sebagai hubungan kemitraan atau tidak. Penjelasan mengenai hubungan-hubungan tersebut justru lebih spesifik ditemukan dalam penjelasan hubungan distributif Undang-Undang Perdagangan dan peraturan-peraturan turunannya karena kemitraan tidak memiliki undang-undang tersendiri dalam mendefinisikan hubungan-hubungan di dalamnya serta penyelesaian masalah yang

⁴ Habibatul Aliyah, Dewa Gde Rudy, dan I Wayan Wiryawan, "Analisis Dari Segi Hukum Terhadap Perjanjian Kemitraan Antara Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Dengan Usaha Besar," *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 7, no. 3 (2019): 1–16, file:///C:/Users/User/Downloads/52779-1033-123725-1-10-20190906.pdf.

⁵ Wawancara dengan bapak Luqmanul Hakim

ditimbulkan. Hal inilah yang membuat penulis merasa untuk meneliti lebih lanjut apakah hubungan yang demikian baik bagi kedua belah pihak atau tidak serta apakah dengan tidak seimbangya posisi tawar kedua belah pihak membuat hubungan ini menjadi salah satu indikasi praktik monopoli oleh prinsipal.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Konstruksi Hukum Hubungan Kemitraan Antara PT. Eigerindo MPI dengan para *Authorized Retailer*-nya?
2. Apa saja Indikasi Praktik Monopoli Dalam Hubungan Kemitraan Antara PT. Eigerindo MPI dengan Para *Authorized Retailernya*?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu :

1. Untuk menganalisis konstruksi hukum hubungan antara PT. Eigerindo MPI dengan para mitranya.
2. Untuk menganalisis dan mengkaji praktik monopoli hubungan kemitraan PT. Eigerindo MPI yang tidak sesuai dengan persaingan usaha yang sehat.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan adanya manfaat yang dihasilkan berupa manfaat teoritis maupun manfaat praktis. Manfaat yang diberikan dalam penelitian ini antara lain:

1. Secara Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan peran pemikiran bagi pengembangan keilmuan hukum persaingan usaha khususnya dalam lingkup kemitraan pengusaha besar dengan pengusaha kecil.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi para peneliti selanjutnya dalam menganalisis *problem solving* pada permasalahan yang sama.

2. Secara Praktis

a. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebagai pengetahuan bagi masyarakat terutama pelaku usaha kecil untuk mengetahui hukum dalam hubungan kemitraan beserta dampak-dampak hukum yang ditimbulkan dari hubungan tersebut.

b. Bagi PT. Eigerindo MPI dan para mitranya

Penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi kedua belah pihak untuk mengevaluasi dampak-dampak hukum yang ditimbulkan oleh hubungan kemitraan yang melanggar persaingan usaha yang sehat sehingga dapat mencegah kerugian materiil maupun imateriil.

c. Bagi Pemerintah

Diharapkan penelitian ini menjadi masukan yang terhadap kekosongan aturan berkaitan dengan kemitraan dan distribusi dari para pelaku usaha.

d. Bagi penulis.

Penelitian ini dilakukan agar penulis dapat menyelesaikan studi magister hukum sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

E. Orisinalitas

Dalam penyusunan penelitian ini memuat beberapa referensi Pustaka berupa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik yang dibahas. Adapun penelitian terdahulu belum ada yang membahas secara spesifik terkait analisis status hukum hubungan kemitraan antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil. Namun apabila dilihat dari topik kemitraan saja, banyak penelitian yang membahasnya sehingga perlu untuk ditinjau lebih lanjut mengenai aspek-aspek yang berkaitan dengan penelitian ini terutama dalam isu-isu hukum yang relevan. Dalam pemaparan tinjauan Pustaka ini penulis juga memberikan penjelasan terkait dengan perbedaan dan persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh penulis dan penelitian yang sudah ada terlebih dahulu.

Pertama, Tesis yang ditulis oleh Sarah Mifta dengan judul Implementasi Asas Proporsionalitas Dalam Perjanjian Kemitraan Antara PT. GO TO GO-JEK Tokopedia dan Mitra Kerja.⁶ Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa ada tahun 2016-2023, perjanjian kemitraan Go-Jek masih bersifat standar dan kurang mengakomodasi asas proporsionalitas dalam perjanjiannya dengan mitra kerja perusahaan tersebut. Asas tersebut berfungsi sebagai acuan pertukaran hak dan kewajiban antara perusahaan dengan mitra-mitranya untuk menjamin tercapainya perjanjian yang sesuai dengan proporsi masing-masing pihak. Bukti bahwa perusahaan tersebut masih belum memenuhi asas proporsionalitas adalah keluhan yang diajukan oleh para mitra seperti penilaian yang tidak adil, potongan tinggi biaya layanan, kerancuan dalam pemberian insentif dan jaminan sosial yang tidak diperoleh para mitra.

⁶ Sarah Mifta, "Implementasi Asas Proporsionalitas Dalam Perjanjian Kemitraan Antara Perusahaan PT. Go To Go-Jek Tokopedia Dan Mitra Kerja," *Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia* (Universitas Islam Indonesia, 2024).

Perjanjian kemitraan Go-Jek yang bersifat standar sepenuhnya disusun oleh pihak GoTo Go-Jek Indonesia tanpa melibatkan Mitra Go-Jek dalam proses penyusunan. Hal ini mengakibatkan mitra tidak memiliki kesempatan untuk memberikan sanggahan, tambahan, atau koreksi terhadap klausul yang tercantum, baik pada tahap pra-kontrak maupun saat pelaksanaan kontrak. Akibatnya, terdapat beberapa pasal dalam perjanjian yang mengatur hak dan kewajiban para pihak yang cenderung merugikan mitra (driver Go-Jek). Jika ditinjau dari konsep kemitraan, hubungan tersebut idealnya mencerminkan kerja sama yang saling membutuhkan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sesuai dengan prinsip-prinsip keterkaitan usaha. Namun, praktik dalam perjanjian ini menunjukkan adanya ketimpangan dalam pengambilan keputusan

Kedua, Jurnal yang ditulis oleh Enno Selya Agustina, Relys Sandi Ariyani, dan Nada Hasnadewi dengan judul Analisis Upaya Penegakan Hukum Terhadap Tindakan Kemitraan dalam Perspektif Persaingan Usaha Tidak Sehat.⁷ Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa sebanyak 20 persen dari semua usaha di Indonesia memiliki indikasi adanya kemitraan antara usaha kecil dengan usaha besar. Walau terlihat menjanjikan perkembangan bagi usaha-usaha kecil, ternyata kemitraan juga memiliki sisi gelap yaitu Upaya usaha-usaha besar untuk menguasai pasar dengan cara menciptakan ketergantungan bagi usaha-usaha kecil. Tolak ukur persaingan usaha yang tidak sehat dalam ranah kemitraan adalah jika memenuhi unsur dan syarat dari UU no.5 tahun

⁷ Enno Selya Agustina, Relys Sandi Ariyani, dan Nada Hasnadewi, "Analisis Upaya Penegakan Hukum Terhadap Tindakan Kemitraan Dalam Perspektif Persaingan Usaha Tidak Sehat," *Jurnal Studia Legalia* 4, no. 01 (2023): 13–20, <https://doi.org/10.61084/jsl.v4i01.61>.

1999 seperti persaingan yang dilakukan dengan cara tidak jujur, melanggar hukum, dan menghambat terjadinya kompetisi di antara pelaku usaha.

Penegakan hukum persaingan usaha yang sehat khususnya dalam aspek kemitraan masih sukar untuk dilakukan disebabkan beberapa faktor seperti ambisi masing-masing pihak untuk mendapatkan pengakuan atas usahanya, kurangnya kesadaran akan kepentingan nasional yang lebih luas, serta perencanaan yang kurang optimal sehingga menimbulkan ketidakseimbangan dalam hubungan kemitraan. Adapun pelanggaran persaingan usaha yang sehat akan ditindak oleh lembaga yang berwenang yaitu KPPU dengan beberapa tahapan yaitu adanya laporan dari masyarakat, klarifikasi untuk memenuhi syarat administratif, penyidikan dan persidangan untuk menentukan sanksi yang diberikan.

Ketiga, Jurnal yang ditulis oleh Hasan Labiqul Aqil dengan judul *Ilusi Kemitraan dalam Wacana Ekonomi Berbagi*.⁸ Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa penggunaan metode milik Norman Fairclough yaitu analisis wacana kritis dengan dimensi yang berurutan yaitu dimensi teks, dimensi praktek wacana, dan dimensi praktek sosial-budaya. Pada tahap pertama, penggunaan kata mitra sebagai pengganti kata buruh atau karyawan pada Perusahaan digital ditandai dengan ketidaksetaraan distribusi hak dan kewajiban antara kedua belah pihak. Status kerja dan hubungannya kabur sehingga menyebabkan hubungan kerja yang tidak pasti secara hukum. secara tekstual-historis, penggunaan istilah buruh atau karyawan di Indonesia berubah pada setiap masa

⁸ Hasan Labiqul Aqil, "Ilusi Kemitraan dalam Wacana Ekonomi Berbagi," *Jurnal Dinamika* 4, no. 1 (2023): 1–12, <https://doi.org/10.18326/dinamika.v4i1.1-12>.

tergantung pada ideologi Masyarakat pada penggunaan kata yang relevan menurut mereka pada saat itu.

Dimensi kedua membahas tentang proses bagaimana kata ‘mitra’ dibuat, didistribusikan dan bagaimana Masyarakat akan mengonsumsinya. Penggunaan kata tersebut yang dirasa oleh Masyarakat lebih mulia daripada karyawan menyebabkan ketidaksadaran para pekerja taksi *online* atau penjual daring terhadap kondisi kerja yang justru merugikan mereka. Gagasan ekonomi berbagi mengenai keuntungan yang akan diperoleh semua pihak hanya terkesan sebuah angan-angan pada aspek praktisnya.

Dimensi ketiga mengenai aspek-aspek luar yang bersinggungan dengan konteks seperti kritis kebutuhan pekerjaan di dalam Masyarakat, ‘mitra’ yang tidak sadar dalam kondisi rentan tanpa jaminan di Tengah penyusutan biaya operasionalnya. Kondisi tersebut justru mengarah pada kapitalisasi daripada wacana saling menguntungkan yang ditawarkan.

Keempat, Jurnal yang ditulis oleh Zaenal Arifin, Soegianto, Diah Sulistiyani RS dengan judul Perlindungan Hukum Perjanjian Kemitraan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah Pada Bidang Konstruksi.⁹ Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa penggolongan yang tidak sesuai antara UU no. 2 tahun 2017 dengan Peraturan presiden No. 16 tahun 2018 tentang kualifikasi penyedia jasa. Dalam aturan yang pertama, klasifikasi penyedia jasa terbagi menjadi 3 golongan yaitu berbentuk usaha kecil, menengah dan usaha besar. Perbedaan ini akan mempersulit para penyedia jasa karena tender yang dilakukan harus

⁹ Zaenal Arifin, Soegianto, dan Diah Sulistiyani RS, “Perlindungan Hukum Perjanjian Kemitraan Pengadaan Barang / Jasa Legal Protection of Government Goods / Services Partnership Agreement in the Field,” *Jurnal USM Law Review* 3, no. 1 (2020): 59–76.

berdasarkan Peraturan Presiden sedangkan dalam pola kemitraan subkontrak harus didasarkan pada Undang-Undang No. 2 tahun 2017. Perlindungan hukum yang dimuat dalam Undang-Undang tersebut diharapkan memenuhi kebutuhan bagi pelaku UMKM Dimana seringkali kontrak yang dilakukan adalah kontrak baku dan minim negoisasi karena posisi tawar yang lemah

Dalam prakteknya, pengadaan jasa atau barang pemerintah dalam bidang konstruksi tidak memungkinkan jika hanya ada satu pemain besar yang menanganinya sehingga perlu adanya usaha kecil sebagai mitra subkontrak untuk menangani sebagian pekerjaan. Di kota Semarang, sebagian besar penyedia jasa konstruksi adalah UMKM Dimana dalam organisasi Gapensi, kemitraan dilakukan dengan dua pola yaitu subkontrak dan *Joint Operation* antara pengusaha jasa konstruksi besar dan pengusaha kecil. Faktanya, kemitraan subkontrak yang terjadi seringkali ketidakseimbangan dalam perjanjian yang justru merugikan pihak dengan posisi tawar yang lemah. Sedangkan dalam pola *Joint Operation*, ketidakseimbangan terjadi pada hak dan kewajiban pekerjaan dengan hak dan kewajiban pembagian keuntungan masing-masing pihak.

Kelima, Jurnal yang ditulis oleh Anita Afriana, Agus Mulya Karsona, Sherly Ayuna Putri dengan judul Kemitraan Dalam Perspektif Persaingan Usaha Dan Penyelesaian Sengketa.¹⁰ Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa peran UMKM dan Koperasi menjadi perhatian dalam segi politik ekonomi di Indonesia yang didasarkan pada ideologi negara yang bertarget pada

¹⁰ Anita Afriana, Agus Mulya Karsona, dan Sherly Ayuna Putri, "Kemitraan Dalam Perspektif Persaingan Usaha Dan Penyelesaian Sengketa," *ACTA DIURNAL: Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan Fakultas Hukum Unpad* ISSN: 4, no. 17 (2020): 1-17.

perkembangan ekonomi rakyat. Hal ini ditunjukkan dengan pembentukan peraturan perundang-undangan yang melindungi serta menjaga perkembangan usaha masyarakat kecil. Fasilitas-fasilitas tersebut diberikan karena beberapa alasan seperti UMKM memerankan partisipasi ekonomi yang cukup luas, lebih dapat bertahan pada krisis ekonomi, dan berperan dalam ekonomi kerakyatan sesuai dengan Pancasila. Salah satu bentuk perlindungan tersebut telah tertera dalam pasal 50 UU Nomor 5 Tahun 1999 yaitu pengecualian terhadap usaha kecil yang diperkuat dengan dengan peraturan pedomannya yang dikeluarkan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha nomor 9 tahun 2011.

Berdasarkan Peraturan Komisi tersebut, maka sudah menjadi tugas dan tanggung jawab bagi KPPU untuk mengawasi dan menilai perjanjian yang dilakukan antara pengusaha kecil dan pengusaha besar. Wewenang tersebut dikuatkan juga dalam UU 20 tahun 2008 tentang UMKM dan peraturan teknisnya yaitu PP Nomor 17 tahun 2013. Dapat disimpulkan dari peraturan tersebut bahwa perjanjian yang dimuat didalamnya adalah hubungan kerjasama dan bukan hubungan ketenagakerjaan karena dua pihak yang terlibat didalamnya dalam posisi yang seimbang. Sebagai objek adalah kemitraan PT. Gojek Indonesia dengan mitra pengemudinya yang tidak sesuai dengan asas-asas dan prinsip-prinsip hukum kemitraan.

Selain potensi pelanggaran persaingan usaha yang sehat, perjanjian kemitraan dapat menimbulkan sengketa perdata ketika satu pihak merasa tidak mendapatkan hak-haknya dalam perjanjian yang disepakati. Penyelesaian sengketa dapat dilakukan dengan jalur perdata di Pengadilan Negeri atau

alternatif penyelesaian sengketa yang lebih efisien seperti mediasi ataupun arbitrase.

Keenam, Jurnal yang ditulis oleh Nadia Feby Atharini dengan judul *Perlindungan Bagi Umkm Terhadap Persaingan Usaha Tidak Sehat*.¹¹ Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa perlu adanya Upaya perlindungan hukum dalam menjaga iklim persaingan usaha yang sehat terhadap pelaku usaha kecil dengan bantuan fasilitas dari pemerintah yaitu pengawasan KPPU terhadap apa saja yang berkaitan dengan persaingan usaha. Namun dalam realitanya, aturan mengenai penyalahgunaan posisi tawar antar pelaku usaha tidak diatur secara jelas dalam Undang-Undang karena tujuan utama menciptakan persaingan usaha yang sehat adalah untuk menegakkan demokrasi ekonomi berupa kesinambungan antara kepentingan umum dan kepentingan para pelaku usaha. Justru dalam peraturan teknis dari UU nomor 5 tahun 1999 yaitu peraturan KPPU nomor 5 tahun 2011 menjelaskan secara eksplisit mengenai penyalahgunaan posisi tawar antara pelaku usaha dengan konsumen. Sebagai contoh bahwa posisi tawar yang tidak seimbang dan disalagunakan adalah penerapan konsep *minus margin* Dimana pihak posisi tawar lemah tidak berkitik karena perjanjian baku yang disalahgunakan oleh pelaku usaha yang dominan.

Upaya pemerintah dalam mengembangkan UMKM memiliki dampak yang baik dan juga buruk. Salah satu dampak buruknya dalam programnya adalah pengembangan kemitraan UMKM dengan usaha besar karena jika dilihat dari

¹¹ Nadia Feby Artharini, "Perlindungan Bagi Umkm Terhadap Persaingan Usaha Tidak Sehat," *Dharmasisya : Jurnal Program Magister Hukum Fakultas Hukum Universitas Indonesia* 2, no. September (2022): 6–7.

posisi tawar yang tidak seimbang akan timbul potensi pihak dominan untuk menguasai pihak yang lemah. Berangkat dari problematika ini, KPPU membentuk divisi khusus yaitu direktorat pengawas kemitraan untuk mengawasi kemitraan dengan dasar hukum Peraturan KPPU Nomor 5 tahun 2016.

Ketujuh, Jurnal yang ditulis oleh Laurentina Manalu dan Wardani Rizkianti dengan judul *Asas Kebebasan Berkontrak Dan Asas Proporsionalitas Dalam Franchise Indomaret*.¹² Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa waralaba yang terjadi antara pemilik merk Indomaret dengan penerima hak waralaba dibuat oleh pemilik merk secara sepihak sehingga menyebabkan penerima hak (*Franchisee*) terjebak dalam posisi tawar lemah yang membuatnya hanya bisa menerima atau menolak kerjasama tersebut. Perjanjian waralaba Perusahaan tersebut telah memenuhi cakupan-cakupan unsur asas kebebasan berkontrak namun terkait dengan asas proporsionalitas, hak dan kewajiban antara pemilik merk dan penerima hak waralaba masih belum menunjukkan adanya keseimbangan posisi tawar. Selain itu pasal dalam perjanjian masih menunjukkan adanya dominasi pemilik merk dalam menentukan arah negosiasi dan peluang yang dapat merugikan penerima hak waralaba.

Kedelapan, Jurnal yang ditulis oleh Andi Tira dengan judul *Business Healthy In Competition Of Partnership*.¹³ Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa zonasi yang dilarang oleh UUAM karena adanya pembatasan Divisi/area

¹² Laurentina Manalu dan Wardani Rizkianti, "Asas Kebebasan Berkontrak Dan Asas Proporsionalitas Dalam Perjanjian Franchise Indomaret," *Jurnal Interpretasi Hukum* 4, no. 3 (2023): 760–67.

¹³ Andi Tira, "Business Healthy in Competition of Partnership," *Indonesia Prime* 1, no. 1 (2016): 8–18, <https://doi.org/10.14724/id.v1i1.2>.

terhadap pasar, dapat menimbulkan adanya monopoli oleh perusahaan tertentu dan menyebabkan pengusaha lain sulit untuk ambil bagian di dalamnya. Hal ini juga dapat berdampak pada konsumen karena konsumen tidak punya pilihan, kecuali jika Anda ingin membeli barang di luar monopoli pengusaha dan jika ya, maka kemungkinan besar biaya yang lebih besar merugikan konsumen itu sendiri. Kriteria mencakup perjanjian yaitu adanya pakta yang dibuat dengan pengusaha lain dan memenuhi salah satu unsur dalam pasal 15 UUAM.

Memenuhi unsur-unsur tersebut, tidak dituntut adanya tindakan monopoli atau persaingan kecurangan, tetapi terbukti memenuhi salah satu unsur Pasal 15 UUAM, maka perjanjian tersebut melanggar UUAM. Pasal ini menganut doktrin per Se ilegal, yaitu perjanjian atau tindakan apa pun yang dilarang, akan bertentangan dengan hukum yang berlaku terlepas dari konsekuensi yang ditimbulkan oleh tindakan tersebut, seberapa jauh mengendalikan persaingan pasar atau menimbulkan monopoli. Barang-barang tersebut dipenuhi dengan perjanjian kemitraan antara PT. Toyota Astra Motor dan PT. Hadji Kalla yaitu pengusaha dilarang membuat perjanjian dengan pengusaha lain yang memuat persyaratan bahwa para pihak menerima barang dan atau jasa hanya akan memasok atau tidak memasok barang dan atau jasa yang dikembalikan kepada pihak tertentu dan tempat tertentu atau pada (pasal 15 ayat (1) UUAM). Karena terdapat beberapa kriteria Perjanjian sebagaimana pasal yang dijelaskan di atas terpenuhi, maka perjanjian kemitraan antara Pt Toyota Astra Motor dengan PT. Hadji Kalla dapat mengarah pada adanya monopoli aksi pemasaran merek mobil Toyota di Sulawesi Selatan, Tengah, dan Tenggara, dengan mengacu pada pasal 17 UUAM.

Tindakan monopoli yang dilarang oleh pasal 17 dikategorikan sebagai UUAM Aturan perjanjian pengusaha atau tindakan tidak yaitu Alasan secara otomatis dilarang. Harus dibuktikan terlebih dahulu sejauh mana tindakan tersebut merugikan konsumen, meskipun perbuatan yang dikaitkan dengannya, sebenarnya telah terbukti. Perjanjian atau akta baru dianggap melanggar hukum jika perjanjian atau akta yang berdampak negatif terhadap persaingan. Hingga saat ini, pelaksanaan upaya kemitraan oleh kedua hal di atas dengan usaha kecil/media usaha di Makassar agar tidak merugikan pengusaha lain, sehingga tidak berdampak negatif pada persaingan usaha. Perjanjian kemitraan antara PT. PT Toyota Astra Motor. Hadji Kalla memenuhi kriteria perjanjian kegiatan terlarang/UUAM seperti oligopoli bangunan, zonasi, Perjanjian ditutup, dan kegiatan monopoli, namun sampai saat ini belum terbukti ada pihak-pihak yang merasa dirugikan dan dengan demikian perjanjian kemitraan antara PT Toyota Astra Motor. Hadji Kalla tidak menghambat persaingan bisnis.

Kesembilan, Jurnal yang ditulis oleh Joseph Hugo dengan judul Analisis Penanganan Perkara Kemitraan dalam Kasus Kemitraan Usaha yang Melibatkan PT Sinar Ternak Sejahtera.¹⁴ Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa kemitraan yang terjadi antara PT. Sinar Ternak Sejahtera dengan para peternak yang menjadi mitranya adalah kemitraan yang berbentuk inti-plasma. Dalam perjanjiannya dengan peternak, terjadi kesepakatan yang menyatakan bahwa kerjasama berlaku selama 20 tahun. Durasi tersebut dianggap melanggar

¹⁴ Joseph Hugo Vieri Iusteli Sola Kira, "Analisis Penanganan Perkara Kemitraan dalam Kasus Kemitraan Usaha yang Melibatkan PT Sinar Ternak Sejahtera," *JLEB: Journal of Law Education and Business* 2, no. 2 (2024): 917–23.

pasal 35 UU UMKM dan sebagai akibatnya KPPU menghukum Perusahaan tersebut dengan denda 10 milyar.

Perusahaan tersebut mengajukan keberatan kepada Pengadilan Niaga dan instansi tersebut mengabulkannya dengan dasar hukum pasal 2, pasal 19 Peraturan Pemerintah nomor 44 tahun 2021. (Namun dalam penelitian ini belum memuat aspek formil dan materiil yang menjadi alasan mengapa pengajuan keberatan dapat dikabulkan). Karena putusan KPPU tersebut dibatalkan, maka komisi tersebut juga melangajukan kasasi kepada Mahkamah Agung lalu dikabulkan yang berdasarkan pada pasal 4 Peraturan Mahkamah Agung yang berkaitan persyaratan pengajuan keberatan yang tidak dipenuhi oleh Perusahaan terkait.

No	Penulis	Objek	Persamaan	Perbedaan
1	Sarah Mifta (2024)	Penelitian tesis dengan judul Implementasi Asas Proporsionalitas Dalam Perjanjian Kemitraan Antara PT. GO TO GO-JEK Tokopedia dan Mitra Kerja memiliki objek penelitian yaitu bagaimana penerapan asas proporsionalitas yang ada pada perjanjian kemitraan antara Gojek dengan mitra kerjanya yaitu <i>driver</i> ojek daringnya.	Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu penggunaan asas proporsionalitas yang menentukan seimbang atau tidaknya posisi tawar dalam kontrak kemitraan.	Perbedaan terkait objek yang diteliti adalah kemitraan PT. Gojek yang dikaji secara mendalam dan bertujuan untuk membela hak-hak mitra kerjanya dalam lingkup ketenagakerjaan.
2.	Enno Selya Agustina, Relys Sandi Ariyani,	Penelitian jurnal dengan judul Analisis Upaya Penegakan Hukum Terhadap Tindakan Kemitraan dalam Perspektif Persaingan Usaha	Terdapat persamaan dengan penelitian penulis terkait analisis kemitraan	Perbedaan jurnal ini terletak pada analisis secara umum mengenai dampak kemitraan dengan sedikit

	dan Nada Hasnadewi (2023)	Tidak Sehat memiliki objek penelitian yaitu penegakan hukum kemitraan ditinjau dari perspektif persaingan usaha.	ditinjau dari hukum persaingan usaha yang ada di Indonesia dan indikator yang menyebabkan persaingan usaha yang tidak sehat dalam kemitraan dapat terjadi.	contoh masalah yang ada di lapangan sedangkan penelitian penulis berfokus pada isi kontrak PT. Eigerindo MPI saja.
3.	Hasan Labiqul Aqil (2023)	Penelitian jurnal dengan judul Ilusi Kemitraan dalam Wacana Ekonomi Berbagi memiliki objek penelitian yaitu kemitraan yang dianalisis menggunakan Analisis Wacana Kritis (AWK) Norman Fairclough.	Kemitraan yang bersifat ilusi bagi pihak posisi tawar yang lemah menjadi persamaan dengan apa yang diteliti oleh penulis.	Perbedaan yang sangat terlihat adalah pisau analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan secara filosofis, historis dan linguistik berdasarkan tiga dimensi AWK yaitu dimensi tekstual, Dimensi praktek, dan dimensi sosio-kultur.
4.	Zaenal Arifin, Soegianto, Diah Sulistiyani RS (2020)	Penelitian jurnal dengan judul Perlindungan Hukum Perjanjian Kemitraan Pengadaan Barang / Jasa Pada Bidang Konstruksi memiliki objek yaitu perlindungan hukum terhadap kemitraan pada pengadaan Pemerintah. Perlindungan hukum yang dimaksud disini adalah UMKM yang seringkali menjadi pihak yang dirugikan	Konteks posisi tawar lemah yang dialami oleh UMKM dalam jurnal ini memiliki kesamaan dengan peneliti.	Perbedaan terlihat dalam tujuan penelitian jurnal ini yaitu memberikan kepastian hukum dalam kemitraan khususnya bidang konstrksi melalui perlindungan dari peraturan-peraturan yang berlaku sedangkan dalam penulis memiliki tujuan

		dalam pengadaan barang atau jasa karena kontrak kerjasama yang dijalin dengan perusahaan besar bersifat baku tanpa bisa dinegoisasi oleh usaha kecil.		untuk menjelaskan dampak-dampak yang timbul dari kemitraan khususnya dalam waralaba yang melanggar Undang-Undang serta akibat hukum bagi kedua belah pihak yang melakukan perjanjian.
5.	Anita Afriana, Agus Mulya Karsona, Sherly Ayuna Putri (2020)	Penelitian jurnal dengan judul Kemitraan Dalam Perspektif Persaingan Usaha Dan Penyelesaian Sengketa memiliki objek implementasi kemitraan dalam kacamata persaingan usaha dan penyelesaian sengketanya.	Objek penelitian jurnal ini memiliki persamaan dengan objek yang diteliti oleh penulis	Terdapat perbedaan yaitu spesifikasi masalah yang ada di dalam praktek kemitraan tersebut. Dalam jurnal ini menganalisis secara umum mengenai gambaran persaingan usaha dalam kemitraan sedangkan dalam penelitian ini, penulis menganalisis secara rinci apa saja aspek-aspek dalam kontrak PT. Eigerindo MPI yang melanggar Peraturan Perundang-Perundangan.
6.	Nadia Feby Artharini (2022)	Penelitian jurnal dengan judul Perlindungan Bagi Umkm Terhadap	Memiliki kesamaan dari segi kajian peran KPPU dalam	Perbedaan mendasar dalam penelitian ini adalah paparan

		Persaingan Usaha Tidak Sehat memiliki objek yaitu urgensi dan penerapan perlindungan hukum bagi UMKM dari praktek persaingan usaha tidak sehat.	menangani praktik persaingan usaha yang tidak sehat dalam hal posisi tawar kemitraan.	data mengenai alasan mengapa perlindungan hukum UMKM oleh KPPU penting dilakukan serta efek positif yang diberikan.
7.	Laurentina Manalu, Wardani Rizkianti (2024)	Penelitian jurnal dengan judul Asas Kebebasan Berkontrak Dan Asas Proporsionalitas Dalam Perjanjian Franchise Indomaret memiliki fokus kajian yaitu penggunaan asas dalam kontrak waralaba dengan problematikanya yaitu kontrak baku yang diberikan kepada penerima hak waralaba dengan menganalisis satu persatu klausula dalam kontrak yang bermasalah dalam perspektif asas proporsionalitas dan kebebasan berkontrak.	Fokus kajian yaitu asas-asas dalam kontrak dengan problematika yang ada.	Memiliki perbedaan yaitu frasa 'waralaba' tidak ditemukan dalam perjanjian kemitraan PT. Eigerindo MPI sehingga perlu analisis lebih lanjut mengenai jenis hubungan kontraktual yang ada di dalamnya.
8.	Andi Tira (2016)	Jurnal dengan judul <i>Business Healthy In Competition Of Partnership</i> yang menitikberatkan pada kontrak kemitraan perusahaan besar dengan perusahaan-perusahaan kecil dalam memenuhi produk-produk yang dihasilkan ataupun membantu perusahaan besar tersebut dalam menjual produk.	Pemerintah selaku pemangku kebijakan sudah seharusnya memantau apakah kontrak tersebut melanggar persaingan usaha yang sehat atau tidak. Hal itulah yang menjadi persamaan penelitian	Terdapat perbedaan seperti pasal yang dilanggar oleh perusahaan besar dalam jurnal melanggar Peraturan Perundang-undangan namun tidak menghambat persaingan bisnis sedangkan dalam penelitian penulis dampak kemitraan yang

			penulis dengan jurnal ini	melanggar persaingan usaha yang sehat membuat pihak dalam posisi tawar lemah merugi.
9.	Joseph Hugo Vieri Iusteli Sola Kira (2024)	Jurnal dengan judul Analisis Penanganan Perkara Kemitraan dalam Kasus Kemitraan Usaha yang Melibatkan PT Sinar Ternak Sejahtera. Jurnal ini memiliki objek yaitu analisa kasus sebuah perusahaan yang dikenai sanksi KPPU dengan perkara kontrak kemitraan.	Adanya celah dalam hukum acara perkara kemitraan membuat penegakan hukum seolah-olah kelabu sehingga gagasan dari jurnal ini menawarkan solusi yaitu pembaharuan regulasi agar sistem hukum menjadi selaras dan memberikan kepastian hukum. Gagasan mengenai penyelesaian sengketa menjadi persamaan dalam penelitian ini	Dibedakan dengan kajian mendalam perkara dalam Peradilan tidak digunakan dalam penelitian ini.

F. Kerangka Teori (legal doctrine)

1. Ideologi yang mempengaruhi monopoli dan hukum anti monopoli

Ideologi kapitalisme digunakan sebagai *reasoning* bagi Perusahaan dominan dalam kemitraan tentang bagaimana ia berusaha menguasai pasar ditinjau dari sisi organik tujuan Perusahaan tersebut dibentuk. Sistem ekonomi kapitalis adalah sistem perekonomian yang memberikan

kebebasan penuh kepada individu untuk menjalankan berbagai aktivitas ekonomi, seperti memproduksi, menjual, dan mendistribusikan barang. Dalam sistem ini, pemerintah dapat berperan untuk memastikan kelancaran dan keberlangsungan kegiatan ekonomi, tetapi juga memungkinkan pemerintah untuk tidak terlibat sama sekali dalam urusan ekonomi. Setiap individu dalam sistem kapitalis memiliki kebebasan untuk menentukan nasibnya sendiri berdasarkan kemampuannya. Selain itu, semua orang bebas bersaing dalam bisnis untuk meraih keuntungan sebesar mungkin, dengan peluang untuk bersaing secara bebas menggunakan berbagai cara guna memenangkan persaingan.

Inti dari sistem ekonomi kapitalis adalah kebebasan individu (*individual liberty*) dalam aktivitas perekonomian. Fondasi filosofis sistem ini berasal dari pemikiran Adam Smith, tokoh terkemuka mazhab ekonomi klasik. Dalam *magnum opus*-nya, "*The Wealth of Nations*", Smith menyetujui teori bahwa mekanisme pasar akan berjalan paling efisien jika setiap pelaku ekonomi diberikan kebebasan untuk memproduksi, berdagang, dan bersaing secara bebas dalam sebuah kerangka persaingan sempurna. Ia yakin bahwa intervensi pemerintah harus diminimalisir karena "tangan tak terlihat" (*invisible hand*) dari pasar akan secara alami mengatur *supply* dan *demand* untuk mencapai keseimbangan yang menguntungkan seluruh masyarakat. Sistem ini muncul sebagai tatanan ekonomi yang berlandaskan prinsip *laissez-faire*, di mana para kapitalis bekerja sama untuk mencapai keuntungan maksimal, sementara kaum buruh berusaha mendapatkan upah sebesar mungkin. Dalam hal ini, kaum buruh membentuk serikat pekerja,

sedangkan para pengusaha mendirikan organisasi pengusaha. Prinsip utama sistem ini adalah tidak adanya campur tangan pemerintah dalam kegiatan ekonomi.¹⁵

Ideologi demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila digunakan untuk membatasi sejauh mana hak-hak Perusahaan dominan dapat dilakukan dengan tujuan Batasan-batasan tersebut melindungi hak-hak Perusahaan kecil dalam perkembangannya di wilayah hukum Republik Indonesia. Sistem ekonomi demokrasi dapat diartikan sebagai sistem ekonomi nasional yang mencerminkan nilai-nilai Pancasila dan UUD 1945, yang berlandaskan asas kekeluargaan serta gotong royong dari, oleh, dan untuk rakyat, di bawah pengawasan serta kepemimpinan pemerintah. Dalam sistem ini, pemerintah bersama seluruh rakyat, baik dari golongan ekonomi lemah maupun pengusaha, berperan aktif dalam upaya mencapai kemakmuran bangsa. Negara juga memiliki peran penting dalam merencanakan, membimbing, dan mengarahkan aktivitas ekonomi, sehingga terwujud kerja sama dan saling mendukung antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat. Konsep negara yang diharapkan oleh bangsa Indonesia adalah negara kesejahteraan (*welfare state*), sebagaimana tercantum dalam tujuan nasional dan dasar negara yang dirumuskan dalam Pembukaan UUD 1945. Oleh karena itu, UUD 1945 tidak hanya berfungsi sebagai konstitusi politik, tetapi juga sebagai konstitusi ekonomi dan sosial. UUD 1945 tidak hanya mengatur tata kenegaraan (politik), tetapi juga aspek

¹⁵ Zainol Hasan dan Mahyudi Mahyudi, "Analisis terhadap Pemikiran Ekonomi Kapitalisme Adam Smith," *Istidlal: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam* 4, no. 1 (2020): 24–34, <https://doi.org/10.35316/istidlal.v4i1.206>.

sosial, ekonomi, dan budaya. Hal ini menjadi salah satu pembeda konstitusi Republik Indonesia dibandingkan dengan tradisi penulisan konstitusi di negara-negara Eropa Barat dan Amerika, yang biasanya hanya memuat hal-hal yang bersifat politik. Tradisi konstitusi Indonesia dipengaruhi oleh model penulisan konstitusi negara-negara sosialis, seperti di Eropa Timur. Dalam praktiknya, perekonomian nasional diselenggarakan berdasarkan prinsip-prinsip demokrasi ekonomi yang meliputi kebersamaan, efisiensi berkeadilan, keberlanjutan, wawasan lingkungan, kemandirian, keseimbangan kemajuan, kesatuan ekonomi nasional.¹⁶

Dalam demokrasi ekonomi, kemitraan menjadi bagian yang strategis agar pelaku usaha besar dapat berbagi dengan pelaku usaha kecil, sebaliknya pelaku usaha kecil dapat menerima manfaat dari perusahaan yang besar. Kemitraan adalah suatu bentuk kerja sama antara dua pihak atau lebih yang memiliki tujuan bersama. Dalam konteks bisnis, kemitraan seringkali melibatkan berbagai sumber daya, pengetahuan, dan risiko untuk mencapai tujuan yang lebih besar. Kemitraan dapat terjadi antara individu, perusahaan, atau bahkan negara. Kemitraan menawarkan sejumlah manfaat bagi para pesertanya. Melalui kemitraan, perusahaan dapat mengakses sumber daya baru, memperluas jaringan bisnis, mengurangi risiko, dan meningkatkan daya saing. Selain itu, kemitraan juga dapat mempercepat proses inovasi dan pengembangan produk atau jasa.

¹⁶ Aini Shalihah dan Lian Fawahan, "Implementasi Demokrasi Ekonomi Sejak Diberlakukannya Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 Penetapan Perppu Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja menjadi UU," *Jurist-Diction* 6, no. 2 (2023): 231–46, <https://doi.org/10.20473/jd.v6i2.42353>.

Kemitraan secara umum diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang menjelaskan bahwa kemitraan adalah kerja sama dalam keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan yang melibatkan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan Usaha Besar. Lalu kemudian dijelaskan secara spesifik dalam Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 bahwa kemitraan memiliki beberapa jenis pola seperti inti-plasma, subkontrak, waralaba, perdagangan umum, distribusi dan keagenan, rantai pasok, *Joint Venture*, bagi hasil, kerja sama operasional, dan penyumberluaran atau *Outsourcing*. Dalam pasal 117 ayat 4 dijelaskan bahwa isi perjanjian kemitraan meliputi beberapa hal seperti identitas para pihak, kegiatan usaha, hak dan kewajiban, bentuk pengembangan, jangka waktu, mekanisme pembayaran, dan penyelesaian perselisihan.

G. Metode penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan *legal research* yang berusaha menemukan fakta hukum *in concreto* dengan mengumpulkan norma-norma hukum yang abstrak sebagai premis mayor dan fakta-fakta yang memiliki relevansi dengan perkara sebagai premis minor. Setelah bahan-bahan tersebut dikumpulkan, maka dengan proses silogisme akan menemukan fakta konkrit sebagai konklusi.¹⁷ Sedangkan metode penelitian hukum yang

¹⁷ Soetandyo Wignjosoebroto, "Penelitian Hukum: Sebuah Tipologi," *Majalah Masyarakat Indonesia*, 1974.

digunakan adalah yuridis normatif yang disajikan secara deskriptif dengan menjelaskan teori-teori, konsep dan asas-asas hukum terkait hubungan hukum yang terjadi antara PT. Eigerindo dan para mitranya.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Hubungan hukum antara PT. Eigerindo MPI dengan para mitranya.
- b. Indikasi persaingan usaha yang tidak sehat yang ada di dalam hubungan PT. Eigerindo MPI dengan para mitranya.

3. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan beberapa pendekatan antara lain :

a. Pendekatan perundang-undangan (*Statute Approach*)

Pendekatan ini menelaah tentang regulasi dan Undang-Undang yang memiliki keterkaitan dengan isu hukum yang sedang diteliti. Dalam memecahkan isu hukum yang dihadapi, pendekatan ini menawarkan analisis mengenai kesesuaian dan konsistensi antara satu peraturan perundang-undangan dengan aturan lainnya. Selain analisis konsistensi aturan, pendekatan ini juga menawarkan konsep mencari *ratio legis* dan dasar ontologis suatu Undang-Undang dengan merujuk pada Rancangan Undang-Undang dan Naskah Akademis guna mengetahui mengapa aturan tersebut dibuat.¹⁸

b. Pendekatan Kasus

¹⁸ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, 1 ed. (Jakarta: Prenada Media, 2005). Hlm. 93

Pendekatan kasus (*case approach*) dalam penelitian hukum merupakan salah satu metode yang penting dan sering digunakan, khususnya dalam penelitian hukum normatif dan yuridis-empiris. Pendekatan ini berfokus pada analisis dan telaah terhadap kasus-kasus hukum yang telah diputuskan oleh pengadilan maupun kasus yang sedang berjalan hambatan aktualnya. Pendekatan kasus adalah metode penelitian hukum yang dilakukan dengan mengkaji dan menelaah kasus-kasus hukum sebagai sumber utama untuk memahami penerapan norma hukum di dalam praktik. Pendekatan ini tidak hanya mempelajari teks pasal dan Undang-Undang secara normatif semata, melainkan menggali bagaimana norma tersebut diinterpretasikan dan diterapkan di dalam perkara nyata yang berujung pada putusan pengadilan.¹⁹

Dikemukakan oleh para ahli, pendekatan ini berusaha untuk mendapatkan pemahaman mendalam akan *ratio decidendi* (alasan hukum) yang digunakan hakim dalam memutus perkara, sebagai prinsip-prinsip hukum yang dapat menjadi acuan dalam praktik hukum selanjutnya.

c. Pendekatan Konseptual

Pendekatan ini digunakan pada saat peneliti tidak berpaling dari aturan yang sudah ada. Hal tersebut dikarenakan belum ada aturan yang relevan dengan permasalahan yang dihadapi. Untuk menggunakan pendekatan ini, peneliti memerlukan rujukan berupa

¹⁹ Depri Liber Sonata, "Metode Penelitian Hukum Normatif Dan Empiris: Karakteristik Khas Dari Metode Meneliti Hukum," *Fiat Justisia Jurnal Ilmu Hukum* 8, no. 1 (2014): 134.

prinsip-prinsip hukum yang ada di dalam sudut pandang para ahli hukum atau merujuk pada doktrin-doktrin yang ada.²⁰

d. Pendekatan Perbandingan

Pendekatan perbandingan atau yang disebut sebagai pendekatan komparatif merupakan pendekatan yang dilakukan dengan membandingkan suatu peraturan dengan peraturan yang lain dengan pokok permasalahan yang sama. Aturan berbeda tersebut dapat mencakup perbedaan negara ataupun perbedaan waktu.²¹ Dalam penelitian ini, penulis membandingkan aturan-aturan yang ada di Indonesia dengan negara lain yang sudah memiliki aturan dengan permasalahan serupa. Perbandingan tersebut dilakukan karena aturan di negara lain seperti Inggris dan Amerika Serikat jauh lebih menjangkau problematika kemitraan dan waralaba secara fundamental dan hierarki aturan tersebut setingkat undang-undang.

4. Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini sebagian besar menggunakan bahan hukum primer berupa peraturan-peraturan seperti Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, Undang-Undang Cipta Kerja yang berkaitan dengan UMKM, Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021, dan peraturan lainnya yang mendukung penelitian ini. Juga literatur seperti kontrak perjanjian

²⁰ Dyah Ochtorina Susanti dan A'an Effendy, *Penelitian Hukum (Legal Research)*, ed. oleh Maya Sari, 2 ed. (Jakarta: Sinar Grafika, 2015). Hlm. 115

²¹ Sunaryati Hartono, *Capita Selecta Perbandingan Hukum* (Bandung: Alumni, 1976).

antara PT.Eigerindo MPI dengan *Authorized Retailer* dalam kurun 3 tahun terakhir.

Selain bahan hukum primer, penelitian ini juga akan dilengkapi dengan bahan hukum sekunder seperti penelitian ilmiah terdahulu termasuk tesis ataupun jurnal-jurnal ilmiah dan juga hasil wawancara terhadap narasumber yang memiliki keterlibatan dalam hubungan kemitraan yaitu *Authorized Retailer*.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data penting untuk dilakukan guna mendapatkan data yang diperlukan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara berikut :

- a. Studi Pustaka, yaitu dengan mempelajari berbagai macam peraturan perundang-undangan dan literatur yang memiliki relevansi pokok masalah dalam penelitian
- b. Wawancara, yaitu dengan melakukan wawancara dengan para mitra PT.Eigerindo MPI sebagai pelaku kemitraan.

6. Analisis Data

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan Gambaran data awal yang sudah didapatkan dengan tujuan mengidentifikasi problematika melalui inventarisir dan klarifikasi terhadap masalah-masalah yang ada. Adapun langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- a. Perumusan masalah
- b. Inventarisasi bahan hukum
- c. Identifikasi bahan hukum

- d. Klasifikasi bahan hukum
- e. Sistematisasi bahan hukum
- f. Interpretasi dan Konstruksi bahan hukum²²

H. Sistematika Penulisan (Rencana Pembahasan di tiap bab)

Bab Pertama membahas tentang pendahuluan dengan menguraikan latar belakang masalah penelitian mengenai perjanjian kemitraan PT. Eigerindo MPI dengan *Authorized Retailer* dan dilengkapi dengan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan Pustaka yang berisikan penelitian terdahulu dan dilengkapi orisinalitas, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab Kedua membahas tentang tinjauan hukum mengenai persaingan usaha dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Bab Ketiga membahas tentang analisis permasalahan dengan menjawab rumusan masalah yaitu penjelasan konstruksi hukum hubungan kemitraan yang terjadi antara PT. Eigerindo MPI menurut peraturan perundang-undangan dengan para mitranya dan menganalisis klausul-klausul perjanjian yang tidak sesuai dengan regulasi yang ada di Indonesia khususnya pada praktik monopoli.

Bab Keempat berisi tentang penutup dengan menyimpulkan hasil penelitian dan saran berdasarkan hasil penelitian agar berguna bagi tumbuh kembang hukum yang ada di Indonesia.

²² Suratman dan Philips Dillah, *Metode Penelitian Hukum*, 3 ed. (Bandung: CV. Alfabeta, 2015).

BAB II

HUKUM PERSAINGAN USAHA, USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM)

A. Hukum Persaingan Usaha

1. Pengertian Persaingan Usaha

Persaingan usaha adalah suatu kondisi di mana dua pihak atau lebih (pelaku usaha) saling berusaha untuk unggul dalam mencapai tujuan yang sama dalam suatu usaha tertentu. Sederhananya, persaingan usaha adalah suatu kondisi di mana berbagai perusahaan saling bersaing untuk mendapatkan konsumen atau pelanggan. Persaingan usaha yang sehat adalah kondisi ideal dalam dunia bisnis di mana berbagai perusahaan saling bersaing secara *fair* untuk meraih konsumen. Persaingan ini bukan sekadar pertarungan, melainkan sebuah dinamika yang mendorong inovasi, efisiensi, dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Dalam persaingan yang sehat, konsumen diuntungkan dengan beragam pilihan produk dan jasa berkualitas dengan harga yang kompetitif. Persaingan usaha yang sehat memiliki peran krusial dalam mendorong kemajuan suatu negara.²³ Selain memberikan manfaat bagi konsumen, persaingan yang sehat juga merangsang perusahaan untuk terus berinovasi, meningkatkan kualitas produk, dan efisien dalam operasional. Hal ini pada akhirnya akan berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi nasional.

²³ Hadi, B.F., dan Mulada, "Perlindungan Hukum Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Terhadap Praktik Monopoli Dilihat Dari Perspektif Hukum Persaingan Usaha."

Dalam konsep persaingan usaha terdapat empat kondisi tentang bagaimana posisi sebuah perusahaan dalam menjalankan usahanya di pasar. Kondisi pertama adalah pasar persaingan sempurna yang mana keberadaan perusahaan begitu banyak dalam persaingan sehingga tidak memungkinkan adanya pengaruh permainan harga yang signifikan. Kondisi kedua adalah terdapat sebuah perusahaan yang sangat kuat sehingga menjadi produsen tunggal di pasar dan menyebabkan monopoli daya *output* dan kendali harga pasar. Kondisi ketiga adalah persaingan monopolistik di mana terdapat berbagai perusahaan yang saling bersaing namun tiap perusahaan tersebut memiliki daya monopoli masing-masing namun terbatas oleh karakter pada setiap produk yang dimiliki. Kondisi keempat adalah oligopoli di mana terdapat sejumlah produsen yang memiliki potensi saling bekerja sama untuk memonopoli pasar.²⁴

Monopoli merupakan salah satu aspek penting dari persaingan usaha. Kegiatan monopoli sudah tidak baru lagi bagi dinamika ekonomi di Indonesia sejak zaman kolonialisme. Sebagai negara yang memiliki komoditas penting pada abad pertengahan, monopoli tidak terlepas dari kepentingan perusahaan besar yang menguasai pasar perdagangan global. Bentuk monopoli direfleksikan dalam upaya-upaya VOC dalam mengelola stok, membeli dari para petani, mengawal distribusi stok, menebang tanaman agar stok rempah-rempah tidak over produksi serta menjualnya dengan harga yang stabil. Bahkan setelah 3 abad monopoli Belanda merusak tatanan sistem ekonomi, Indonesia masih saja mengalami hal yang sama

²⁴ Ningrum Natasya Sirait, Andi Fahmi Lubis, dan Helena Wirastris Wulandari, *Buku Teks Hukum Persaingan Usaha, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU)*, 2017. Hlm. 46

pada masa sebelum reformasi dimana perusahaan-perusahaan besar pada umumnya sukses karena dekat dengan kekuasaan.

Monopoli adalah situasi di pasar di mana hanya ada satu penjual atau produsen yang menguasai seluruh atau sebagian besar pasokan suatu barang atau jasa, tanpa adanya pesaing yang signifikan. Kondisi ini memungkinkan pelaku monopoli untuk mengendalikan harga, kualitas, dan ketersediaan produk, sehingga seringkali merugikan konsumen dan menghambat persaingan sehat. Selain hanya satu penjual, menurut Roger E. Meiners monopoli juga dapat dilakukan oleh beberapa pengusaha dengan membuat kesepakatan untuk menetapkan harga ataupun produksi.²⁵ Dalam *Black's Law* dijelaskan bahwa definisi monopoli adalah sebagai berikut:

*“A privilege or peculiar advantage vested in one or more persons or companies, consisting in the exclusive right (or power) to carry on a particular business or trade, manufacture a particular article, or control the sale of the whole supply of a particular commodity. Defined in English law to be “a license or privilege allowed by the king for the sole buying and selling, making, working, or using, of anything whatsoever; whereby the subject in general is restrained from that liberty of manufacturing or trading which he had before. A monopoly consists in the ownership or control of so large a part of the market- supply or output of a given commodity as to stifle competition, restrict the freedom of commerce, and give the monopolist control over prices.”*²⁶

Sedangkan praktik monopoli dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mempunyai definisi yaitu kegiatan sentralisasi daya ekonomi oleh satu atau beberapa pelaku usaha yang menyebabkan produksi dan atau pemasaran barang atau jasa tertentu dikuasai sehingga mengakibatkan persaingan usaha yang tidak sehat dan mengganggu kepentingan umum.

²⁵ Roger E. Meiners, *The Legal Environment of Business* (St. Paul: West Publishing Company, 1998).

²⁶ Bryan A Garner, *Black's Law Dictionary* (Thomson Reuters, 2009). Hlm. 908

Berdasarkan pembentukannya, monopoli terbentuk dengan berbagai faktor yang berbeda-beda. Diantaranya adalah :

- a. Monopoli yang haknya merupakan pemberian pemerintah kepada swasta dengan dasar nepotisme
- b. Monopoli yang dibentuk berdasarkan kartel oleh beberapa pengusaha dan memiliki sifat ofensif
- c. Monopoli yang timbul dari kecurangan terhadap persaingan usaha seperti penguasaan pangsa pasar dan diskriminasi harga pasar
- d. Monopoli yang lahir dari kegiatan pengumpulan dana sosial dan kepentingan publik
- e. Monopoli hak paten kepada inventor atas temuannya dengan jangka waktu tertentu
- f. Monopoli yang dikelola oleh pemerintah karena menyangkut kebutuhan pokok orang banyak.²⁷

Monopoli memiliki dampak yang baik maupun buruk. Berikut adalah dampak-dampak baik yang ditimbulkan:

- a. Monopoli dapat memberikan efisiensi pengelolaan sumber daya dengan maksimal. Selain efisien terhadap sumber daya, monopoli juga menghemat biaya pemasaran yang lebih membengkak jika terjadi persaingan.
- b. Monopoli dapat memberikan tingkat pelayanan yang lebih baik bagi konsumen di beberapa sektor industri tertentu dibandingkan terbuka

²⁷ Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao, *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*, ed. oleh Risman Sikumbang, 1 ed. (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2010).

bagi persaingan yang terkadang justru mempersulit konsumen atas akses konsumsi. Sebagai contoh adalah usaha di bidang layanan *Wi-Fi* yang terbuka menyebabkan tidak adanya pilihan jaringan yang memadai di beberapa pelosok wilayah karena belum ter-cover nya jaringan provider.

- c. Monopoli dapat mencegah duplikasi fasilitas umum yang justru merugikan masyarakat. Duplikasi yang dimaksud adalah fasilitas yang menunjang kebutuhan dasar seperti air bersih dan listrik.
- d. Monopoli dapat menghindari eksploitasi beberapa sumber daya yang penting bagi kepentingan masyarakat luas. Eksploitasi yang dimaksud adalah yang berorientasi pada profit saja.

Namun yang menjadi pokok permasalahan adalah dampak-dampak buruk yang diberikan, antara lain:

- a. Monopoli dapat menimbulkan tidak adanya pilihan bagi konsumen terkait produk yang diinginkan karena tawaran produk hanya berasal dari satu pihak saja tanpa bisa mengakses opsi lain di pasar.
- b. Monopoli menimbulkan kerentanan bagi konsumen terhadap produsen karena mau tidak mau produk yang ditawarkan dari satu pihak saja sehingga besar kemungkinan produsen untuk menetapkan harga atau menjual produknya.

Monopoli merupakan hambatan terbesar bagi inovasi dalam ekonomi. Karena tidak adanya pesaing, produsen yang memonopoli akan dalam

kondisi tetap tanpa perkembangan yang signifikan. Hal tersebut membuat dampak jangka panjang terhadap kestabilan ekonomi suatu negara.²⁸

2. Hukum Persaingan Usaha

Hukum persaingan usaha adalah istilah lain dari hukum anti monopoli. Hukum anti monopoli dipersembahkan sebagai penyokong kepentingan publik melalui kebijakan ketentuan hukum demi terciptanya lingkungan ekonomi yang wajar dan baik. Penegakan hukum anti monopoli mulai direalisasikan setelah reformasi 1998 melalui Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Walaupun dalam proses legislasi Undang-Undang ini memiliki kritikan di mana wakil rakyat hanya mengakomodir kepentingan rakyat (dalam artian konsumen) dan terkesan mengesampingkan pelaku usaha yang justru menjadi objek utama dari perancangan Undang-Undang ini. Sudut pandang yang dikotomis ini harus dianulir karena Undang-Undang ini tidak hanya menguntungkan konsumen namun juga pelaku usaha karena mereka juga adalah bagian dari masyarakat itu sendiri.

Dalam bukunya, Margono menyebutkan bahwa untuk mendalami konsep hukum Anti Monopoli diperlukan untuk mencermati tiga hal yang menjadi acuan utama, yaitu:

a. Ekonomi

Menurut perspektif ekonomi, Hukum Anti Monopoli berperan merealisasikan peningkatan daya saing pelaku usaha domestik agar mendorong daya saing global, diharapkan menjadi faktor yang

²⁸ Arie Siswanto, *Hukum Persaingan Usaha*, 1 ed. (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2002).

membuat sumber daya menjadi lebih efisien, peningkatan produksi, dan meningkatkan taraf ekonomi masyarakat

b. Hukum

Hukum anti monopoli mengakomodir kepentingan kedua pihak dalam dinamika ekonomi, baik pelaku usaha dengan prinsip non-diskriminasi yang adil maupun kepentingan konsumen berupa kebebasan memilih produk yang banyak ditawarkan dalam persaingan usaha yang sehat.

c. Aspek Internasional

Hukum anti monopoli juga mengakomodir hasil dari persetujuan internasional dengan organisasi perdagangan internasional yang memiliki dampak hukum untuk menjalankan segala ketentuan internasional yang telah disetujui oleh Indonesia.²⁹

Secara analitis, hubungan antar pelaku usaha dapat dipetakan berdasarkan posisi mereka dalam rantai nilai (*value chain*) atau struktur pasar. Pemetaan ini krusial karena jenis hubungan yang berbeda melahirkan bentuk pelanggaran hukum persaingan yang berbeda pula. Berikut adalah 2 jenis hubungan yang ada:

a. Integrasi Vertikal

Integrasi vertikal adalah strategi bisnis di mana perusahaan menguasai atau mengontrol beberapa tahap dalam rantai pasok atau produksi, baik ke arah hulu (*upstream*) seperti pemasok bahan baku,

²⁹ Suyud Margono, *Hukum Anti Monopoli*, 1 ed. (Jakarta: Sinar Grafika, 2009).

maupun ke arah hilir (*downstream*) seperti distribusi atau penjualan langsung ke konsumen. Tujuannya adalah meningkatkan efisiensi, mengurangi ketergantungan pada pihak eksternal, dan memperkuat posisi kompetitif. Namun, integrasi vertikal juga dapat memengaruhi dinamika persaingan usaha, baik secara positif maupun negatif.

b. Integrasi horizontal

Integrasi horizontal terjadi ketika perusahaan mengakuisisi atau bergabung dengan pesaing di level yang sama dalam rantai pasok.³⁰

3. Pendekatan *Per se Illegal* dan *Rule of Reason*

Dalam memahami ketentuan-ketentuan Undang-Undang No. 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, perlu adanya pendekatan yang dibagi menjadi 2 yaitu pendekatan *Per se Illegal* dan *Rule of Reason*. *Per se Illegal* yaitu metode yang menyatakan bahwa suatu tindakan berdasarkan perjanjian atau aktivitas bisnis dianggap ilegal menurut Undang-Undang tanpa memerlukan analisis dampak atau kajian ekonomi. Hal ini dikarenakan kesepakatan dalam perjanjian tersebut secara jelas dan pasti berpotensi merugikan pasar, baik dengan mengurangi, merusak, atau bahkan menghilangkan persaingan. Oleh karena itu, dalam penggunaan pendekatan ini, pelapor tidak diwajibkan melampirkan kajian ekonomi atau analisis dampak terhadap pasar, karena pendekatan ini bersifat jelas, tegas, dan memberikan kepastian mutlak bagi para pelaku

³⁰ Fanadya Eva Noviana, "Antara Kepentingan Pasar versus Kepatuhan terhadap Hukum," *Jurnal Audiens* 1, no. 1 (2020).

usaha.³¹ Sedangkan pendekatan *Rule of reason* adalah doktrin hukum yang digunakan untuk menilai apakah praktik bisnis tertentu anti-persaingan atau justru ilegal. Di bawah pendekatan ini, alih-alih menganggap praktik ilegal itu sendiri, pihak berwenang mempertimbangkan konteks dan dampak aktual atau potensial terhadap persaingan. *Rule Of Reason* melibatkan analisis menyeluruh tentang tujuan praktik, efeknya terhadap persaingan, dan pembenaran apa pun yang diberikan oleh perusahaan yang terlibat.³²

4. Hambatan Persaingan Usaha melalui Perjanjian

Hambatan persaingan usaha melalui perjanjian adalah praktik atau kesepakatan yang secara langsung atau tidak langsung menghalangi, membatasi, atau mengurangi persaingan yang sehat di pasar. Hambatan persaingan melalui perjanjian terjadi saat pelaku usaha membuat perjanjian yang bertujuan atau berakibat mempengaruhi proses persaingan secara tidak sehat. Perjanjian-perjanjian tersebut dapat berupa pengaturan harga, pembagian pasar, penetapan kuota, pembatasan produksi, atau perjanjian eksklusivitas yang membatasi akses pasar bagi pesaing lain.³³

Bentuk-bentuk hambatan persaingan dalam perjanjian adalah berikut :

³¹ Dimas Aryadiputra, Deny Slamet Pribadi, dan Aryo Subroto, "Perbedaan Penerapan Pendekatan Per se Illegal dan Rule of Reason dalam Putusan KPPU tentang Kartel Penetapan Harga," *Risalah Hukum* 18, no. 1 (2022): 1–19, <https://doi.org/10.30872/risalah.v18i1.753>.

³² Sharda Abrianti et al., "The Rule of Reason Approach in Discriminatory Practices: Airlines and Telecommunications Industry Sector," *Jurnal Dinamika Hukum* 24, no. 2 (2024), <https://doi.org/doi.org/10.20884/1.jdh.2024.24.2.4046>.

³³ Marvin Candra dan Gunardi Lie, "Pelanggaran Kemitraan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Perspektif Hukum Bisnis," *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik* 5, no. 1 (2024): 518–25, <https://doi.org/10.38035/jihhp.v5i1.3155>.

- a. Perjanjian eksklusif (tertutup) yang berusaha membatasi akses pengusaha ke dalam pasar

Untuk menciptakan iklim usaha yang kondusif serta mendorong persaingan usaha yang sehat, UU No. 5 Tahun 1999 mengatur tentang perjanjian tertutup sebagaimana tercantum dalam Pasal 15. Perjanjian tertutup merupakan kesepakatan yang dibuat oleh pelaku usaha dengan tujuan menjadi sarana untuk mengendalikan pelaku usaha lain secara vertikal, baik melalui pengendalian harga maupun non-harga. Strategi ini umumnya diterapkan dalam tahap distribusi produk barang dan/atau jasa. Larangan atas pelaksanaan perjanjian tertutup dalam konteks hukum persaingan usaha menjadi pengecualian dari asas kebebasan berkontrak, yang merupakan salah satu prinsip penting dalam hukum perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara. Asas kebebasan berkontrak (partij autonomy) memberikan kebebasan kepada individu atau masyarakat untuk membuat perjanjian dalam bentuk dan isi apa pun selama tidak bertentangan dengan undang-undang, ketertiban umum, atau kesusilaan. Namun, dalam situasi tertentu, Undang-Undang melarang jenis-jenis perjanjian tertentu, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999. Sebagai langkah untuk menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif dan mencegah praktik persaingan usaha yang tidak sehat, UU No. 5 Tahun 1999 menetapkan larangan terhadap beberapa jenis perjanjian, termasuk perjanjian tertutup, yang diatur dalam Pasal 15. Perjanjian tertutup,

atau *exclusive agreement*, merupakan perjanjian antara pihak-pihak yang berada pada tingkat berbeda dalam proses produksi atau distribusi barang maupun jasa.³⁴

b. Pembagian Wilayah Pasar

Pembagian Wilayah Pasar adalah bentuk perjanjian di mana pelaku usaha sepakat untuk membagi wilayah atau segmen pasar tertentu sehingga masing-masing pihak tidak saling bersaing secara langsung di wilayah tersebut. Praktik ini sering digunakan untuk mengurangi persaingan yang ketat dan menjaga stabilitas pendapatan di antara pelaku usaha. Dilihat dari perspektif hukum persaingan usaha, pembagian wilayah pasar memiliki beberapa dampak dan implikasi yaitu menciptakan hambatan masuk (*barrier to entry*) yang tinggi bagi pelaku usaha baru karena wilayah pasar telah dikuasai oleh pelaku usaha yang sudah ada serta dapat menguasai pasar di wilayah tertentu tanpa adanya kompetisi, sehingga memberi mereka kekuatan pasar yang tidak adil, termasuk kemampuan untuk menetapkan harga tidak kompetitif.³⁵

c. Hambatan *Intrabrand*

Persaingan *intrabrand* mengacu pada kompetisi antara distributor atau pengecer yang menawarkan produk dari produsen

³⁴ Kamsar Lumbanradja, Dhaniswara K. Harjono, dan Hulman Panjaitan, "Analisa Perjanjian Tertutup dalam Pasal 15 Ayat (3) UU No. 5 Tahun 1999 dalam Perspektif Normatif dan Implementasinya Kamsar," *Bulletin of Community Engagement* 4, no. 1 (2024), <https://attractivejournal.com/index.php/bce/>.

³⁵ Rosalia Alima Utami Rohaedi dan Elisatris Gultom, "Penegakan Hukum Pada Perjanjian Wilayah Menurut Undang-Undang Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat," *Binamulia Hukum* 13, no. 1 (2024): 25–33, <https://doi.org/10.37893/jbh.v13i1.659>.

atau manufaktur yang sama. Dengan demikian, hambatan *intrabrand* muncul ketika produsen membatasi akses penjualan bagi distributor atau pengecer. Kompetisi *intrabrand* dapat mencakup aspek harga maupun non-harga. Sebagai ilustrasi, ponsel pintar dengan merek *Iphone* dapat dijual dengan harga lebih rendah di toko diskon atau toko khusus dibandingkan di toko serba ada, meskipun toko serba ada menyediakan fasilitas layanan tambahan. Fasilitas layanan ini merupakan contoh dari persaingan non-harga dalam *intrabrand*. Beberapa produsen berupaya menjaga keseragaman harga ritel produk mereka dan mencegah persaingan harga *intrabrand* melalui kebijakan seperti penetapan harga jual kembali. Langkah ini bertujuan untuk mendorong persaingan non-harga *intrabrand* jika hal tersebut dapat meningkatkan penjualan produk mereka.³⁶

5. Tata Cara Penegakan Hukum Persaingan Usaha

Penegakan hukum persaingan usaha (*law enforcement of competition policy*) bukan sekadar proses litigasi semata. Ia merupakan suatu mekanisme sistematis yang bertujuan untuk menciptakan dan memelihara iklim usaha yang kondusif dengan mencegah distorsi pasar. Distorsi ini dapat berupa konsentrasi kekuatan ekonomi yang berlebihan pada satu atau beberapa pelaku usaha (monopoli atau oligopoli) maupun perilaku anti-

³⁶ Siti Anisah, "Jabatan Rangkap Dalam Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Dan Amerika Serikat," *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum* 30, no. 1 (2023): 49–69, <https://doi.org/10.20885/iustum.vol30.iss1.art3>.

persaingan (*anticompetitive conduct*) yang merugikan konsumen dan pelaku usaha lain. Penegakan hukum ini bersifat *corrective* (mengoreksi) dan *deterrent* (mencegah pelanggaran di masa depan).³⁷

Di Indonesia, lembaga sentral yang diberi mandat untuk menegakkan Undang-Undang No. 5 tahun 1999 adalah Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). KPPU berfungsi sebagai lembaga independen yang bersifat *quasi-judicial*, artinya memiliki kewenangan seperti pengadilan (seperti memeriksa, mengadili, dan memutus perkara persaingan usaha) tetapi berada di luar struktur kekuasaan kehakiman formal.

Tata cara penegakan hukum oleh KPPU dapat dianalisis melalui beberapa tahapan yang berurutan dan saling terkait. Berikut adalah tahapan-tahapannya:

a. Tahap Awal (Sumber Pemeriksaan)

Pemeriksaan suatu dugaan pelanggaran dapat dimulai dari tiga sumber:

- 1) Laporan Pihak Ketiga: Pihak yang dirugikan, seperti konsumen, pesaing, atau asosiasi usaha, dapat mengajukan laporan tertulis kepada KPPU. Ini adalah sumber paling umum.
- 2) Laporan dari Pelaku Usaha itu Sendiri (Notifikasi): Untuk kegiatan tertentu yang berpotensi menimbulkan dampak anti-persaingan, seperti Penggabungan, Peleburan, atau

³⁷ Asmah Asmah, "Comparative Analysis of Competition Authority Decisions Based on Mergers and Acquisitions in the Philippines, Malaysia, and Indonesia," *Journal of Progressive Law and Legal Studies* 1, no. 02 (2023): 97–114, <https://doi.org/10.59653/jplls.v1i02.85>.

Pengambilalihan (Merger & Acquisition) yang melebihi ambang batas tertentu, pelaku usaha wajib memberitahukan rencananya kepada KPPU. Ini merupakan bentuk penegakan hukum *ex-ante* (pencegahan).

3) Kajian KPPU atas Inisiatif Sendiri: KPPU dapat memulai pemeriksaan berdasarkan kajian atau penelitian terhadap suatu sektor industri tertentu yang diduga rawan praktik monopoli.³⁸

b. Tahap Pemeriksaan Pendahuluan

Tujuan tahap ini adalah untuk menilai apakah suatu laporan atau temuan memiliki dasar hukum yang cukup untuk dilanjutkan ke tahap pemeriksaan lanjutan. KPPU akan memverifikasi kelengkapan dan kejelasan laporan yang telah diajukan. Apabila dianggap kurang bukti, KPPU dapat memberikan rekomendasi kepada pelapor untuk melengkapinya. Jika materi laporan dinilai tidak masuk dalam lingkup UU No. 5/1999, KPPU dapat mengeluarkan surat pernyataan tidak melanjutkan pemeriksaan. Selain itu, laporan ini juga memiliki batas waktu, pemeriksaan pendahuluan ini harus diselesaikan dalam waktu 30 (tiga puluh) hari kerja.

c. Tahap Pemeriksaan Lanjutan

Jika ditemukan cukup bukti awal, KPPU akan membentuk Majelis Komisi untuk memulai pemeriksaan lanjutan. Tahap ini

³⁸ Fitri Arianti Saputri, "Regulation and Sanctions Against Unfair Business Competition : Challenges in Law Enforcement," *JHK : Jurnal Hukum dan Keadilan* 2, no. 3 (2025): 28–43.

bersifat sangat investigatif dan krusial. KPPU memiliki Hak atas investigasi di mana majelis komisi berwenang untuk:

- 1) Memanggil dan memeriksa para pihak yang terlibat (pelapor, terlapor, saksi, ahli).
- 2) Meminta keterangan dari instansi pemerintah terkait.
- 3) Memerintahkan pelaku usaha untuk menghentikan kegiatan yang diduga melanggar hukum.
- 4) Melakukan Penggeledahan dan menyita dokumen sebagai alat bukti (dengan izin pengadilan).

Asas Audi et Alteram Partem yaitu asas hukum dengan arti "dengarkan kedua belah pihak" diterapkan secara ketat dalam tahapan ini. Terlapor berhak untuk mengetahui materi pemeriksaan, hadir dalam pemeriksaan, dan membela diri. Batas waktu pemeriksaan lanjutan harus diselesaikan dalam waktu 60 (enam puluh) hari kerja, yang dapat diperpanjang sekali maksimal 30 hari.³⁹

d. Tahap Pembuatan Putusan

Setelah pemeriksaan dinyatakan selesai, Majelis Komisi akan menyusun putusan di mana putusan tersebut diambil dalam suatu Rapat Permusyawaratan yang bersifat tertutup. Putusan harus didasarkan pada alat bukti yang sah sesuai UU, yaitu: keterangan

³⁹ Dwi Natalia Martama Hutabarat, Martono Anggusti, dan Jinner Sidauruk, "The Urgency of Law Enforcement Regarding The Existence of Subsidiaries as a Form of Avoidance of Laws Prohibiting Monopoly Practices and Unfair Business Competition," *Journal of Law, Politic and Humanities* 5, no. 3 (2025): 1398–1406, <https://doi.org/10.38035/jlph.v5i3.1314>.

saksi, keterangan ahli, surat/dokumen, petunjuk, dan keterangan terlapor. Putusan diucapkan dalam sidang terbuka untuk umum.

Putusan dapat berupa:

- 1) Menyatakan terlapor melanggar hukum dan memerintahkan terlapor untuk menghentikan praktik tersebut dan/atau membayar denda.
- 2) Menyatakan Terlapor Tidak Melanggar Hukum.

e. Tahap Pasca-Putusan (Eksekusi dan Upaya Hukum)

1) Eksekusi

Putusan KPPU bersifat final and binding, artinya langsung dapat dieksekusi setelah jangka waktu 30 hari sejak putusan diucapkan. Jika terlapor tidak melaksanakan putusan, KPPU dapat memohon eksekusi ke Pengadilan Negeri.

2) Upaya Hukum (*Legal Remedies*)

Terlapor yang tidak menerima putusan KPPU dapat mengajukan Gugatan Pembatalan ke Pengadilan Negeri dalam waktu 14 hari setelah putusan diucapkan. Ini bukan banding, tetapi uji materi terhadap proses dan substansi putusan KPPU. Putusan Pengadilan Negeri dapat diajukan banding ke Pengadilan Tinggi, dan kasasi ke Mahkamah Agung.⁴⁰

B. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

⁴⁰ Rai Mantili, Hazar Kusmayanti, dan Anita Afriana, "Problematika Penegakan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia dalam Rangka Menciptakan Kepastian Hukum," *PADJADJARAN Jurnal Ilmu Hukum (Journal of Law)* 3, no. 1 (2016): 116–32, <https://doi.org/10.22304/pjih.v3n1.a7>.

1. Pengertian dan Kemudahan untuk Berusaha bagi UMKM

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yang merujuk pada kelompok usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria tertentu berdasarkan kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. Di Indonesia, pengelompokan UMKM secara resmi diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM memegang peranan yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB nasional, 97% terhadap penyerapan tenaga kerja, dan mencakup lebih dari 99% dari total unit usaha di Indonesia. UMKM juga memainkan peran penting dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal, pemerataan pendapatan, serta pengembangan daerah-daerah yang belum tersentuh industri besar.⁴¹

Kriteria UMKM menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dibagi sebagai berikut:

a. Usaha Mikro

Merupakan usaha dengan kekayaan bersih maksimal Rp50 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) serta hasil penjualan tahunan maksimal Rp300 juta.

b. Usaha Kecil

⁴¹ Anggraeni Sari Gunawan et al., “Perkembangan Perlindungan Hukum Bagi Umkm Setelah Pemberlakuan Undang-Undang Cipta Kerja Sebagai Sarana Peningkatan Ekonomi,” *Prosiding Serina* 1, no. 1 (2021): 2053–62, <https://doi.org/10.24912/pserina.v1i1.18081>.

Merupakan usaha dengan kekayaan bersih lebih dari Rp50 juta sampai Rp500 juta serta hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300 juta sampai Rp2,5 miliar.

c. Usaha Menengah

Merupakan usaha dengan kekayaan bersih lebih dari Rp500 juta sampai Rp10 miliar serta hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2,5 miliar sampai Rp50 miliar.

Dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif, pemerintah Indonesia telah mengeluarkan berbagai kebijakan dan regulasi untuk memberikan kemudahan bagi UMKM dalam memulai, menjalankan, dan mengembangkan usahanya. Beberapa bentuk kemudahan berusaha bagi UMKM antara lain:

a. Kemudahan Perizinan Berusaha

Salah satu reformasi besar dilakukan melalui sistem *Online Single Submission* (OSS), yang memungkinkan pelaku usaha untuk mengurus perizinan secara *online* dan terintegrasi. UMKM cukup memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai legalitas usaha yang sekaligus berfungsi sebagai Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Angka Pengenal Impor (API), dan akses kepabeanan. Proses ini tidak dikenakan biaya (gratis) dan prosesnya cepat, hanya dengan data dasar seperti NIK dan alamat usaha. Sistem OSS memberikan kepastian hukum dan mendorong formalitas usaha.⁴²

b. Dukungan Pembiayaan dan Kredit

⁴² Erni Erni dan Febri Jaya, "Efektifitas Perizinan Berusaha Berbasis Risiko dalam Rangka Kemudahan Berusaha," *Wajah Hukum* 6, no. 2 (2022): 248, <https://doi.org/10.33087/wjh.v6i2.927>.

Untuk mengatasi keterbatasan modal, pemerintah menyediakan berbagai akses pembiayaan, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) yaitu kredit bersubsidi bunga dari pemerintah dengan plafon sampai Rp500 juta, suku bunga rendah (sekitar 3% per tahun), dan tanpa agunan untuk nominal kecil. Selanjutnya adalah Program Ultra Mikro (UMi) yaitu pembiayaan mikro bagi pelaku usaha informal, biasanya melalui koperasi, BUMN, atau lembaga keuangan bukan bank

c. Kemudahan Akses Pasar dan Digitalisasi

Pemerintah mendukung UMKM untuk masuk ke pasar digital melalui Program Bangga Buatan Indonesia (BBI) untuk mendorong konsumen nasional membeli produk lokal, pelatihan dan inkubasi digital bersama platform *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dll, serta *marketplace* UMKM seperti PaDi UMKM (untuk belanja BUMN dari UMKM), serta fitur UMKM di e-Katalog LKPP agar bisa menjadi vendor pengadaan barang dan jasa pemerintah.⁴³

d. Pendampingan dan Pelatihan

Melalui berbagai kementerian dan lembaga, pelaku UMKM dapat mengikuti pelatihan keterampilan dan manajemen usaha seperti:

⁴³ Mohamad Mulky dan Miftakhul Huda, "Implikasi Hukum Bagi Umkm Pasca Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang- Undang (Perpu) Tentang Cipta Kerja Sebagai Undang-Undang," *Jurnal HUKUM BISNIS Universitas Narotama* 1945, no. 1 (2024): 1337–49.

- i. Pelatihan kewirausahaan, branding, digital marketing, pembukuan, sertifikasi halal, dan lainnya.
- ii. Inkubator bisnis oleh kampus, LSM, maupun pemerintah.
- iii. Penyediaan konsultan dan pendamping UMKM melalui Dinas Koperasi dan UKM daerah.

e. Keringanan Pajak

UMKM mendapat insentif fiskal berupa tarif PPh Final sebesar 0,5% dari omzet per tahun bagi usaha dengan omzet \leq Rp4,8 miliar (berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 23 Tahun 2018). Selain itu juga tersedia kemudahan pelaporan pajak *online* melalui sistem *e-filing* dan *e-form* DJP *Online*.⁴⁴

2. Bentuk-Bentuk Kerjasama Kemitraan bagi UMKM

Kerjasama kemitraan UMKM adalah hubungan usaha yang dilakukan antara pelaku UMKM dengan usaha menengah atau besar, pemerintah, lembaga keuangan, perguruan tinggi, dan/atau pihak lainnya dalam rangka meningkatkan kapasitas, daya saing, akses pasar, dan keberlanjutan usaha UMKM. Kemitraan ini bersifat saling menguntungkan, setara, dan memperhatikan prinsip saling membutuhkan untuk tumbuh bersama. Kemitraan adalah strategi penting bagi UMKM untuk tumbuh dan naik kelas. Berbagai bentuk kemitraan seperti dengan usaha besar, pemerintah,

⁴⁴ Ferdila Khalid, Ita Mustika, dan Khadijah Khadijah, "Analisis Implementasi Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan Pada Umkm Di Kota Batam," *Realible Accounting Journal* 3, no. 1 (2023): 36–43, <https://doi.org/10.36352/raj.v3i1.600>.

e-commerce, lembaga keuangan, atau sesama UMKM, membuka peluang akses pasar, pembiayaan, dan peningkatan kualitas usaha. Pemerintah dan berbagai pemangku kepentingan terus mendorong kolaborasi ini agar UMKM Indonesia menjadi lebih kuat dan berdaya saing global.

Berikut adalah bentuk-bentuk kerjasama kemitraan bagi UMKM:

a. Kemitraan Usaha Besar dengan UMKM

Usaha besar (korporasi) menjalin kerja sama dengan UMKM untuk membina, membimbing, atau bahkan menggunakan produk dan jasa mereka. Sebagai contoh adalah Program kemitraan binaan BUMN (PKBL) dimana BUMN membantu UMKM dalam hal pembinaan dan pembiayaan. Contoh lain adalah kemitraan pasok dimana UMKM menjadi pemasok atau produsen komponen/barang untuk perusahaan besar, seperti dalam industri makanan, ritel, atau otomotif.⁴⁵

b. Kemitraan dengan Pemerintah

Pemerintah menyediakan fasilitas dan akses dalam bentuk program pengadaan barang dan jasa pemerintah melalui UMKM,

c. Kemitraan dengan Perbankan dan Lembaga Keuangan

Bank, koperasi, dan fintech dapat bermitra dengan UMKM dalam hal Kredit mikro dan pembiayaan modal kerja, Layanan perbankan digital dan sistem pembayaran, dan Asuransi mikro dan manajemen risiko.

⁴⁵ S.H.S. Ulil Albab, Erdha Widayanto, dan Kevin B Sibarani, "Pengawasan Pelaksanaan Kemitraan UMKM dan Usaha Besar: Perbandingan Pengaturan di Indonesia dan Malaysia," *Jurnal Persaingan Usaha* 3, no. 1 (2023): 74–86, <https://doi.org/10.55869/kppu.v3i1.98>.

d. Kemitraan Rantai Nilai (Value Chain Partnership)

UMKM terlibat dalam rantai produksi atau distribusi dari sebuah industri atau perusahaan seperti UMKM pengrajin kemasan makanan bermitra dengan pabrik makanan besar dan UMKM petani kopi bermitra dengan perusahaan eksportir kopi.

e. Kemitraan dengan *E-Commerce* dan Platform Digital

Platform digital sebagai mitra dapat menawarkan diri untuk menyediakan sarana agar UMKM dapat menjual produk secara online. Kedua pihak dapat diuntungkan dengan produk yang ditawarkan lebih menjangkau lebih luas terhadap calon pembeli dengan media dengan biaya administratif yang disepakati.⁴⁶

f. Kemitraan Antar UMKM (Horizontal Partnership)

UMKM bisa membentuk kerja sama antar sesama pelaku usaha kecil untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi.

g. Kemitraan Waralaba (Franchise)

UMKM dapat mengembangkan usaha melalui sistem waralaba, baik sebagai penerima waralaba (*franchisee*) dengan membeli lisensi dan menjalankan bisnis dari pemilik merek dan juga dapat berperan sebagai pemberi waralaba (*franchisor*): Menyebarkan model usaha UMKM sendiri kepada mitra lain.

3. Asas-asas Hukum Kontrak untuk Melindungi Kerjasama Kemitraan bagi

UMKM

⁴⁶ Debby Kusuma Andani dan Didiek Wahyu Indarta, "Pengawasan Hukum Platform E-Commerce Tiktok dan UMKM oleh KPPU Berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999," *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam* 5, no. 2 (2023): 2393–2408, <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v5i2.4003>.

a. Asas Konsensualisme

Persetujuan atau kesepakatan sebagai tanda terbentuknya perjanjian dalam pelaksanaan kemitraan ditentukan berdasarkan teori yang menjelaskan proses terjadinya persetujuan dalam perjanjian, yaitu teori tawar-menawar. Teori ini menyatakan bahwa perjanjian dianggap sah dan mengikat jika melalui dua tahap, yakni tahap penawaran dan tahap penerimaan yang dilakukan secara timbal balik. Artinya, penawaran yang diajukan oleh salah satu pihak akan direspons dengan penawaran dari pihak lain, dan proses ini berlaku pula untuk tahap penerimaan.⁴⁷ Asas konsensualitas merupakan perwujudan dari sistem terbuka yang dianut oleh Buku III KUHPerdara. Dengan adanya sistem terbuka ini, hukum perjanjian memberikan kebebasan kepada para pihak untuk menyusun perjanjian sesuai keinginan mereka, yang akan mengikat layaknya undang-undang, selama kesepakatan dapat dicapai di antara para pihak. Bahkan, kesepakatan yang dibuat secara lisan sudah dianggap mengikat bagi pihak-pihak yang terlibat. Karena ketentuan umum mengenai kesepakatan lisan diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara, maka pasal tersebut dianggap sebagai landasan dari asas konsensualitas dalam hukum perjanjian.⁴⁸

⁴⁷ Dwi Yusri Rahmatillah dan Sri Ratna Suminar, "Asas Konsensualisme dalam Perjanjian Asuransi melalui Telemarketing oleh Bancassurance serta Akibat Hukumnya," *Jurnal Riset Ilmu Hukum*, 2022, 29–34, <https://doi.org/10.29313/jrih.v2i1.954>.

⁴⁸ R Gumanti, "Kajian Filsafat Ilmu Asas Kebebasan Berkontrak Pada Pelaksanaan Standart Contract Pada Kontrak-Kontrak Perdata Di Indonesia," *Jurnal Al Himayah* 6, no. 2 (2022): 95–124.

b. Asas Proporsionalitas

Asas proporsionalitas, yang dikenal dengan istilah "equitability contract", mengandung unsur keadilan (justice) dan kewajaran (fairness). Istilah *equitability* mencerminkan hubungan yang seimbang, setara, tidak memihak, dan adil, sehingga kontrak tersebut pada dasarnya dilaksanakan secara proporsional dan wajar. Hal ini sesuai dengan asas aequitas praestasionis, yang menuntut adanya keseimbangan dalam pemenuhan kewajiban, serta ajaran *justum pretium*, yaitu kesesuaian nilai menurut hukum. Meskipun kesetaraan sempurna antara para pihak jarang tercapai, asas ini menegaskan bahwa ketidakseimbangan yang ada tidak boleh dimanfaatkan oleh pihak yang lebih dominan untuk menekan atau memaksakan kehendak secara tidak pantas terhadap pihak lain. Dalam konteks inilah asas proporsionalitas menekankan pentingnya hubungan yang wajar dan seimbang, atau *equitability*.⁴⁹ Keadilan dalam berkontrak diwujudkan melalui dua pendekatan utama. Pendekatan pertama adalah pendekatan prosedural, yang menitikberatkan pada kebebasan kehendak dalam proses pembuatan kontrak. Pendekatan kedua adalah pendekatan substantif, yang berfokus pada kandungan atau substansi kontrak serta pelaksanaannya. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa asas proporsionalitas berarti "prinsip yang mendasari pertukaran hak dan kewajiban para pihak sesuai dengan porsi atau kebutuhan

⁴⁹ I Made Bangbang Agus Sindu, I Nyoman Putu Budiarta, dan I Gusti Agung Ayu Gita Pritayanti Dinar, "Azas Proporsionalitas Dalam Kontrak Bisnis Franchise," *Jurnal Preferensi Hukum* 3, no. 3 (2022): 599–607, <https://doi.org/10.55637/jph.3.3.5575.599-607>.

masing-masing dalam seluruh kegiatan kontraktual." Asas ini mengutamakan keseimbangan dalam pembagian hak dan kewajiban yang diwujudkan melalui proses hubungan yang mengikat, baik pada tahap prakontraktual, pembentukan kontrak, maupun pelaksanaannya. Prinsip keseimbangan ini sangat berorientasi pada hubungan dan kepentingan para pihak, dengan tujuan menciptakan hubungan yang kondusif dan adil.⁵⁰

4. Pembinaan dan Pengawasan Kemitraan oleh KPPU

Pengawasan yang dilakukan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) terhadap pelaksanaan kemitraan diatur oleh Pasal 119 dalam PP No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi serta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Sebelumnya, KPPU telah memiliki landasan hukum melalui Peraturan Komisi Nomor 2 Tahun 2024 mengenai Tata Cara Pengawasan dan Penanganan Perkara Kemitraan. Berdasarkan tugas dan wewenangnya sebagaimana diatur dalam UU No. 20 Tahun 2008 serta peraturan pelaksanaannya, termasuk PP No. 17 Tahun 2013 yang telah diperbarui dengan PP No. 7 Tahun 2021, KPPU berhak melakukan pengawasan, menerima laporan, mengambil inisiatif, serta menegakkan hukum terhadap perusahaan.⁵¹

⁵⁰ Deny Slamet Pribadi, "Penerapan Asas Proporsionalitas/Berimbang Dalam Perjanjian Kemitraan," *Yuriska: Jurnal Ilmiah Hukum* 10, no. 1 (2018): 29–33, <https://doi.org/10.24903/yrs.v10i1.265>.

⁵¹ Oka Halilintarsyah, "Ojek Online, Pekerja atau Mitra?," *Jurnal Persaingan Usaha* 2, no. September (2021): 64–74, <https://doi.org/10.55869/kppu.v2i.24>.

BAB III

INDIKASI PRAKTIK MONOPOLI DALAM KEMITRAAN PT.

EIGERINDO MPI DENGAN AUTHORIZED RETAILER

A. Konstruksi Hukum Hubungan antara PT. Eigerindo MPI dengan para *Authorized Retailer*-nya

1. Perdagangan Eceran

Perdagangan eceran adalah kegiatan penjualan barang kepada konsumen akhir untuk keperluan pribadi, rumah tangga, atau bukan untuk dijual kembali. Artinya, perdagangan eceran berfungsi sebagai tahap terakhir dalam rantai distribusi barang dari produsen ke konsumen. Tidak lagi relevan untuk menganggap pengecer sebagai distributor barang konsumen yang pada dasarnya bersaing.

Dalam perkembangannya telah muncul dari perubahan dalam kebiasaan belanja konsumen, penerapan teknologi komputer yang lebih besar dalam ritel, dan kemampuan pemasaran yang meningkat dari pengecer multi-produk berskala besar. Di setidaknya tujuh negara, lima pengecer teratas kini menyumbang lebih dari 60% dari total penjualan ritel. Adapun barang label pribadi, meskipun ada variasi yang cukup besar di berbagai negara dan sektor, hal ini jelas bertumbuh dalam pentingnya. Dalam sektor gabungan makanan, rumah tangga, dan pakaian, pangsa pasar (dalam nilai) yang diakui oleh label pribadi mendekati 40% di beberapa negara dan tampaknya sedang meningkat di sebagian besar negara. Alih-alih tetap menjadi saluran sederhana yang melayani pemasok hulu, pengecer multi-

produk besar ("pengecer") semakin menjadi pesaing serius bagi para pemasok tersebut.⁵²

Kemungkinan bahwa pemanfaatan daya beli akan menghasilkan diskriminasi yang persisten (yaitu perbedaan perlakuan yang tidak dibenarkan oleh biaya) di antara pembeli ritel. Itu pada gilirannya dapat mengisolasi pengecer yang lebih besar (yaitu yang paling mungkin memiliki kekuatan beli terbesar) dari tekanan oleh pesaing yang lebih kecil dan lebih efisien. Ini sangat mungkin menyebabkan masalah bagi persaingan ketika pengecer yang kuat secara langsung campur tangan dalam hubungan antara pemasok dan pengecer pesaing.⁵³

Dalam lingkup peraturan perundang-undangan di Indonesia, perdagangan eceran dapat ditemukan dalam ruang lingkup pola perantara baik secara langsung ataupun tidak langsung. Dalam praktiknya, perdagangan eceran secara putus tidak dapat dikategorikan sebagai perjanjian waralaba karena tidak ada kewajiban pembayaran atas royalti kepada *principal* melainkan termasuk dalam pola tersendiri.

Dalam praktek, dapat ditemukan pemasaran barang atau jasa penjualan kepada konsumen dilakukan sebagai berikut:

a. Produsen dan perantara (pedagang eceran)

Tidak dapat diragukan bahwa dengan kemajuan digital yang pesat di zaman modern ini, produsen secara cermat atau bahkan nekat justru

⁵² Jeffriansyah Dwi Sahputra Amory, Muhtar Mudo, dan Rhena J, "Transformasi Ekonomi Digital dan Evolusi Pola Konsumsi: Tinjauan Literatur tentang Perubahan Perilaku Belanja di Era Internet," *Jurnal Minfo Polgan* 14, no. 1 (2025): 28–37, <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14608>.

⁵³ Competition Committee, "Buying Power of Multiproduct Retailers : Key findings, summary and notes," *OECD Roundtables on Competition Policy Papers*, vol. 1 (Paris, 1998), <https://doi.org/https://doi.org/10.1787/3de06027-en>.

memasarkan produknya langsung kepada konsumen akhir. Fitur digital yang produsen buat untuk menjaring konsumen tingkat akhir pada kondisi tertentu meningkatkan performa penjualan yang mereka miliki. Tentu juga fakta lain yang tak kalah menariknya adalah beberapa perusahaan manufaktur otomotif eropa melakukan hal sebaliknya, mereka tetap menggunakan cara lama dengan merekrut mitra atau agen sebagai perantara untuk menjaring konsumen tingkat akhir. Hasil observasi tersebut menyatakan bahwa perantara (sebagai pengecer) tersebut lebih akurat dalam memahami dan meningkatkan penjualan produk produsen tersebut.⁵⁴

Hal tersebut terjadi tidak lain dan tidak bukan adalah sumber daya yang dimiliki oleh produsen terlampau kompleks untuk menangani dinamika retail produk yang tidak dapat ditangani dengan paruh waktu atau menggunakan skema target bulanan. Dinamika eceran tersebut membutuhkan penuh waktu dalam menanganinya karena *dealer* harus memahami betul apa yang diinginkan oleh konsumen akhir sesuai dengan iklim pendistribusian produk tersebut.⁵⁵

b. Perdagangan Eceran, Distribusi, dan Prinsipal

Pengertian perdagangan tidak ditemukan secara spesifik dalam peraturan yang berlaku saat ini. Namun peraturan yang ada lebih mengerucut pada subjek yang melakukan yaitu pengecer. Menurut

⁵⁴ Sefi Rahmawati et al., “Systematic Literature Review: Pengaruh Strategi Pemasaran Digital terhadap Perilaku Konsumen dan Kinerja Bisnis,” *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis* 5, no. 1 (2025): 261–68, <https://doi.org/10.55606/jaemb.v5i1.6051>.

⁵⁵ Lenti Susana Saragih et al., “Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kontribusi Ekspor UMKM di Era 4.0,” *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi* 1, no. 3 (2024): 63–72, <https://doi.org/10.61132/jusbit.v1i3.174>.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 22 Tahun 2012 tentang Ketentuan Umum Distribusi Barang menyebutkan bahwa pengecer merupakan pelaku usaha di bidang distribusi yang menjalankan kegiatan utama berupa penjualan barang secara langsung kepada konsumen. Pedagang eceran selaku distributor mendapatkan barang dari prinsipal dengan skema perjanjian jual beli.

Dengan adanya perjanjian tersebut, prinsipal sebagai pemilik pertama menunjuk distributor untuk memasarkan barangnya langsung kepada konsumen di wilayah tertentu dengan catatan tidak boleh memasarkannya untuk pedagang lain guna dijual kembali. Secara hukum, barang yang dijual oleh pedagang eceran (distributor) adalah barangnya sendiri karena ia membelinya dari prinsipal dengan syarat hanya boleh menjualnya di wilayah yang ditentukan bersama melalui perjanjian dengan keuntungan yang didapat dari margin harga.⁵⁶

Beberapa karakteristik hubungan antara distributor dengan prinsipal:

- 1) Karena distributor mendapatkan barang dan menjualnya kembali sebagai penjual yang bergerak atas nama sendiri, maka ia berjalan seperti *reseller* di wilayah yang ditentukan dalam perjanjian namun bukan berarti semata-mata distributor tersebut yang menguasai pasar di wilayah tersebut. Terdapat dua skema terkait pembagian wilayah ini yaitu eksklusif dan non eksklusif. Secara eksklusif, distributor yang ditunjuklah pemain tunggal dalam suatu wilayah sedangkan

⁵⁶ Ridwan Khairandy, *Pokok-Pokok Hukum Dagang Indonesia*, 1 ed. (Yogyakarta: FH UII Press, 2013).

secara non eksklusif, prinsipal dapat menjual juga di wilayah yang sama atau dengan wewenangnya dapat menunjuk distributor lain tergantung keadaan pasar di wilayah tersebut.

- 2) Hubungan yang terjalin dalam perjanjian antara distributor dengan prinsipal tidak berjalan sementara namun sesuai dengan kesepakatan yang disetujui dalam perjanjian penunjukan.
- 3) Karena hubungan ini adalah hubungan yang intens, maka dalam menjaganya membutuhkan komitmen kuat masing-masing pihak untuk menjalankan apa yang telah disetujui dalam perjanjian penunjukan.

Perlakuan terhadap pedagang eceran di Indonesia selaku salah satu rantai dari pola distribusi kerap digambarkan seperti pola hubungan keagenan yang pada kenyataannya dua pola tersebut sama sekali berbeda. Budi Santoso dalam bukunya menggambarkan berbagai perbedaannya sebagai berikut:

- 1) Distributor bertindak atas dan untuk diri sendiri sedangkan agen bertindak atas nama prinsipal.
- 2) Dikarenakan perbedaan tanggung jawab tersebut, maka berbeda pula pertanggungjawaban terhadap pihak ketiga. Distributor bertanggungjawab atas dirinya sendiri sedangkan prinsipal bertanggungjawab atas tindakan agennya
- 3) Distributor tidak memiliki segi hierarkis terhadap apa yang ia lakukan sedangkan agen diawasi dan dikontrol oleh prinsipal karena pada dasarnya prinsipal memiliki wewenang tersebut

- 4) Karena distributor melakukan transaksi jual beli dengan prinsipal, maka hak milik barang sepenuhnya adalah milik distributor, sedangkan agen hanya menerima titipan barang dari prinsipal.
 - 5) Distributor memiliki wewenang yang lebih luas terhadap barang yang dimiliki dari prinsipal untuk dijual atau disewakan sedangkan agen tidak memiliki wewenang untuk melakukan hal-hal tersebut kecuali atas arahan prinsipal
 - 6) Inti pendapatan yang diperoleh distributor berdasarkan laba jual (selisih harga beli dan harga jual) sedangkan pendapatan agen berasal dari komisi yang diberikan prinsipal.⁵⁷
- c. Perdagangan Eceran dalam Peraturan Perundang-Undangan
- 1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Undang-Undang ini secara umum berfungsi sebagai jaminan atas lancarnya distribusi, peningkatan efisiensi dan efektivitas Distribusi. Pemerintah berdasarkan wewenangnya membuat aturan mengenai upaya membina, menata dan mengembangkan UMKM berdasarkan prinsip keadilan ekonomi guna memberikan kepastian dalam berusaha dan hubungan yang seimbang antara pengecer dan pemasok (Pasal 14 ayat 1). Pasal 7 menjelaskan bahwa perusahaan dapat melaksanakan pola distribusi langsung berkaitan dengan margin (menggunakan *single/multilevel*) atau distribusi tidak langsung berkaitan dengan komisi (menggunakan pola waralaba). Selanjutnya dalam Pasal 8 dijelaskan bahwa distribusi eksklusif hanya dapat dipasarkan oleh penjual resmi dan telah mendaftar

⁵⁷ Budi Santoso, *Keganan(Agency) : Prinsip-Prinsip Dasar, Teori, dan Problematika Hukum*, 1 ed. (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2015). Hlm. 111

sebagai anggota perusahaan dengan sistem penjualan langsung. Pasal 100 menjelaskan tentang pengawasan terhadap kegiatan distribusi oleh pengawas perdagangan yang ditunjuk oleh Menteri Perdagangan namun diubah dalam Undang-Undang Nomor 6 tahun 2023 menjadi ditunjuk oleh Pemerintah Pusat.

- 2) Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Cipta Kerja. Dalam kaitannya dengan distribusi perdagangan eceran, Undang-Undang ini mengubah ketentuan Pasal 100 terkait wewenang Pemerintah Pusat dalam menunjuk pengawas. Ketentuan dalam Pasal 102 berkaitan dengan pengawasan barang yang sebelumnya diatur secara rinci dalam peraturan menteri menjadi diatur dalam Peraturan Pemerintah.
- 3) Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan. Ruang lingkup yang memiliki kaitan dengan perdagangan eceran dalam Peraturan ini terdapat pada Pasal 2 huruf c terkait distribusi barang dan huruf h terdapat pengaturan terhadap pengawasan kegiatan perdagangan. Pasal 33 ayat (1) tertulis bahwa bentuk distribusi secara tidak langsung dilakukan dengan 3 rantai distribusi yaitu distributor dan jaringannya, agen dan jaringannya, dan waralaba. Pengecer pada Pasal 33 ayat (2) termasuk dalam jaringan distributor dan ayat (3) menyebut pengecer juga termasuk dalam jaringan agen. Pasal 34 menjelaskan bahwa kegiatan distribusi tidak langsung dibuktikan dengan perikatan yang dapat dibuktikan berupa perjanjian, penunjukan dan/atau bukti transaksi tertulis. Pasal 42 menjelaskan distribusi langsung secara *single level* dan *multi level*.

Kedua cara tersebut menyebutkan bonus atau komisi yang didapatkan berdasarkan hasil penjualan barang kepada konsumen. Pasal 43 menjelaskan adanya hak distribusi eksklusif, program pemasaran, kode etik, perekrutan penjual langsung melalui sistem jaringan yang harus dipenuhi Perusahaan. Dalam ayat 3 terkait kode etik disebutkan bahwa Perusahaan harus memenuhi masa berlaku keanggotaan penjual langsung. Pasal 44 dan 45 membahas tentang teknis hak distribusi eksklusif yang didapatkan melalui kontrak atau kepemilikan merek dagang dan ketentuan dalam Pasal 45 menyebutkan bahwa pemilik merek tidak dapat menunjuk perusahaan baru sebelum perkara dengan perusahaan sebelumnya selesai. Pasal 48 memuat tentang kewajiban Perusahaan terhadap penjual langsung seperti pemberian bantuan teknis penjualan, kepastian kegiatan yang sesuai dengan ketentuan, memberi komisi atau bonus sesuai kontrak, penetapan harga produk, pelaksanaan pelatihan dan pembinaan terhadap penjual langsung. Pasal 52 menjelaskan evaluasi Perusahaan berupa laporan tahunan kegiatan usaha oleh Menteri perdagangan. Pasal 55 ayat (1) menjelaskan bahwa produsen dilarang mendistribusikan barang secara langsung kepada konsumen dan pasal 156 dan seterusnya membahas tentang sanksi administratif.

- 4) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 66 Tahun 2019 dan Nomor 22 Tahun 2016 tentang Ketentuan Umum Distribusi Barang. Ketentuan distribusi langsung memuat kewajiban dalam pendistribusian oleh distributor, sub distributor, agen, sub agen. Sedangkan distribusi tidak

langsung dilakukan pelaku usaha berdasarkan perjanjian, penunjukan atau bukti transaksi tertulis. Ketentuan pengecer dalam rantai distribusi ini memiliki ketentuan sarana toko atau sarana penjualan lainnya dengan alamat tetap dan jelas, badan usaha baik berbadan hukum atau tidak serta memiliki izin perdagangan.

2. Perjanjian yang Mengakibatkan Adanya Hubungan Kerjasama

a. Perjanjian dan Perikatan

Membangun sebuah bisnis memerlukan sebuah konstruksi hubungan yang terjalin di dalamnya. Hubungan yang dimaksud meliputi manusia ataupun badan hukum sebagai subjek hukum yang menjadi aktor dalam dunia bisnis. Karena sejatinya manusia adalah makhluk sosial dan juga badan hukum juga terdiri dari organisasi yang diisi oleh manusia-manusia pula, maka sudah seharusnya bisnis yang dibangun juga memerlukan manusia ataupun pihak lain guna melancarkan tujuan dari usaha bisnis tersebut.

Kerja sama dalam bisnis adalah hal yang lumrah ditemukan dalam dunia usaha dengan kesepakatan penawaran dari satu pihak dan persetujuan oleh pihak lain. Bentuk kerja sama tersebut dituangkan dalam sebuah perjanjian yang wajib dipenuhi atau wajib untuk tidak dilakukan oleh masing-masing pihak. Untuk menjaga hak dan kewajiban masing-masing pihak dalam melakukan kerja sama, diperlukan janji yang mengikat seluruh pihak agar hubungan yang terjalin tetap konsisten dalam mewujudkan tujuan yang telah disepakati di awal. Janji yang dimaksud bukanlah lisan namun tertulis dan tulisan

dipegang oleh masing-masing pihak guna melaksanakan hak dan kewajibannya.⁵⁸

Perjanjian berasal dari kata ‘janji’ yang memiliki definisi sebuah pernyataan mengenai suatu keinginan yang akan terjadi atau tidak di masa mendatang. Janji dinyatakan oleh seseorang kepada seseorang yang lain dan terikat oleh janjinya sendiri yang dituangkan dalam sebuah perjanjian yang harus dilunasi atau dipenuhi karena sejatinya janji adalah hutang yang harus dibayar. Janji dengan perjanjian haruslah dibedakan. Perjanjian yang diawali dengan sepakat para pihak sesuai peraturan yang berlaku, dan sepakat tersebut memiliki akibat hukum terutama untuk saling memenuhi materi atau isi kesepakatan. Akibatnya, perjanjian apabila diingkari dapat menimbulkan akibat hukum dan tanggung jawab hukum dapat berupa disanksi.⁵⁹

Dalam konteks hukum *common law*, perjanjian juga disebut sebagai kontrak yaitu sebuah kesepakatan yang memiliki konsekuensi hukum di dalamnya. Sedangkan dalam hukum Indonesia, perjanjian atau kontrak dinyatakan sama di dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menyatakan bahwa perikatan timbul dari perjanjian atau kontrak.⁶⁰ Dapat disimpulkan bahwa perjanjian dalam konteks hukum mencakup unsur kesepakatan antara dua pihak atau lebih yang telah cakap hukum dan memiliki kewenangan bertindak, akan sesuatu hal

⁵⁸ Siti Mahmudah, “Tinjauan Yuridis terhadap Kerjasama dengan Sistem Franchise Pada Bisnis Ritel,” *Gema Keadilan* 6, no. 1 (2019): 86, <https://doi.org/10.14710/gk.6.1.86-98>.

⁵⁹ Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum*, 1 ed. (Yogyakarta: Liberty, 1999).

⁶⁰ Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia Dalam Perspektif Perbandingan*, 1 ed. (Yogyakarta: FH UII Press, 2013).

tertentu sesuai dengan peraturan yang berlaku, dan akibatnya adalah menimbulkan akibat hukum.

Perikatan adalah istilah yang khas dari negara-negara yang menganut sistem *civil law* dengan cakupan hukum kontrak atau perjanjian dan perbuatan melawan hukum. Perikatan berasal dari kata *Obligatio* atau *Verbintenis* dengan asal makna yaitu seseorang yang mengikatkan diri. Definisi lebih luas mengenai perikatan adalah hubungan yang memiliki dampak timbal-balik dengan ciri seseorang mempunyai hak pribadi untuk menuntut seseorang yang lain sebagai kewajiban yang harus terpenuhi.⁶¹ Di dalam KUHPerdota menjelaskan satu bab tersendiri mengenai perikatan. Di dalamnya mengatur mengenai perikatan yang timbul dari Undang-Undang maupun perikatan yang timbul karena sebuah perjanjian. Secara ringkas, perikatan mencakup unsur-unsur yaitu hubungan hukum, kekayaan, para pihak, prestasi.

Perjanjian dan perikatan memiliki hubungan yaitu perjanjian berperan menimbulkan perikatan di dalamnya. Dalam buku ketiga *Burgerlijk Wetboek* dijelaskan bahwa perikatan dapat timbul dari hubungan kontraktual maupun non kontraktual. Maka, dalam konsep perikatan yang timbul dari hubungan kontraktual, perjanjian merupakan sumber perikatan itu sendiri. Perjanjian yang dimaksud dapat meliputi perjanjian ataupun persetujuan yang tertulis.⁶²

⁶¹ Reinhard Zimmermann, *The Law of Obligations, Roman Foundation of The Civilian Tradition* (Oxford: Oxford University Press, 1996).

⁶² Rosa Agustina, *Hukum Perikatan (Law of Obligations)*, 1 ed. (Denpasar: Pustaka Larasan, 2012).

b. Syarat sahnya perjanjian

Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dijelaskan bahwa perjanjian dapat dikatakan sah jika memenuhi hal-hal berikut:

- 1) Sepakat di antara pihak yang saling mengikatkan dirinya pada perjanjian
- 2) Para pihak cakap dalam membuat suatu perjanjian
- 3) Perjanjian dibuat karena suatu hal tertentu (memiliki objek)
- 4) Adanya kausa hukum yang halal

c. Jenis-jenis perjanjian

Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dijelaskan bahwa perjanjian memiliki beberapa jenis yang meliputi:

- 1) Perjanjian Jual Beli
- 2) Perjanjian Tukar-Menukar
- 3) Perjanjian Sewa-Menyewa
- 4) Perjanjian untuk melakukan pekerjaan

Sedangkan di luar KUHPerdata juga terdapat jenis-jenis perjanjian lain yang meliputi:

- 1) Perjanjian Kredit
- 2) Perjanjian Baku
- 3) Perjanjian Pengadaan Barang
- 4) Perjanjian Kemitraan⁶³

Perjanjian baku adalah perjanjian yang isinya telah ditentukan sepihak oleh salah satu pihak dan diberikan secara *take-it-or-leave-it* kepada

⁶³ Hasim Purba, *Hukum Perikatan dan Perjanjian*, 1 ed. (Jakarta: Sinar Grafika, 2022).

pihak lain (konsumen/pihak lemah) tanpa ada ruang negosiasi isi perjanjian. Klausul-klausulnya sudah ditetapkan sebelumnya dan bersifat mengikat. Perjanjian jenis ini sering dijumpai dalam transaksi sehari-hari seperti pembelian tiket, kontrak langganan, pinjaman online, perjanjian kemitraan, atau asuransi.

d. Berakhirnya suatu perjanjian (*Civil dan Common Law*)

Segala sesuatu yang pernah dimulai tentunya juga akan berakhir, begitu pula perjanjian yang dilakukan dalam bisnis. Kontrak berakhir dikarenakan tujuan telah tercapai atau dua belah pihak telah sepakat untuk mengakhiri hubungan kontraktualnya. Berikut adalah faktor-faktor yang membuat hubungan kontraktual berakhir:

- 1) Tidak sahnya suatu kontrak
- 2) Pembatalan kontrak oleh salah satu pihak
- 3) Penghapusan suatu kontrak sebagaimana diatur dalam KUHPerdara
- 4) Terjadi Force Majeure

e. Akibat hukum perjanjian

Berdasarkan Pasal 34 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah menyatakan:

- “(1) Perjanjian kemitraan dituangkan dalam perjanjian tertulis yang sekurang-kurangnya mengatur kegiatan usaha, hak dan kewajiban masing-masing pihak, bentuk pengembangan, jangka waktu, dan penyelesaian perselisihan.
- (2) Perjanjian kemitraan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaporkan kepada pihak yang berwenang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (3) Perjanjian kemitraan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak boleh bertentangan dengan prinsip dasar kemandirian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah serta tidak menciptakan ketergantungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah terhadap Usaha Besar.”

Sebagai konsekuensi dari perjanjian yang terjalin di mana kedua belah pihak tidak menyebutkan kata mitra, maka tidak ada pertanggungjawaban hukum terhadap pelaksanaan Pasal 34 tersebut yang mana suatu perjanjian kemitraan seharusnya dilaporkan kepada institusi terkait supaya memudahkan bagi pihak yang berwenang untuk mengawasinya. Dampak yang timbul ketika suatu perjanjian kemitraan tidak dilaporkan mengakibatkan Komisi Pengawas Persaingan Usaha sebagai lembaga yang berwenang tidak memiliki cukup data untuk menindaklanjuti suatu perkara pelanggaran dalam hubungan kemitraan. Pihak yang paling dirugikan dalam perkara ini adalah pelaku usaha kecil karena tidak memahami bagaimana aturan hukum persaingan usaha dan hukum kemitraan di Indonesia dalam melaksanakan suatu kerja sama dengan pelaku usaha besar karena sumber daya yang dimiliki oleh pelaku usaha kecil sangat minim baik dari segi finansial maupun pengetahuan sehingga ketika dihadapkan dengan perjanjian yang menurutnya menguntungkan maka tanpa analisa mendalam pelaku usaha tersebut akan menyetujuinya.

3. Penentuan Pola Hubungan Kemitraan dalam Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia

Analisis kemitraan prinsipal dengan pelaku usaha mitranya membutuhkan data-data yang mencakup perjanjian kerja sama. Perjanjian yang diberikan dalam bentuk baku membuat mitra tidak dapat berpendapat

banyak sebab posisi tawar yang dimiliki mitra lemah di hadapan prinsipal sehingga terdapat klausa-klausa dalam perjanjian yang tidak mengerucut pada suatu pola kemitraan yang ada di dalam peraturan perundang-undangan yang ada di Indonesia.

Perjanjian yang terjadi antara prinsipal (PT. Eigerindo) dengan para mitranya (*Authorized Retailer*) merupakan perjanjian kerja sama yang mengikat kepentingan kedua belah pihak. Terdapat dua poin yang menyebutkan bentuk kerja sama yang dijalin kedua belah pihak yaitu pada perjanjian kerja sama pasal 3 ayat 3 yang menyatakan bahwa *Authorized Retailer* bukanlah agen, perwakilan, pegawai ataupun karyawan perusahaan dan juga pasal 3 ayat 4 yang menjelaskan bahwa *Authorized Retailer* berdiri sendiri dan tidak terikat atau terafiliasi dengan PT. Eigerindo Multi Produk Industri. Klausul yang tidak menyebutkan kata 'mitra' ataupun 'kemitraan' pada pasal 3 ayat 3 mengakibatkan kaburnya pola kerja sama yang dilakukan oleh kedua pihak sehingga membutuhkan pendalaman lebih lanjut mengenai jenis kerja sama apa yang dilakukan oleh kedua belah pihak.

Menelaah kasus tersebut memberikan gambaran terkait pola kemitraan yang tersirat dalam hubungan kerja sama yang terjalin antara dua belah pihak yang berupa kemitraan waralaba karena terdapat hak pemberian penggunaan merek dagang untuk diaplikasikan di gerai milik *Retailer* dan kemitraan pola distribusi karena *Retailer* merupakan pengusaha dengan skala kecil yang memfasilitasi rantai pasok merek dagang Eiger.

Berikut adalah skema irisan secara yuridis mengenai kemitraan pola distribusi dan kemitraan pola waralaba:

Aspek Yuridis	Kemitraan Pola Distribusi	Kemitraan Pola Waralaba	Irisan/Perbedaan Yuridis Utama
Dasar Hukum	Diatur dalam UU UMKM dan Peraturan Menteri Perdagangan RI tentang distribusi barang/jasa. Fokus pada pengaturan pendistribusian produk oleh UMKM sebagai distributor atau agen. ⁶⁴	Diatur dalam UU UMKM dan Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Fokus pada pemberian hak lisensi penggunaan merek, IP, sistem usaha dengan perjanjian waralaba tertulis. ⁶⁵	Keduanya merupakan pola kemitraan yang diatur dalam UU UMKM No.20/2008, namun waralaba lebih menekankan aspek lisensi merek dan hak kekayaan intelektual. Distribusi fokus pada pemasaran dan peran sebagai distributor/agen.
Jenis Perjanjian	Perjanjian distribusi atau keagenan yang mengatur hak dan kewajiban pemasaran produk oleh pihak UMKM atas produk usaha besar.	Perjanjian waralaba (<i>franchise agreement</i>) yang mengatur hak penggunaan merek dagang, sistem usaha, royalti, dan dukungan operasional berkelanjutan.	Kedua model memerlukan perjanjian tertulis yang mengikat secara hukum, namun isi perjanjian waralaba lebih kompleks terkait hak kekayaan intelektual dan royalti.
Hak dan Kewajiban	UMKM mendapat hak khusus mendistribusikan produk, berperan sebagai agen/distributor,	Franchisee mendapat lisensi menggunakan merek, sistem operasional, benefit dari pelatihan dan dukungan teknis, serta	Kedua pola memberikan hak pemasaran, namun waralaba juga mencakup penggunaan

⁶⁴ Kira, "Analisis Penanganan Perkara Kemitraan dalam Kasus Kemitraan Usaha yang Melibatkan PT Sinar Ternak Sejahtera."

⁶⁵ Norman Syahdar Idrus, "Aspek Hukum Perjanjian Waralaba (Franchise) Dalam Perspektif Hukum Perdata Dan Hukum Islam," *Jurnal Yuridis* 4, no. 1 (2017): 28–45.

Aspek Yuridis	Kemitraan Pola Distribusi	Kemitraan Pola Waralaba	Irisan/Perbedaan Yuridis Utama
	termasuk hak pemasaran dan penjualan produk.	wajib membayar royalti.	kekayaan intelektual dan sistem usaha, dengan kewajiban royalti yang tidak ada di distribusi.
Perlindungan Hukum	Perlindungan atas hak distribusi diatur dalam peraturan perdagangan dan UU UMKM dengan pengawasan KPPU dan instansi terkait.	Perlindungan hak kekayaan intelektual termasuk merek dagang dan sistem usaha diatur dalam PP Waralaba dan UU HKI, serta mekanisme penyelesaian sengketa.	Perlindungan di distribusi lebih kepada aspek perdagangan, sedangkan waralaba juga melindungi kekayaan intelektual dan hak cipta.
Hubungan Kemandirian	Tidak menciptakan ketergantungan; UMKM independen sebagai distributor, sesuai prinsip kemitraan berimbang.	<i>Franchisee</i> memiliki keterikatan sistem dan merk, lebih ketergantungan pada <i>franchisor</i> namun dalam perjanjian diatur mekanisme kemandirian dan keberlanjutan usaha.	Keduanya harus memenuhi prinsip kemitraan yang saling menguntungkan dan tidak menciptakan ketergantungan hukum.
Penyelesaian Sengketa	Diselesaikan berdasarkan isi perjanjian distribusi serta peraturan perdagangan dan UU UMKM, dapat melalui pengadilan atau mediasi.	Sengketa diatur dalam perjanjian waralaba dan ketentuan hukum yang berlaku, umumnya melibatkan mediasi, arbitrase, atau pengadilan.	Mekanisme penyelesaian sengketa harus diatur dalam perjanjian dan sesuai hukum yang berlaku pada masing-masing pola.

Skema irisan ini menunjukkan bahwa pola distribusi dan waralaba keduanya merupakan bagian dari kemitraan di bawah UU UMKM, namun waralaba lebih menonjolkan aspek lisensi dan kekayaan intelektual dengan

mekanisme perjanjian waralaba yang lebih khusus, sedangkan distribusi lebih pada hak pemasaran dan agen yang diatur dalam peraturan perdagangan. Dengan pemahaman ini, kontrak dan hubungan hukum yang dibangun dalam pola distribusi dan waralaba harus disusun sesuai karakteristik yuridis masing-masing namun tetap memperhatikan prinsip kemitraan yang seimbang dan berkelanjutan.

Penjelasan mengenai *Authorized Retailer* yang merupakan pihak yang tidak terafiliasi dengan prinsipal dan berdiri sendiri justru menguatkan bahwa hubungan yang terjadi adalah sebuah hubungan kemitraan karena kedua belah pihak merupakan dua pelaku usaha yang berbeda baik dalam segi kepemilikan ataupun manajemen. Pernyataan dalam perjanjian tersebut justru tidak sesuai dengan apa yang diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah karena pada dasarnya kemitraan memiliki suatu karakter tertentu sehingga dapat dikelompokkan ke dalam pola-pola sebagaimana termuat dalam Undang-Undang tersebut. Berikut adalah landasan hukum mengenai penafsiran terhadap perjanjian tersebut :

- a. Pasal 1342 KUHPerdara: "Jika kata-kata suatu perjanjian jelas, tidak diperkenankan menyimpang dari padanya dengan penafsiran"
- b. Pasal 1343 KUHPerdara: Interpretasi berdasarkan maksud kedua belah pihak dari keseluruhan isi perjanjian

- c. UU UMKM Pasal 34: Perjanjian kemitraan harus tertulis dan mencantumkan bentuk pengembangan usaha⁶⁶

Hubungan agen ataupun waralaba sama sekali berbeda dengan distribusi. Dimana hak dan tanggung jawab agen atau penerima waralaba terbatas. Batasan-batasan tersebut dapat berupa kebebasan dalam menjual barang secara eceran di sektor usaha mereka. Prinsipal secara langsung mendikte apa saja yang wajib dan apa saja yang tidak boleh diperjualbelikan oleh mitra mereka. Ketika suatu perjanjian kemitraan tidak menyebutkan pola secara eksplisit, analisis komprehensif terhadap lima indikator kunci harus dilakukan untuk mendefinisikan pola tersebut secara hukum, sangat relevan dan tepat dalam konteks yuridis. Berikut adalah indikator-indikator yang dimaksud :

- a. Kepemilikan Barang

Dalam kemitraan pola distribusi, mitra (UMKM) umumnya membeli dan memiliki produk dari usaha besar, sehingga menanggung risiko penuh atas barang tersebut. Sedangkan di pola waralaba, mitra waralaba menggunakan sistem usaha, merek, dan produk yang dimiliki oleh pemberi waralaba tanpa membeli barang secara penuh sebagai modal utama.

- b. Kemandirian Operasional

Mitra distribusi beroperasi dengan otonomi penuh dalam hal pengelolaan usaha dan organisasi, sedangkan penerima waralaba

⁶⁶ Ery Agus Priyono, "Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Jual Beli," *Diponegoro Private Law Riview* 21, no. 1 (2020): 1–9, <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>.

terikat pada standar, sistem, dan prosedur operasional yang ditetapkan oleh pewaralaba. Tingkat pembinaan dalam waralaba jauh lebih intensif dan berkelanjutan dibanding distribusi.

c. Sistem Pembayaran

Dalam pola distribusi, keuntungan mitra berasal dari margin selisih harga jual beli produk. Dalam pola waralaba, ada biaya lisensi awal (*franchise fee*) dan royalti berkelanjutan atas penggunaan merek dan sistem, bukan margin jual beli langsung.

d. Penggunaan Hak Kekayaan Intelektual

Waralaba secara khusus mengatur penggunaan merek, hak cipta dan sistem usaha yang merupakan kekayaan intelektual pemberi waralaba. Pola distribusi biasanya tidak melibatkan lisensi merek secara permanen.

e. Hubungan Perwakilan dan Tingkat Kontrol

Distribusi menempatkan mitra sebagai penjual independen yang bertindak atas namanya sendiri, sementara waralaba menempatkan mitra sebagai bagian dari jaringan dengan identitas merk yang sama dan kontrol operasional yang ketat.⁶⁷

Penilaian hukum hubungan yang terjadi antara dua pihak tersebut memiliki ciri-ciri pola kemitraan distributif secara dominan dengan unsur-unsur kuat seperti :

⁶⁷ Dananda Wahyu Meylana, Irmayani Noer, dan Teguh Budi Tristanto, "Strategi Kemitraan Usaha Waralaba Dalam Meningkatkan Hubungan Kerjasama Di Pt Sumber Berkah Niaga," *Karya Ilmiah Mahasiswa Agribisnis Politeknik Negeri Lampung*, 2018, 1–11.

- a. Pembelian produk oleh *Retailer* kepada prinsipal dengan sistem tunai sehingga barang yang dijual kembali menjadi hak dan tanggung jawab penuh pengecer
- b. Operasional gerai milik pengecer ditanggung sendiri secara keseluruhan tanpa adanya bantuan dari prinsipal secara finansial. Prinsipal hanya memberi insentif berupa desain spesifikasi bangunan gerai
- c. Sistem keuntungan dalam kasus ini pengecer murni mendapatkan dari selisih (margin) bukan dari imbalan atas royalti penggunaan merek dagang
- d. Dalam perjanjian yang disepakati tidak menjelaskan secara khusus mengenai penggunaan merek dagang dalam ranah kekayaan intelektual namun hanya menyinggung bahwa prinsipal dan pengecer merupakan dua subjek hukum yang berbeda
- e. Pengecer tidak ditempatkan sebagai jaringan rantai pasok khusus prinsipal namun berdiri secara independen.

Dengan demikian hukum hubungan yang terjadi antara PT. Eigerindo Multi Produk Industri merupakan hubungan kemitraan dengan pola distribusi. Pola tersebut dapat dikatakan sebagai perjanjian distribusi selektif. Pola ini terjadi pada sebagian produsen barang-barang eksklusif seperti perangkat elektronik, otomotif atau pakaian mahal menginginkan suatu pola distribusi yang dapat menjual produknya hanya melalui para pedagang tertentu yang telah mendapat persetujuan. Hal ini membuat produsen dapat mengontrol metode bagaimana produknya dipasarkan.

Selain itu, distribusi selektif juga memiliki dampak positif bagi produsen yaitu mempertahankan harga eceran dan membuat para pedagang terpisah dari persaingan. Tentunya hal seperti itu tidak berdampak baik bagi persaingan usaha yang sehat dan wajar jika otoritas persaingan usaha menaruh curiga dalam pola distribusi selektif ini.⁶⁸

Selain itu, pola kemitraan tersebut di atas dapat dikategorikan sebagai hubungan perjanjian tertutup, dan termasuk sebagai perjanjian dengan kausa tidak halal sebagai persyaratan objektif dalam persyaratan kontrak. Perjanjian tertutup memang memiliki hubungan erat dengan kausa (sebab) dalam hukum kontrak, khususnya terkait kausa yang halal dan tidak halal. Perjanjian tertutup adalah perjanjian antara pelaku usaha yang mengatur pembatasan akses pasar, misalnya pelarangan untuk menjual produk ke pihak lain atau syarat eksklusivitas distribusi. Dalam konteks persaingan usaha, perjanjian tertutup seringkali dilarang karena berpotensi menghambat persaingan yang sehat dan menciptakan monopoli tersembunyi.

B. Indikasi Praktik Monopoli dalam Hubungan Kemitraan antara PT. Eigerindo MPI dengan Para *Authorized Retailer*-nya

Prinsip keadilan sosial yang termaktub dalam UUD 1945 menjadi dasar dalam pembentukan peraturan perundang-undangan di bidang ekonomi. Hukum ekonomi berperan penting dalam mengatasi ketimpangan ekonomi, melindungi kepentingan masyarakat kecil, serta mendorong pertumbuhan

⁶⁸ Arthur Lewis, *Introduction to Business Law*, 3 ed. (Bandung: Penerbit Nusa Media, 2014).

ekonomi yang inklusif. Peran pelaku usaha kecil dalam lingkup penelitian ini diidentikkan dengan para *Retailer* yang kebanyakan adalah pemula dalam dunia perdagangan produk perlengkapan luar ruangan (*Outdoor*). Keberpihakan peraturan perundang-undangan pada kepentingan masyarakat kecil tidak selalu mengerucut pada konsumen, namun juga skala pelaku usaha kecil yang turut serta dalam membangun ekonomi pancasila. Apabila konstitusi tidak memberikan perhatian kepada pelaku usaha kecil maka besar kemungkinan dampak negatif dari konsep ekonomi kapitalis akan selalu mengakar dalam roda perputaran ekonomi negara ini yang mana pelaku usaha besar senantiasa melanggengkan kekuasaan ekonomi mereka dengan meminimalisir hambatan persaingan dengan melumpuhkan pelaku usaha baru yang dianggap dapat merugikan kepentingan pelaku usaha besar. Secara ringkas dapat disimpulkan bahwa jika negara tidak hadir maka ekonomi inklusif berdasarkan amanat pancasila hanyalah sebuah omong kosong.

1. Ikhtisar terjadinya perjanjian kemitraan antara PT. Eigerindo Multi Produk Industri dengan *Authorized Retailer*

PT. Eigerindo Multi Produk Industri menunjuk beberapa perorangan sebagai *Authorized Retailer* untuk melakukan Pembelian, Penyimpanan, Pemasaran-pemasaran dan penjualan-penjualan Produk PT. Eigerindo Multi Produk Industri dengan Merek Dagang Eiger secara langsung kepada Konsumen Akhir atau dapat disebut sebagai “Pengecer” sebagaimana Klausul dalam Surat Penunjukan yang ditandatangani oleh Perwakilan PT. Eigerindo Multi Produk Industri dengan *Authorized Retailer*. Dalam Perjanjian Penunjukan yang dibuat oleh PT. Eigerindo Multi Produk

Industri, *Authorized Retailer* dilarang menyatakan dirinya sebagai Agen ataupun Perwakilan dari PT. Eigerindo Multi Produk Industri atau dengan kata lain *Authorized Retailer* adalah pihak yang berdiri sendiri dan bukan merupakan pihak yang terikat/terafiliasi /anak Perusahaan dari PT. Eigerindo Multi Produk Industri sebagaimana dimuat dalam Perjanjian a quo.

Selain itu *Authorized Retailer* juga diwajibkan hanya menjual produk PT. Eigerindo Multi Produk Industri dengan Merek Dagang Eiger dengan harga produk yang tertera pada *Barcode* atau *Suggested Retail Price (SRP)* yang ditentukan oleh Perusahaan, sehingga Penjualan diluar harga Barcode wajib mendapatkan izin tertulis dari Perusahaan. dalam melaksanakan kegiatannya *Authorized Retailer* diwajibkan oleh Perusahaan untuk menjaga dan memastikan ketersediaan serta kelengkapan produk di Toko/*Outlet* milik *Authorized Retailer* minimal 75% (Tujuh Puluh Lima Persen) dari total seluruh jenis produk yang dimiliki oleh Perusahaan pada masing-masing kategori produk.

Authorized Retailer wajib untuk melindungi kepentingan Perusahaan tapi tidak terbatas pada menjaga nama baik Perusahaan selain itu *Authorized Retailer* wajib melaksanakan Keputusan dan/atau kebijakan yang dikeluarkan oleh Perusahaan termasuk namun tidak terbatas pada Keputusan-keputusan yang berhubungan dengan Penyaluran dan/atau pemasaran, harga jual, jangka waktu pembayaran, standar jam operasional toko. Apabila *Authorized Retailer* melakukan hal-hal yang mengakibatkan kerugian bagi Perusahaan maka *Authorized Retailer* harus membebaskan

Perusahaan dari segala Gugatan/Tuntutan dan klausul sebagaimana perjanjian a quo disebutkan masih akan berlaku walaupun perjanjian telah berakhir.

Authorized Retailer dilarang untuk menjual produk-produk sejenis dengan Merek Dagang lainnya dilokasi toko. *Authorized Retailer* dilarang untuk melakukan promo diskon harga dan/atau promosi apapun ditoko/outlet yang menjual Produk Eiger bersamaan dengan produk lain. Dalam hal Pengambilalihan Perusahaan usaha oleh Pihak Lain *Authorized Retailer* harus mendapatkan persetujuan dari PT. Eigerindo Multi Produk Industri. Setelah beberapa tahun menjadi *Authorized Retailer* dari merek dagang produk eiger dan telah memasarkan produk Merek dagang Eiger kepada Masyarakat luas di Indonesia PT. Eigerindo Multi Produk Industri tanpa alasan yang jelas tidak lagi memberikan perpanjangan atas Penunjukan sebagai *Authorized Retailer* padahal *Authorized Retailer* telah berupaya melaksanakan ketentuan-ketentuan sebagaimana tercantum dalam Perjanjian Penunjukan a quo.

Sebagaimana hubungan usaha yang termuat dalam perjanjian penunjukan antara *Authorized Retailer* dengan PT. Eigerindo Multi Produk Industri yang bukan merupakan Agen maupun distributor dari PT. Eigerindo Multi Produk Industri, *Authorized Retailer* wajib melakukan pembelian sesuai target yang telah ditetapkan oleh Perusahaan terhadap seluruh item dan kategori produk dari Merek Dagang yang dijual Perusahaan dari waktu ke waktu secara tertulis serta berupaya mengembangkan pemasaran produk seluas-luasnya di wilayah. Akan tetapi

dalam ketentuan lain segala biaya, pengeluaran maupun tanggung jawab yang berkaitan dengan atau yang timbul dari kegiatan usaha *Authorized Retailer* menjadi tanggung jawab *Authorized Retailer* sepenuhnya yang mana Perusahaan tidak menanggung biaya operasional terkait pemasaran-pemasaran yang diwajibkan oleh Perusahaan kepada *Authorized Retailer*.

Tindakan Perusahaan yang demikian telah menimbulkan kerugian yang sangat besar bagi *Authorized Retailer* yang tidak diperlakukan dengan tidak adil oleh Perusahaan. Setelah tidak memperpanjang Perjanjian Penunjukan *Authorized Retailer*, PT. Eigerindo Multi Produk Industri membuka toko/outlet milik Perusahaan di wilayah yang sama Dimana toko/outlet *Authorized Retailer*, dan sebagaimana ketentuan dalam Perjanjian Penunjukan yang dibuat oleh Perusahaan “Apabila diwilayah penjualan *Authorized Retailer* telah terdapat Eiger Store milik Perusahaan, maka *Authorized Retailer* dilarang menjual Produk Eiger bersamaan dengan Produk lain di toko/outlet yang sama” Tindakan sewenang-sewenang inilah yang menyebabkan kerugian bagi para *Authorized Retailer*. Terhadap Surat Perjanjian Penunjukan yang masih berlaku kepada beberapa *Authorized Retailer*, PT. Eigerindo Multi Produk Industri tidak memberikan 1 (satu) rangkap Perjanjian a quo yang asli kepada *Authorized Retailer* sebagaimana diatur dalam ketentuan dalam Perjanjian yang dengan tegas menyatakan “segala pemberitahuan ataupun dokumen lainnya yang harus diserahkan berdasarkan Perjanjian ini haruslah dalam bentuk tertulis dan diserahkan langsung atau melalui POS tercatat oleh sala satu pihak kepada pihak lainnya”.

Kemitraan yang tidak sehat ini dirasakan oleh para mitra (*Authorized Retailer*) PT. Eigerindo MPI semenjak pandemi Covid-19 dimana satu persatu mitra tidak menerima perpanjangan perjanjian kemitraan dengan alasan yang tidak jelas. Padahal penjualan masih terus berjalan dan para mitra sebagian besar masih menggantungkan hidupnya dari *Authorized Store*. Pemutusan kontrak sepihak tersebut sangatlah merugikan pihak mitra sebagai pengusaha kecil.

2. Analisis hukum persaingan usaha dalam kemitraan prinsipal dengan mitranya

Analisis perilaku persaingan tidak sehat dalam lingkup hubungan kemitraan mengacu pada salah satu dari empat kondisi persaingan usaha dalam pasar. Dengan mengesampingkan dua kondisi ekstrem, yaitu persaingan sempurna karena dinilai sangat jarang terjadi serta tidak relevan dengan kondisi yang terjadi dalam hubungan kemitraan PT. Eigerindo Multi Produk Industri dengan para *Authorized Retailer*-nya, dan juga monopoli absolut dianggap tidak dapat dijadikan acuan sebagai kondisi tersebut karena prinsipal bukanlah sebuah perusahaan industri yang menguasai secara penuh pasar bersangkutan dan tidak pula menguasai bahan baku pada industri yang sama. Argumen tersebut berdasarkan karakteristik pasar monopoli absolut yang tidak sesuai dengan kondisi kemitraan yang terjalin, antara lain :

- a. Monopoli pasar. Penjualan barang-barang kegiatan luar ruangan tidak hanya dikuasai oleh PT. Eigerindo MPI saja, namun terdapat berbagai

- merek lain yang bersaing di pasar walaupun merek dagang Eiger memiliki penjualan lebih tinggi.
- b. Kemiripan substitusi produk. Produk yang dihasilkan oleh prinsipal memiliki kemiripan dengan perusahaan-perusahaan pesaingnya sehingga tidak memenuhi karakteristik pasar monopoli absolut yaitu tidak adanya opsi lain bagi konsumen dalam memilih produk serupa.
 - c. Halangan masuk ke dalam pasar. Kemitraan yang terjalin tidak memiliki karakter menghambat pelaku usaha lain untuk mendirikan usaha yang serupa walaupun dengan sedikit catatan bahwa distribusi barang dikuasai oleh prinsipal karena tidak membuka pelaku usaha lain sebagai penjual kembali (*Reseller*) disebabkan sifat eksklusif bagi mitranya.
 - d. Promosi yang masih diperlukan perusahaan. PT. Eigerindo MPI masih melakukan berbagai promosi baik dilihat dari akun-akun sosial mediana maupun penunjukan duta merek (*Brand Ambassador*) yang berarti masih terdapat pesaing yang signifikan dalam pasar bersangkutan sehingga tidak dapat memenuhi karakter pasar monopoli absolut yang tidak memerlukan promosi dikarenakan tidak tersedia produk lain dari pesaing dalam pasar yang sama.

Jika dua kondisi ekstrem di atas tidak dapat membuktikan kemitraan yang terjalin, maka dapat dikerucutkan lebih mendalam kepada dua kondisi lain yaitu persaingan monopolistik ataupun oligopoli. Dalam kondisi oligopoli disebutkan bahwa dalam suatu pasar terdapat beberapa pelaku usaha yang sedikit di pasar dan memiliki sifat saling bergantung dalam

menentukan keputusan yang berkaitan dengan strategi. Makna saling bergantung adalah karena jumlah perusahaan yang lebih sedikit dibandingkan kondisi persaingan yang sempurna sehingga membuat satu perusahaan akan ‘melirik’ pesaingnya dalam membuat keputusan. Kondisi oligopoli ini tidak sesuai dengan kemitraan yang terjalin karena prinsipal tidak bergantung pada pesaingnya karena perusahaan produk luar ruangan memiliki strategi yang berbeda-beda. PT. Eigerindo MPI tidak memberikan akses produk sama sekali selain kepada pelaku usaha yang ditunjuk, bahkan distributor-distributor besar juga tidak dapat membeli produk eiger. Berbeda dengan merek dagang lain yang secara masif masih bisa diakses untuk dijual kembali dengan membelinya dari distributor-distributor besar seperti merek Arei, Kalibre, Consina dan lain-lain.

Kondisi yang terakhir adalah persaingan monopolistik, kondisi ini merupakan kondisi pasar yang ciri-cirinya paling mendekati konsep persaingan sempurna namun dengan perbedaan yaitu tiap pelaku usaha tidak menggunakan harga yang ditentukan oleh pasar karena setiap pelaku usaha memiliki ciri khas tersendiri dalam memproduksi barangnya sehingga dapat menentukan harga sendiri tanpa tergantung oleh pasar. Hubungan kemitraan PT. Eigerindo MPI dengan para *Authorized Retailer*-nya cenderung memiliki banyak kemiripan karakteristik dengan kondisi ini, antara lain :

a. Jumlah penjual yang banyak

Produk-produk yang dijual oleh prinsipal adalah produk umum yang memiliki banyak pesaing dalam bidang yang sama. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa substitusi produk dari merek dagang Eiger

sangat banyak sehingga prinsipal tidak menguasai pangsa pasar. Hal inilah yang membuat analisis pelanggaran persaingan usaha yang sehat karena karakter tersebut sangat mirip dengan kondisi pasar persaingan sempurna.

b. Memiliki perbedaan ciri dari produk

Walaupun banyak pesaing dalam produk sejenis, merek dagang Eiger memiliki perbedaan ciri khas dari produk yang lain. Contohnya dalam produksi barangnya, Eiger menawarkan konsep barang-barang kegiatan luar ruangan yang 'ramah' dengan gaya kehidupan sehari-hari tanpa mengurangi fungsi dan wibawa dalam yang dirasakan penggunanya tak seperti produk-produk lain di mana penggunanya masih merasa bahwa yang digunakan adalah produk petualangan yang kurang cocok dipakai untuk kegiatan harian.

c. Pasar bebas

Penjualan merek dagang Eiger yang signifikan lantas tidak menyurutkan para pelaku usaha untuk membuat produk-produk baru dalam pasar yang sama. Ini merupakan salah satu unsur penting dalam persaingan monopolistik yang mana pelaku usaha bebas untuk masuk dan keluar pasar yang sama tanpa ada hambatan maupun biaya tambahan.

Kondisi persaingan monopolistik adalah kondisi paling ideal tentang bagaimana menjelaskan klasifikasi pasar dalam hubungan kemitraan antara PT. Eigerindo MPI dengan para *Authorized Retailer*-nya karena memenuhi tiga karakteristik yang dimiliki kondisi tersebut. Sehingga dapat dikatakan bahwa prinsipal mempunyai kekuatan pasar untuk membuat pengaruh

terhadap harga pasar ataupun tindakannya dalam hubungan kemitraan dengan *Retailer*-nya.

Mengacu pada Pasal 14 Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999, untuk menentukan sebuah kemitraan yang terjadi dalam integrasi vertikal memerlukan bukti mengenai dampak yang ditimbulkan apakah pro terhadap persaingan atau justru kontra terhadap persaingan. Apabila terbukti tidak mendukung kepada persaingan dan justru berdampak pada kerugian pada masyarakat maka integrasi tersebut dapat dilarang oleh konstitusi. Integrasi vertikal dapat dilakukan dengan dua masa waktu yaitu jangka pendek dan jangka panjang. Selain berkaitan erat dengan pasal 15, integrasi vertikal juga mempunyai hubungan dengan penguasaan pasar sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 19 UU Nomor 5 Tahun 1999 yaitu hambatan bagi pelaku usaha lain karena peredaran produk yang terbatas akibat adanya ikatan dalam integrasi tersebut.

Perjanjian kemitraan termasuk ke dalam integrasi vertikal jangka pendek di mana terdapat batas waktu kerja sama yang terjalin antara dua belah pihak sebagaimana persetujuan keduanya dalam perjanjian. Perjanjian kemitraan yang terjalin antara prinsipal dengan *Retailer* merupakan upaya prinsipal untuk dapat mengendalikan harga jual statis di mana produk yang dipasarkan di seluruh wilayah memiliki harga jual yang sama sehingga dapat memaksimalkan keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan maupun para mitra-mitra yang ditunjuk. Keadaan ini masuk ke dalam kategori integrasi vertikal yang dilakukan secara menurun ke bawah (hilir) yang mana perusahaan menggabungkan diri dengan pelaku usaha lain dengan

tujuan dapat mendiskriminasi harga tanpa perlu cemas akan diskriminasi dari pelaku usaha di bidang retail yang lain. Dalam kasus ini, prinsipal selaku manufaktur melakukan integrasi vertikal guna meminimalisir biaya yang dibutuhkan (efisiensi) oleh pabrik dalam mendistribusikan barangnya kepada konsumen akhir dengan perjanjian yang mengharuskan para *Retailer* untuk membuka gerai dengan biaya sendiri tanpa adanya insentif secara fisik namun dengan imbalan berupa akses barang dan penggunaan merek dagang pada gerai milik *Retailer* tersebut.

Dampak negatif yang muncul dari kondisi ini adalah hambatan untuk masuk ke dalam pemasaran merek dagang Eiger sehingga selain pelaku usaha atau individu yang ditunjuk oleh manufaktur tidak dapat mengakses produk merek dagang tersebut. Dampak yang lain adalah letak prinsipal sebagai usaha besar sangat mempengaruhi dominasi terhadap *Retailer* sebagai usaha kecil yang tidak memiliki banyak pilihan selain menyetujui perjanjian tersebut karena minimnya kesempatan untuk menjadi pengecer merek dagang tersebut.

Hubungan rantai pasok hilir yang terjadi antara prinsipal dengan para mitranya pada sejatinya bersifat saling menguntungkan dengan penyeragaman harga jual yang tercantum pada label harga di setiap produknya. Tidak terdapat diskriminasi harga yang pada umumnya diidentikkan dengan Integrasi Vertikal dalam konsep persaingan usaha. Namun pada praktiknya, para *Retailer* mengeluhkan adanya diskriminasi akses belanja produk yang mana toko-toko pabrik mendapatkan varian produk yang lebih beragam dibandingkan dengan gerai-gerai yang dimiliki

oleh mitra. Selain itu juga terdapat diskriminasi berupa ketentuan-ketentuan standar fasad gerai milik *Retailer* yang lebih ketat dibandingkan dengan fasad gerai milik pabrik. Beberapa *Retailer* tidak menerima kembali kontrak kerja sama (dalam klausul disebut sebagai perjanjian penunjukan) jika fasad yang digunakan tidak sesuai dengan apa yang telah ditentukan oleh prinsipal. Sebaliknya, fasad yang dimiliki oleh gerai prinsipal justru sangat jauh di bawah standar yang telah ditentukan sendiri oleh prinsipal dan hingga saat ini, gerai-gerai tersebut masih beroperasi dengan fasad tersebut.

3. Penyalahgunaan posisi dominan

Dalam buku teks Hukum Persaingan Usaha dijelaskan bahwa pelaku usaha yang memiliki predikat dominan tidak memainkan peran sebagai pengikut harga jual namun justru bertindak sebagai penentu harga jual. Oleh karena itu dalam memahami konteks dominan perlu untuk mendalami apa saja karakteristik pelaku usaha yang dominan karena dalam diksi yang dipaparkan dalam Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 hanya menjelaskan batas pangsa pasar sebuah perusahaan dalam suatu jenis produk tertentu.

Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM mengatur kemitraan antara usaha besar dan UMKM dengan prinsip saling memperkuat dan menguntungkan serta melarang usaha besar untuk menguasai atau memiliki UMKM sebagai mitra yang diatur dalam Pasal 35 ayat (1). Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menjelaskan tentang larangan penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mengakibatkan praktik persaingan tidak sehat. Komisi Pengawas Persaingan Usaha

(KPPU) memiliki kewenangan untuk mengawasi dan menindak praktik penyalahgunaan posisi dominan dalam kemitraan. Usaha besar seringkali memiliki posisi tawar yang jauh lebih kuat secara ekonomi dan operasional dibandingkan usaha kecil, sehingga potensi dominasi dapat terjadi. Posisi dominan tersebut muncul apabila usaha besar menggunakan kekuasaannya untuk mengatur klausul perjanjian kemitraan secara sepihak yang menguntungkan usaha besar dan merugikan UMKM. Praktik dominasi ini sering muncul dalam bentuk pembatasan akses pasar, kontrol harga, atau penguasaan aset UMKM yang seharusnya mandiri.

Perjanjian penunjukan antara PT Eigerindo Multi Produk Industri dengan *Authorized Retailer* banyak terdapat Klausul-klausul yang bertentangan dengan Pasal 25 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Sebagai contoh, meskipun Perjanjian Penunjukan yang “disepakati” oleh para pihak dalam Perjanjian tidak menutup kemungkinan bahwa Perusahaan dalam hal sebagai Pelaku Usaha yang memiliki Posisi Dominan menekan Pelaku Usaha lain dengan beralasan *freedom of contract* atau Asas Kebebasan Berkontrak. Perjanjian disepakati karena prinsipal memanfaatkan faktor keadaan ekonomi *Retailer* yang lebih lemah sebagai titik kesepakatan yang mau tidak mau diterima karena potensi keuntungan dari penjualan produk yang dihasilkan prinsipal.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perjanjian yang disepakati merupakan perjanjian tertutup yang bertentangan dengan salah satu asas hukum kontrak yaitu adanya kausa yang halal. Perjanjian tertutup yang bertentangan dengan ketentuan Undang-Undang persaingan usaha,

khususnya yang melanggar UU No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, dapat dianggap memiliki kausa yang tidak halal. Karena perjanjian tersebut bertujuan atau berakibat menghambat persaingan usaha secara sehat, maka berdasarkan Pasal 1335 KUHPerdara perjanjian tersebut dapat dinyatakan batal demi hukum.⁶⁹

Berikut merupakan bukti-bukti yang menunjukkan adanya kekuatan memaksa dari prinsipal sebagai pihak yang dominan :

- a. Pembaharuan waktu kontrak yang sebelumnya diperbaharui setahun sekali menjadi enam bulan sekali membawa kekhawatiran bagi para *Authorized Retailer* tentang kemungkinan prinsipal tidak akan menawarkan lagi perpanjangan kontrak penunjukannya. Terlebih, prinsipal justru semakin bertindak ofensif dalam membuka cabang-cabang toko retail yang dimiliki dan dikelola oleh prinsipal.
- b. Dalam perjanjiannya, prinsipal menyebutkan istilah ‘penunjukan’ yang tidak lain adalah salah satu unsur domain perjanjian distributif. Selain itu, perjanjian yang dilakukan tidak dilaporkan pada pihak yang berwenang. Namun dalam klausula lain dalam perjanjian disebutkan bahwa pihak mitra tidak diperkenankan untuk menjual merk dagang lain.
- c. Perjanjian tertutup pada Pasal 15 ayat satu menyebutkan bahwa prinsipal sebagai pelaku usaha tidak boleh memiliki perjanjian dengan

⁶⁹ Supianto dan Nanang Tri Budiman, “Analisis Yuridis Terhadap Perjanjian Kerjasam Antara Petani Tembakau Di Kabupaten Jember dengan PT. Adi Sampoerna,” *Jurnal Rechtsens* 6, no. 2 (2017): 41–59, <http://ejournal.ujj.ac.id/index.php/REC/article/view/203/197%0A>.

mitra sebagai pelaku usaha lain untuk memberi pasokan atau tidak memberi pasokan barang tertentu kepada pihak-pihak tertentu dan pada waktu tertentu.

- d. Manipulasi keadaan memaksa (*Force Majeur*) guna kepentingan memonopoli rantai pasok

Manipulasi yang dimaksud adalah prinsipal yaitu PT. Eigerindo MPI tidak lagi memperpanjang kontrak penunjukan *Retailer* dengan alasan grafik penjualan secara skala nasional menurun drastis.⁷⁰ Padahal dari data laporan kinerja keberlanjutan perusahaan yang diunggah menyebutkan bahwa angka produksi dari tahun 2021 sampai 2023 menunjukkan peningkatan begitu pula cabang toko retail juga meningkat. Angka penurunan penjualan hanya terdapat pada periode 2019-2021 dengan sebab yang umum pada rentangan waktu tersebut yaitu efek pandemi Covid-19.

Berikut adalah grafik produksi PT. Eigerindo MPI dalam laporan tahunan:⁷¹

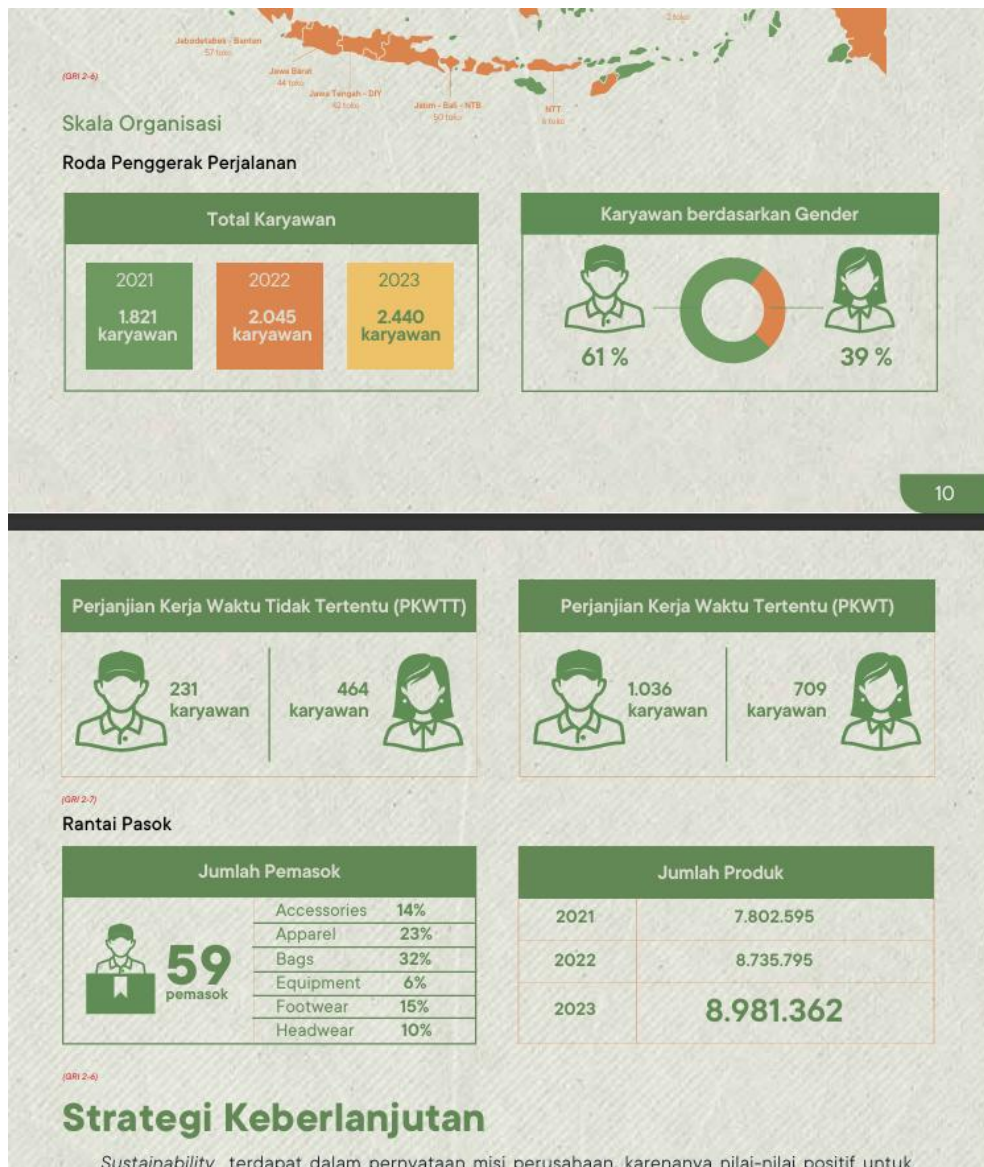
⁷⁰ Wawancara dengan Bapak Luqmanul Hakim, tanggal 3 Agustus 2025

⁷¹ <https://blog.eigeradventure.com/sustainability-report/files/FINAL-SR-2023.pdf> diakses pada 18 September 2025

Gambar 1.1. Grafik Produktivitas 2019-2021



Gambar 1.2. Grafik Produktivitas 2021-2023



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Kasus yang diteliti dalam riset ini merupakan perdagangan eceran yang didasari oleh Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Cipta Kerja, Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 66 tahun 2019 dan Nomor 22 Tahun 2016 tentang Ketentuan Umum Distribusi Barang. Konstruksi hukum dalam kasus ini merupakan hubungan kemitraan dengan pola distribusi. Dalam hal ini prinsipal dan para mitranya, masing-masing bertindak atas dan untuk diri sendiri. Kesimpulan ini diperoleh setelah membandingkan pola kemitraan berbentuk waralaba dan distribusi, yang merupakan dua bentuk kemitraan yang ciri-cirinya paling mendekati hubungan hukum antara PT. Eigerindo MPI dengan para mitranya.
2. PT. Eigerindo MPI menjalin hubungan dengan para mitranya dengan skema integrasi vertikal jangka pendek rantai pasok ke hilir (*Downstream*) yang memiliki tujuan efisiensi rantai distribusi produk yang dipasarkan. Hubungan tersebut memiliki dampak negatif berupa hambatan masuk ke dalam distribusi merek dagang Eiger dan dominasi prinsipal sebagai usaha besar dalam menguasai para pengecer yang notabenenya merupakan pelaku usaha kecil yang lemah. Penyalahgunaan posisi dominan yang tidak selaras dengan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM dan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan

Persaingan Usaha Tidak Sehat. PT. Eigerindo MPI selaku pelaku usaha besar memiliki bukti-bukti dominasi, seperti pembaharuan kontrak yang semakin dipersingkat bahkan diputus secara sepihak, penggunaan kata 'penunjukan' dalam perjanjian yang mana lebih identik dengan perjanjian distribusi, mitra tidak diperkenankan memasok kepada pihak lain guna dijual kembali, dan manipulasi keadaan memaksa guna memutus kontrak secara sepihak. Dengan demikian, potensi pelanggaran terhadap hukum persaingan usaha antara lain penetapan perjanjian, perjanjian tertutup, penguasaan pasar, dan posisi dominan.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dan juga ringkasan, peneliti memiliki saran sebagaimana berikut

1. Komisi Pengawas Persaingan Usaha agar senantiasa memberikan pengawasan yang lebih intensif terhadap pelaku usaha besar yang memiliki pangsa pasar yang lebih besar daripada pesaingnya walau tidak melebihi batas persentase dominan khususnya dalam kemitraan yang dilaksanakan karena masih banyak perjanjian kemitraan yang terjalin tanpa adanya laporan sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dan juga Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM.
2. Kepada masyarakat, akademisi, praktisi hukum, pelaku usaha yang terlibat dalam perjanjian kemitraan agar lebih teliti dalam mengawasi maupun melaksanakan perjanjian kemitraan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan Negara Kesatuan Republik Indonesia karena masih

minimnya literasi dan kesadaran bahwa perjanjian kemitraan yang tidak utuh unsur-unsur maupun syarat-syarat sahnyanya menyebabkan kerugian di salah satu pihak baik secara materi maupun non materi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrianti, Sharda, Anna Maria Tri Anggraini, Ahmad Sabirin, Joice Chintya Mardohar, dan Séréna Ortigosa Fernandez. “The Rule of Reason Approach in Discriminatory Practices: Airlines and Telecommunications Industry Sector.” *Jurnal Dinamika Hukum* 24, no. 2 (2024). <https://doi.org/doi.org/10.20884/1.jdh.2024.24.2.4046>.
- Afriana, Anita, Agus Mulya Karsona, dan Sherly Ayuna Putri. “Kemitraan Dalam Perspektif Persaingan Usaha Dan Penyelesaian Sengketa.” *ACTA DIURNAL : Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan Fakultas Hukum Unpad* ISSN: 4, no. 17 (2020): 1–17.
- Agustina, Rosa. *Hukum Perikatan (Law of Obligations)*. 1 ed. Denpasar: Pustaka Larasan, 2012.
- Aliyah, Habibatul, Dewa Gde Rudy, dan I Wayan Wiryawan. “Analisis Dari Segi Hukum Terhadap Perjanjian Kemitraan Antara Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Dengan Usaha Besar.” *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 7, no. 3 (2019): 1–16. <file:///C:/Users/User/Downloads/52779-1033-123725-1-10-20190906.pdf>.
- Amory, Jeffriansyah Dwi Sahputra, Muhtar Mudo, dan Rhena J. “Transformasi Ekonomi Digital dan Evolusi Pola Konsumsi: Tinjauan Literatur tentang Perubahan Perilaku Belanja di Era Internet.” *Jurnal Minfo Polgan* 14, no. 1 (2025): 28–37. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14608>.
- Andani, Debby Kusuma, dan Didiek Wahyu Indarta. “Pengawasan Hukum Platform E-Commerce Tiktok dan UMKM oleh KPPU Berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999.” *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam* 5, no. 2 (2023): 2393–2408. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v5i2.4003>.
- Anisah, Siti. “Jabatan Rangkap Dalam Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Dan Amerika Serikat.” *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum* 30, no. 1 (2023): 49–69. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol30.iss1.art3>.
- Aqil, Hasan Labiqul. “Ilusi Kemitraan dalam Wacana Ekonomi Berbagi.” *Jurnal Dinamika* 4, no. 1 (2023): 1–12. <https://doi.org/10.18326/dinamika.v4i1.1-12>.
- Arifin, Zaenal, Soegianto, dan Diah Sulistiyani RS. “Perlindungan Hukum Perjanjian Kemitraan Pengadaan Barang / Jasa Legal Protection of Government Goods / Services Partnership Agreement in the Field.” *Jurnal USM Law Review* 3, no. 1 (2020): 59–76.
- Artharini, Nadia Feby. “Perlindungan Bagi Umkm Terhadap Persaingan Usaha Tidak Sehat.” *Dharmasisya : Jurnal Program Magister Hukum Fakultas Hukum Universitas Indonesia* 2, no. September (2022): 6–7.
- Aryadiputra, Dimas, Deny Slamet Pribadi, dan Aryo Subroto. “Perbedaan Penerapan Pendekatan Per se Illegal dan Rule of Reason dalam Putusan KPPU tentang Kartel Penetapan Harga.” *Risalah Hukum* 18, no. 1 (2022): 1–19.

<https://doi.org/10.30872/risalah.v18i1.753>.

Asmah, Asmah. "Comparative Analysis of Competition Authority Decisions Based on Mergers and Acquisitions in the Philippines, Malaysia, and Indonesia." *Journal of Progressive Law and Legal Studies* 1, no. 02 (2023): 97–114. <https://doi.org/10.59653/jplls.v1i02.85>.

Committee, Competition. "Buying Power of Multiproduct Retailers : Key findings, summary and notes." *OECD Roundtables on Competition Policy Papers*. Vol. 1. Paris, 1998. <https://doi.org/https://doi.org/10.1787/3de06027-en>.

Dwi Natalia Martama Hutabarat, Martono Anggusti, dan Jinner Sidauruk. "The Urgency of Law Enforcement Regarding The Existence of Subsidiaries as a Form of Avoidance of Laws Prohibiting Monopoly Practices and Unfair Business Competition." *Journal of Law, Politic and Humanities* 5, no. 3 (2025): 1398–1406. <https://doi.org/10.38035/jlph.v5i3.1314>.

Dwi Yusri Rahmatillah, dan Sri Ratna Suminar. "Asas Konsensualisme dalam Perjanjian Asuransi melalui Telemarketing oleh Bancassurance serta Akibat Hukumnya." *Jurnal Riset Ilmu Hukum*, 2022, 29–34. <https://doi.org/10.29313/jrih.v2i1.954>.

Enno Selya Agustina, Relys Sandi Ariani, dan Nada Hasnadewi. "Analisis Upaya Penegakan Hukum Terhadap Tindakan Kemitraan Dalam Perspektif Persaingan Usaha Tidak Sehat." *Jurnal Studia Legalia* 4, no. 01 (2023): 13–20. <https://doi.org/10.61084/jsl.v4i01.61>.

Erni, Erni, dan Febri Jaya. "Efektifitas Perizinan Berusaha Berbasis Risiko dalam Rangka Kemudahan Berusaha." *Wajah Hukum* 6, no. 2 (2022): 248. <https://doi.org/10.33087/wjh.v6i2.927>.

Ery Agus Priyono. "Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Jual Beli." *Diponogoro Private Law Riview* 21, no. 1 (2020): 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>.

Fanadya Eva Noviana. "Antara Kepentingan Pasar versus Kepatuhan terhadap Hukum." *Jurnal Audiens* 1, no. 1 (2020).

Febriani, Indah, dan Theta Murty. "Analisis Muatan Nilai Keadilan: Undang-Undang Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat." *Repertorium : Jurnal Ilmiah Hukum Kenotariatan* 10, no. 2 (2021): 187. <https://doi.org/10.28946/rpt.v10i2.1577>.

Garner, Bryan A. *Black's Law Dictionary*. Thomson Reuters, 2009.

Gumanti, R. "Kajian Filsafat Ilmu Asas Kebebasan Berkontrak Pada Pelaksanaan Standart Contract Pada Kontrak-Kontrak Perdata Di Indonesia." *Jurnal Al Himayah* 6, no. 2 (2022): 95–124.

Gunawan, Anggraeni Sari, Zavira Aulia, Reinard Christian, Yenny Konardy, dan Johan Ryan Hutajulu. "Perkembangan Perlindungan Hukum Bagi Umkm Setelah Pemberlakuan Undang-Undang Cipta Kerja Sebagai Sarana Peningkatan Ekonomi." *Prosiding Serina* 1, no. 1 (2021): 2053–62.

<https://doi.org/10.24912/pserina.v1i1.18081>.

- Hadi, Sopyan, Ari Rahmad Hakim B.F., dan Diman Ade Mulada. “Perlindungan Hukum Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Terhadap Praktik Monopoli Dilihat Dari Perspektif Hukum Persaingan Usaha.” *Commerce Law* 2, no. 1 (2022). <https://doi.org/10.29303/commercelaw.v2i1.1345>.
- Halilintarsyah, Oka. “Ojek Online, Pekerja atau Mitra?” *Jurnal Persaingan Usaha* 2, no. September (2021): 64–74. <https://doi.org/10.55869/kppu.v2i.24>.
- Hartono, Sunaryati. *Capita Selecta Perbandingan Hukum*. Bandung: Alumni, 1976.
- I Made Bangbang Agus Sindu, I Nyoman Putu Budiarta, dan I Gusti Agung Ayu Gita Pritayanti Dinar. “Azas Proporsionalitas Dalam Kontrak Bisnis Franchise.” *Jurnal Preferensi Hukum* 3, no. 3 (2022): 599–607. <https://doi.org/10.55637/jph.3.3.5575.599-607>.
- Khairandy, Ridwan. *Hukum Kontrak Indonesia Dalam Perspektif Perbandingan*. 1 ed. Yogyakarta: FH UII Press, 2013.
- . *Pokok-Pokok Hukum Dagang Indonesia*. 1 ed. Yogyakarta: FH UII Press, 2013.
- Khalid, Ferdila, Ita Mustika, dan Khadijah Khadijah. “Analisis Implementasi Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan Pada Umkm Di Kota Batam.” *Realible Accounting Journal* 3, no. 1 (2023): 36–43. <https://doi.org/10.36352/raj.v3i1.600>.
- Kira, Joseph Hugo Vieri Iusteli Sola. “Analisis Penanganan Perkara Kemitraan dalam Kasus Kemitraan Usaha yang Melibatkan PT Sinar Ternak Sejahtera.” *JLEB: Journal of Law Education and Business* 2, no. 2 (2024): 917–23.
- Lenti Susana Saragih, Aurora Elise Putriku, Silvia Diva Sari, Yessi Novitasari Laia, dan Yoga Syahputra. “Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kontribusi Ekspor UMKM di Era 4.0.” *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi* 1, no. 3 (2024): 63–72. <https://doi.org/10.61132/jusbit.v1i3.174>.
- Lewis, Arthur. *Introduction to Business Law*. 3 ed. Bandung: Penerbit Nusa Media, 2014.
- Lumbanradja, Kamser, Dhaniswara K. Harjono, dan Hulman Panjaitan. “Analisa Perjanjian Tertutup dalam Pasal 15 Ayat (3) UU No. 5 Tahun 1999 dalam Perspektif Normatif dan Implementasinya Kamser.” *Bulletin of Community Engagement* 4, no. 1 (2024). <https://attractivejournal.com/index.php/bce/>.
- Mahmudah, Siti. “Tinjauan Yuridis terhadap Kerjasama dengan Sistem Franchise Pada Bisnis Ritel.” *Gema Keadilan* 6, no. 1 (2019): 86. <https://doi.org/10.14710/gk.6.1.86-98>.
- Manalu, Laurentina, dan Wardani Rizkianti. “Asas Kebebasan Berkontrak Dan Asas Proporsionalitas Dalam Perjanjian Franchise Indomaret.” *Jurnal Interpretasi Hukum* 4, no. 3 (2023): 760–67.

- Mantili, Rai, Hazar Kusmayanti, dan Anita Afriana. "Problematika Penegakan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia dalam Rangka Menciptakan Kepastian Hukum." *PADJADJARAN Jurnal Ilmu Hukum (Journal of Law)* 3, no. 1 (2016): 116–32. <https://doi.org/10.22304/pjih.v3n1.a7>.
- Margono, Suyud. *Hukum Anti Monopoli*. 1 ed. Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Marvin Candra, dan Gunardi Lie. "Pelanggaran Kemitraan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Perspektif Hukum Bisnis." *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik* 5, no. 1 (2024): 518–25. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v5i1.3155>.
- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum*. 1 ed. Jakarta: Prenada Media, 2005.
- Meiners, Roger E. *The Legal Environment of Business*. St. Paul: West Publishing Company, 1998.
- Mertokusumo, Sudikno. *Mengenal Hukum*. 1 ed. Yogyakarta: Liberty, 1999.
- Meylana, Dananda Wahyu, Irmayani Noer, dan Teguh Budi Tristanto. "Strategi Kemitraan Usaha Waralaba Dalam Meningkatkan Hubungan Kerjasama Di Pt Sumber Berkah Niaga." *Karya Ilmiah Mahasiswa Agribisnis Politeknik Negeri Lampung*, 2018, 1–11.
- Mifta, Sarah. "Implementasi Asas Proporsionalitas Dalam Perjanjian Kemitraan Antara Perusahaan PT. Go To Go-Jek Tokopedia Dan Mitra Kerja." *Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia*. Universitas Islam Indonesia, 2024.
- Mulky, Mohamad, dan Miftakhul Huda. "Implikasi Hukum Bagi Umkm Pasca Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang- Undang (Perpu) Tentang Cipta Kerja Sebagai Undang-Undang." *Jurnal HUKUM BISNIS Universitas Narotama 1945*, no. 1 (2024): 1337–49.
- Norman Syahdar Idrus. "Aspek Hukum Perjanjian Waralaba (Franchise) Dalam Perspektif Hukum Perdata Dan Hukum Islam." *Jurnal Yuridis* 4, no. 1 (2017): 28–45.
- Pribadi, Deny Slamet. "Penerapan Asas Proporsionalitas/Berimbang Dalam Perjanjian Kemitraan." *Yuriska : Jurnal Ilmiah Hukum* 10, no. 1 (2018): 29–33. <https://doi.org/10.24903/yrs.v10i1.265>.
- Purba, Hasim. *Hukum Perikatan dan Perjanjian*. 1 ed. Jakarta: Sinar Grafika, 2022.
- Retnowati, Tutiek, dan Denaldi Fernando. "Dampak Terhadap Konsumen Dari Persaingan Bisnis Tidak Sehat Para Pelaku Usaha Sepeda Motor." *Jurnal Hukum Bisnis Universitas Narotama* 4, no. 1 (2020): 289–311. <http://www.mediaindonesia.com/news/read/57119/honda-yamaha-diduga-kartel/2016-07-20>.
- Rohaedi, Rosalia Alima Utami, dan Elisatris Gultom. "Penegakan Hukum Pada Perjanjian Wilayah Menurut Undang-Undang Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat." *Binamulia Hukum* 13, no. 1 (2024): 25–33. <https://doi.org/10.37893/jbh.v13i1.659>.

- Santoso, Budi. *Kegenan(Agency) : Prinsip-Prinsip Dasar, Teori, dan Problematika Hukum*. 1 ed. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2015.
- Saputri, Fitri Arianti. "Regulation and Sanctions Against Unfair Business Competition : Challenges in Law Enforcement." *JHK : Jurnal Hukum dan Keadilan* 2, no. 3 (2025): 28–43.
- Sefi Rahmawati, Syifa Fauziya, Nur Aisyah, dan Muhammad Alkirom Wildan. "Systematic Literature Review: Pengaruh Strategi Pemasaran Digital terhadap Perilaku Konsumen dan Kinerja Bisnis." *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis* 5, no. 1 (2025): 261–68. <https://doi.org/10.55606/jaemb.v5i1.6051>.
- Shalihah, Aini, dan Lian Fawahan. "Implementasi Demokrasi Ekonomi Sejak Diberlakukannya Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 Penetapan Perppu Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja menjadi UU." *Jurist-Diction* 6, no. 2 (2023): 231–46. <https://doi.org/10.20473/jd.v6i2.42353>.
- Sirait, Ningrum Natasya, Andi Fahmi Lubis, dan Helena Wirastris Wulandari. *Buku Teks Hukum Persaingan Usaha*. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), 2017.
- Siswanto, Arie. *Hukum Persaingan Usaha*. 1 ed. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2002.
- Sonata, Depri Liber. "Metode Penelitian Hukum Normatif Dan Empiris: Karakteristik Khas Dari Metode Meneliti Hukum." *Fiat Justisia Jurnal Ilmu Hukum* 8, no. 1 (2014): 134.
- Suhasril, dan Mohammad Taufik Makarao. *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*. Diedit oleh Risman Sikumbang. 1 ed. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2010.
- Supianto, dan Nanang Tri Budiman. "Analisis Yuridis Terhadap Perjanjian Kerjasama Antara Petani Tembakau Di Kabupaten Jember dengan PT. Adi Sampoerna." *Jurnal Rechtsens* 6, no. 2 (2017): 41–59. <http://ejurnal.uj.ac.id/index.php/REC/article/view/203/197%0A>.
- Suratman, dan Philips Dillah. *Metode Penelitian Hukum*. 3 ed. Bandung: CV. Alfabeta, 2015.
- Susanti, Dyah Ochtorina, dan A'an Effendy. *Penelitian Hukum (Legal Research)*. Diedit oleh Maya Sari. 2 ed. Jakarta: Sinar Grafika, 2015.
- Tira, Andi. "Business Healthy in Competition of Partnership." *Indonesia Prime* 1, no. 1 (2016): 8–18. <https://doi.org/10.14724/id.v1i1.2>.
- Ulil Albab, S.H.S., Erdha Widayanto, dan Kevin B Sibarani. "Pengawasan Pelaksanaan Kemitraan UMKM dan Usaha Besar: Perbandingan Pengaturan di Indonesia dan Malaysia." *Jurnal Persaingan Usaha* 3, no. 1 (2023): 74–86. <https://doi.org/10.55869/kppu.v3i1.98>.
- Wignjosoebroto, Soetandyo. "Penelitian Hukum : Sebuah Tipologi." *Majalah Masyarakat Indonesia*, 1974.

Zainol Hasan, dan Mahyudi Mahyudi. “Analisis terhadap Pemikiran Ekonomi Kapitalisme Adam Smith.” *Istidlal: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam* 4, no. 1 (2020): 24–34. <https://doi.org/10.35316/istidlal.v4i1.206>.

Zimmermann, Reinhard. *The Law of Obligations, Roman Foundation of The Civilian Tradition*. Oxford: Oxford University Press, 1996.