

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Industri ritel Indonesia, merupakan industri yang strategis bagi perkembangan ekonomi Indonesia. Dalam sebuah klaimnya, asosiasi perusahaan ritel Indonesia (Aprindo), yang selama ini banyak mewakili kepentingan peritel modern menyatakan bahwa sektor ritel merupakan sektor kedua yang menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia, dengan kemampuan menyerap sebesar 18,9 juta orang, di bawah sektor pertanian yang mencapai 41,8 juta orang. Tidaklah mengherankan apabila persoalan ritel merupakan persoalan yang sangat pelik bagi bangsa Indonesia (Komisi Pengawas Persaingan Usaha RI, 2006).

Perkembangan industri ritel Indonesia kini semakin semarak. Kehadiran para pelaku usaha ritel modern telah memberi warna tersendiri bagi perkembangan industri ritel Indonesia. Dalam jangka waktu yang singkat beberapa pelaku usaha ritel modern dengan kemampuan kapital yang luar biasa melakukan aktivitasnya di Indonesia.

Mereka mewujudkannya dalam bentuk minimarket, supermarket bahkan hypermarket yang kini bertebaran di setiap kota besar Indonesia. Kehadiran para pelaku usaha ini, bagi konsumen Indonesia di satu sisi memang sangat menggembarakan. Konsumen dimanjakan dengan berbagai hal positif terkait dengan kenyamanan saat berbelanja, keamanan, kemudahan, variasi produk yang semakin beragam, kualitas produk yang terus meningkat dan tentu saja harga produk yang menjadi lebih murah karena hadirnya persaingan. Tetapi, meskipun

kontribusi ritel modern terhadap pertumbuhan industri ritel Indonesia secara keseluruhan sangat besar dan sangat menguntungkan bagi konsumen, pertumbuhan ritel modern ternyata mendatangkan persoalan tersendiri berupa tersingkirnya usaha kecil ritel Indonesia yang menjadi tempat menggantungkan hidup bangsa Indonesia dalam jumlah yang tidak sedikit (Komisi Pengawas Persaingan Usaha RI, 2006).

Kemampuan bersaing mereka yang sangat rendah karena kemampuan capital yang sangat terbatas, dengan manajemen yang sederhana serta perlindungan dan upaya pemberdayaan yang sangat minim, telah menjadikan mereka menjadi korban dari proses liberalisasi ekonomi di sektor ritel.

Permasalahan dalam industri ritel ini dari waktu ke waktu terus mengemuka. Berdasarkan analisis Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), permasalahan dalam industri ritel yang terjadi saat ini, terbagi menjadi dua kelompok besar. Pertama adalah terkait dengan terus tersingkirnya pelaku usaha ritel kecil Indonesia dari pasar. Kedua adalah munculnya tekanan terhadap para pemasok kecil oleh pelaku usaha ritel modern yang memiliki kemampuan kapital sangat besar. Secara kebetulan kedua persoalan tersebut telah menjadi kasus di KPPU, yang menunjukkan betapa seriusnya persoalan tersebut. Kasus yang berkaitan dengan isu tersingkirnya pelaku usaha ritel tradisional oleh pelaku usaha ritel modern, digambarkan oleh kasus Indomaret (Putusan KPPU No. No.03/KPPU-L/I/2000).

Sementara terkait dengan permasalahan hubungan pemasok-ritel modern, kasus yang telah ditangani oleh KPPU adalah kasus Carrefour, yang antara lain menggugat Carrefour atas penerapan trading term dalam bentuk program minus

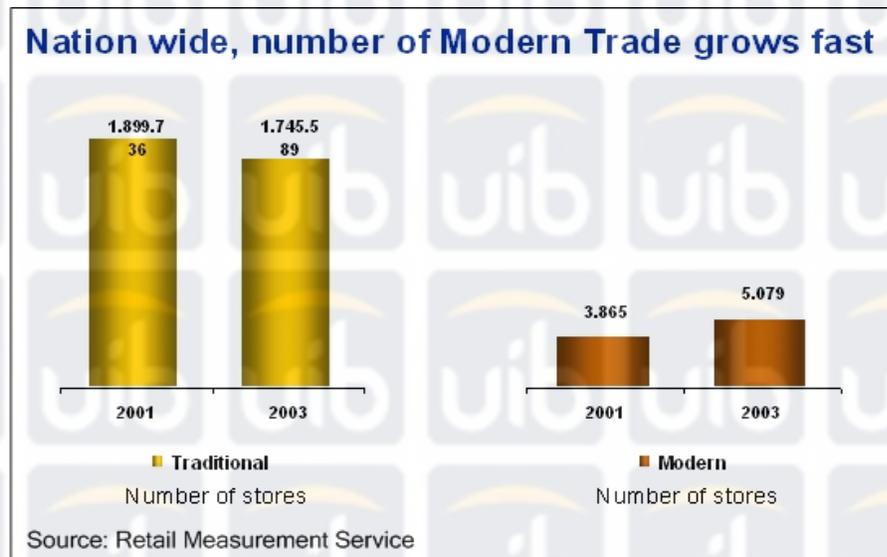
margin. Berdasarkan Putusan KPPU RI Nomor: 02/KPPU-L/2005 memutuskan bahwa PT. Carrefour Indonesia terbukti secara sah dan meyakinkan melanggar beberapa ketentuan dalam UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Sektor ritel merupakan sektor industri yang mengalami perkembangan yang cukup pesat akhir-akhir ini dengan hadirnya ritel asing yang padat modal serta memiliki jaringan yang luas. Kehadiran peritel asing tersebut tidak dapat dicegah sebagai dampak adanya persaingan global serta kebutuhan akan investasi di sektor perdagangan dan sektor ritel pada khususnya. Dalam konteks global, potensi pasar ritel Indonesia masih tergolong cukup besar. Persaingan global tersebut menimbulkan berbagai permasalahan yang berkaitan dengan persaingan usaha. Salah satu permasalahan yang sering kali mendapat sorotan adalah persaingan antara pasar modern yang rata-rata dimiliki oleh peritel asing dengan pasar tradisional. Permasalahan lain yang timbul adalah dominasi peritel modern terhadap pemasok terutama Usaha Kecil Menengah (UKM).

Berdasarkan data AC Nielsen didapatkan peta perkembangan ritel modern dengan adanya ekspansi dari masing-masing peritel. Tahun 2004, Carrefour dan Makro menambah gerainya dari 15 unit menjadi 20 unit. Hypermarket dari 5 unit menjadi 15 unit dan Giant dari 10 unit menjadi 15 unit. Minimarket pada tahun 2004 bertambah dari 1000 unit menjadi 1500 unit. Secara nilai komposisi, pertumbuhan minimarket memiliki nilai pertumbuhan yang paling besar. Masing-masing peritel mempunyai rencana ekspansi serta fokus pertumbuhan yang berbeda-beda. Matahari memfokuskan diri pada pengembangan hipermarket. Hero

akan memfokuskan diri pada pengembangan pasar swalayan serta minimarket dengan dibukanya gerai Starmart.

Gambar 1. Jumlah dan Tingkat Pertumbuhan Perdagangan Modern



Data yang didapatkan dari AC Nielsen tahun 2004 memperlihatkan bahwa pertumbuhan pasar modern berjalan seiring dengan pengurangan jumlah pasar tradisional.

Saat ini, isu yang banyak berkembang di tengah masyarakat adalah pertumbuhan pasar modern yang seolah-olah mematikan usaha pedagang kecil. Bagi sebagian konsumen, pasar modern memang memberikan alternatif belanja yang menarik. Selain menawarkan kenyamanan dan kualitas produk, harga yang mereka pasang juga cukup bersaing dibanding pasar tradisional. Hal tersebut dimungkinkan mengingat besarnya kemampuan modal para peritel asing tersebut. Dengan skala ekonomi yang lebih besar, peritel asing melalui pasar modern dapat mempersempit jalur distribusinya sehingga mampu menawarkan harga yang lebih

murah kepada konsumen. Sebaliknya, keadaan semacam ini jelas membuat risau para pedagang kecil. Banyak dari pedagang kecil mendapat imbas langsung dengan kehadiran pasar modern seperti hipermarket yaitu turunnya pendapatan mereka secara signifikan.

Selain isu di atas, permasalahan lain yang muncul akhir-akhir ini antara lain yaitu lemahnya posisi tawar dari pemasok terhadap peritel besar sehingga mengakibatkan perilaku yang tidak adil bagi pemasok tersebut (*abuse of dominant position*). Hal ini disebabkan peritel besar mempunyai penguasaan modal maupun jalur distribusi, sehingga dapat mempengaruhi kegiatan pesaingnya (secara horizontal) maupun pemasok/*supplier* (secara vertical). Terdapat biaya yang diperlakukan oleh perusahaan pengecer modern seperti (kondisi diskon, *opening fee*, *listing fee*, rabat, biaya promosi yang nilainya harus dinegosiasikan antar perusahaan pemasok dan perusahaan pengecer modern, atau apabila sebelumnya perusahaan pemasok telah menjual produknya maka yang terjadi produk perusahaan pemasok bisa dikeluarkan dari perusahaan pengecer modern.

Jenis permasalahan tersebut masuk sebagai salah satu laporan yang diterima KPPU beberapa waktu silam. Dalam laporan tersebut dijelaskan bahwa terdapat perilaku diskriminasi melalui mekanisme *listing fee* yang dikenakan oleh Carrefour sebagai peritel besar terhadap salah satu pemasoknya (Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2005). Hal tersebut merupakan salah satu permasalahan yang menarik untuk dicermati. Di beberapa negara perilaku penyalahgunaan posisi dominan dalam melakukan penawaran (*abuse of dominant bargaining position*), diatur dalam bentuk pedoman (*guideline*) yang mengatur hubungan antara pemasok dengan peritel, sebagai contoh di Jepang telah dibentuk

*guideline Concerning Abuse of a Dominant Bargaining Position in Service Transactions Under the Monopoly Act* (Fair Trade Commission of Japan, JICA, 2005).

Bentuk perilaku lain yang dapat terjadi pada jalur distribusi pemasok adalah penetapan harga jual lebih rendah dibanding harga pesaing secara konseptual merupakan praktek *Resale Price Maintenance*. Selain itu, pelaku usaha yang memiliki posisi dominan akan mampu melakukan banting harga (*predatory pricing*) dan perjanjian tertutup antar pemasok dan peritel. Faktor regulasi dirasakan turut mempengaruhi iklim persaingan sektor ritel sehingga perlu dikaji dari sudut pandang persaingan usaha yang sehat. Isu perilaku serta regulasi tersebut akan menjadi fokus penelitian ini.

KPPU telah secara aktif berperan serta mengawasi sektor ritel dalam rangka mewujudkan persaingan usaha yang sehat di sektor tersebut. Salah satu bentuk keterlibatan aktif KPPU adalah penanganan perkara yang berujung pada Putusan KPPU Nomor: 03/KPPU-L-I/2000, dimana KPPU menangani pelanggaran undang-undang oleh salah satu pelaku usaha ritel di Indonesia, yaitu Indomaret. Dalam putusannya KPPU melihat bahwa Indomaret telah mengakibatkan tersingkirnya warung tradisional di sekitar lokasi dimana minimarket Indomaret berada (Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2006).

Sebagai tindak lanjut dari penanganan perkara tersebut, KPPU juga memberikan rekomendasi kepada pemerintah untuk segera menyempurnakan dan mengefektifkan pelaksanaan peraturan dan langkah-langkah kebijakan yang meliputi pada kebijakan lokasi dan tata ruang, perijinan, jam buka dan lingkungan sosial (Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2006). Bentuk keterlibatan lain yang

telah dilaksanakan oleh KPPU adalah hasil kajian ritel tahun 2003 yang mengkaji pola hubungan peritel besar dengan pasar tradisional didasarkan pada jenis pasar serta regulasi sektor ritel (Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2003). Hasil kajian memperlihatkan bahwa pola hubungan peritel besar dengan pasar tradisional adalah saling melengkapi walaupun terdapat perbedaan harga pada ritel modern dan ritel tradisional yang disebabkan perbedaan jalur distribusi ritel pada pasar tersebut.

Melihat pada kecenderungan permasalahan sektor ritel yang semakin kompleks serta banyaknya permasalahan yang timbul di jalur distribusi ritel, maka perlu diteliti lebih mendalam mengenai sektor ritel terutama hubungan antara pemasok dengan peritel dalam jalur distribusi barang dan permasalahan persaingan usaha yang terdapat di dalamnya.

Peritel modern yang umumnya investasi asing telah menerapkan sejumlah kultur perusahaan yang kurang memperhatikan struktur dan budaya bisnis lokal. Hubungan dengan mitra kerja tidak berlandaskan kesejajajaran, Namun hanya melihat azas kepentingan bisnis semata. Demikian pula dengan syarat dagang yang diterapkan oleh peritel modern terhadap para pemasok. Sejumlah syarat dagang lebih banyak merugikan para pemasok dan merupakan perwujudan dari ketidakseimbangan posisi tawar menawar.

Berdasarkan uraian di atas, masalah ritel dijadikan sebagai topik utama penelitian dan hasil penelitian tersebut dituangkan kedalam tesis dengan judul:

**“Persyaratan Dagang (*Trading Term*) Dalam Perjanjian Ritel Modern Ditinjau Dari Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha”.**

## **1.2. Permasalahan Penelitian**

Bertolak dari uraian mengenai latar belakang penelitian tersebut di atas, maka disusun perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaturan syarat-syarat dagang dalam industri ritel di Indonesia dan dibandingkan dengan pengaturan ritel di negara lain ?
2. Apakah syarat dagang dalam pola hubungan antara pemasok dengan peritel dalam perjanjian ritel modern?
3. Apakah syarat-syarat dagang menyebabkan lemahnya posisi tawar pemasok terhadap peritel besar dalam perjanjian ritel modern sehingga mengakibatkan perilaku yang tidak adil bagi pemasok tersebut (*abuse of dominant position*)?

## **1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami berbagai isu persaingan usaha sektor ritel di tingkat distribusi peritel ditinjau dari sudut pandang Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 (selanjutnya disebut UU No. 5 Tahun 1999). Secara spesifik, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Membandingkan pengaturan syarat-syarat dagang dalam industri ritel di Indonesia dan dengan pengaturan ritel di negara lain.
2. Menjelaskan syarat dagang dalam pola hubungan antara pemasok dengan peritel dalam perjanjian ritel modern yang dapat mengakibatkan pelanggaran terhadap UU Nomor 5 Tahun 1999.
3. Mengidentifikasi dan menganalisa syarat-syarat dagang menyebabkan lemahnya posisi tawar pemasok terhadap peritel besar dalam perjanjian ritel modern sehingga mengakibatkan perilaku yang tidak adil bagi pemasok tersebut (*abuse of dominant position*)

### **1.3.2. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan pencerahan bagi para sarjana hukum Indonesia, yang mempunyai kewajiban untuk menegakkan hukum persaingan usaha khususnya di sektor ritel, seperti KPPU, pengacara, konsultan hukum, dan hakim. Selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah literatur pembahasan mengenai persaingan usaha khususnya di sektor ritel. Akhirnya, pembahasan tentang persaingan usaha di bidang ritel ini dapat digunakan pula sebagai bahan masukan untuk memperbaiki kebijakan di sektor ritel.

### **1.4. Sistematika Penulisan**

Laporan penelitian ritel akan disusun berdasarkan sistematika sebagai berikut:

#### **Bab 1. Pendahuluan**

Pada bab ini akan dibahas mengenai latar belakang penelitian, permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan

#### **Bab 2. Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori**

Pada bab ini akan dipaparkan tinjauan pustaka dan teori terkait penggolongan peritel, pola distribusi industri ritel serta teori mengenai perilaku pelaku usaha dalam industri ritel antara lain dalam hal persyaratan dagang dan lain-lain. Dalam bab ini juga akan dibahas mengenai kondisi ritel di Indonesia dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

### Bab 3. Metode Penelitian

Pada bab ini dipetakan metodologi penelitian hukum yang dilakukan. Bab ini juga menjelaskan mengenai metodologi pelaksanaan penelitian yang meliputi tahapan penelitian, pemilihan komoditi, pemilihan sumber data (peritel yang dipilih), pembuatan kuesioner, metode dalam survey lapangan serta *output* yang akan dihasilkan

### Bab 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini dipaparkan hasil penelitian terkait dengan perilaku pelaku usaha dan potensi pelanggaran dari perilaku tersebut, yang disebabkan oleh pola hubungan kerja antara pemasok dengan peritel, strategi bisnis maupun regulasi terkait. Bentuk perilaku pelaku usaha yang akan dipetakan adalah *abuse of dominant position*. Bab ini juga menganalisa dan membahas peraturan tentang ritel di Indonesia dan Perilaku Pelaku Usaha Dalam Industri Ritel dan Potensi Pelanggaran UU Nomor 5 Tahun 1999.

### Bab 5. Kesimpulan, Keterbatasan dan Rekomendasi

Pada bab ini diuraikan kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan serta rekomendasi yang diberikan oleh penulis berdasarkan hasil penelitian tersebut.