

## **PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA PADA SEPEDA MOTOR (MATIC) PERJANJIAN HARGA DI ANTARA ENTERPREAUNERS**

<sup>1</sup>Desri Novian, <sup>2</sup>La Ode Arman M

<sup>1,2</sup>Universitas Ibnu Chaldun-Jakarta

Email : <sup>1</sup>[desri.novian17@gmail.com](mailto:desri.novian17@gmail.com) , <sup>2</sup>[laodearman974@gmail.com](mailto:laodearman974@gmail.com)

### **Abstrak**

Situasi yang paling umum menunjukkan bahwa hanya ada beberapa pengusaha yang memiliki pengaruh besar pada suatu industri yang berdampak pada kecenderungan pasar yang dominan. Fenomena ini akan menciptakan situasi para pengusaha untuk melakukan kesepakatan penentuan harga yang sama di bawah kerja sama untuk mengambil keuntungan yang lebih besar dari kegiatan bisnis. Dalam hal situasi keluar adalah kesepakatan yang menentukan harga barang tertentu di pasar atau wilayah tertentu. Penelitian ini merupakan deskriptif analitis yang mengarah pada pendekatan yuridis normatif. Data dalam penelitian ini merupakan sumber data sekunder, yang terdiri dari bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Fenomena perjanjian penetapan harga adalah perjanjian yang dilarang yang diterbitkan dalam Pasal 5 dan Pasal 11 UU No. 5 Tahun 1999. Perspektif hukum perdata, perjanjian itu dinyatakan tidak sah, karena bertentangan dengan ketentuan Pasal 1320 KUHP Perdata, yang dimaksudkan untuk dianggap sebagai perjanjian pertukaran yang disepakati. Kesepakatan dibuat untuk menentukan harga skuter matic 110-125 cc antara PT Yamaha Indonesia Motor dengan PT Astra Honda Motor, berawal dari adanya komunikasi antara kedua perusahaan manajemen melalui email resmi perusahaan. Dalam percakapan melalui email tersebut, Bapak Yukata Terada selaku Presiden Direktur Kojima meminta kepada kelompok manajemen pemasaran untuk mengikuti pola kenaikan harga mulai Januari 2014 sebagai janji kepada Bapak Inuma selaku Presiden Direktur Honda. Dampak dari perjanjian tersebut menentukan harga skuter matic tipe 110-125 cc buatan PT. yang menyebabkan banyak kerugian bagi konsumen.

**Kata kunci:** perjanjian, hukum, persaingan bisnis

### **Abstract**

The most common situation showed that there are only some businessmen who have big influence on an industry which impact to the tendency of the market dominant. This phenomenon will create a situation of the businessmen to do an agreement on determining the same price under the cooperation for taking greater profits from the business activities. In case of the situation out comes was the determining agreement on the specific goods price in a certain market or region. This research is an analytical descriptive that leads to the approach of normative juridical. The data in this study are secondary data sources, consisting of primary, secondary and tertiary legal materials. A phenomenon of price determining agreement is a

*Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.5 No.1 Edisi Januari 2023*  
*Published : 30-01-2023, Page: 138-150*

prohibited agreements issued in Article 5 and Article 11 of Law No. 5 of 1999. Perspective of civil law, the agreement was declared invalid, because it contradicted to the provisions of Article 1320 of the Civil Criminal Code, which was intended to be considered as an agreed exchange agreement. An agreement was made to determine the price of a 110-125 cc matic scooter between PT. Yamaha Indonesia Motor with PT. Astra Honda Motor, originated from the existence of communication between the two management companies through the company's official email. In the conversation through the email, Mr. Yukata Terada as the President Director of Kojima asked the marketing management group to follow the pattern of price increases starting on January 2014 as a promise to Mr. Inuma as the President Director of Honda. The impact of the agreement determines the price of 110-125 cc scooter matic type made by PT. Yamaha Indonesia Motor with PT. Astra Honda Motor rose prices for Yamaha and Honda products, which caused much losses for consumers.

**Key Words:** Agreement, Law, Business Competition

## **Pendahuluan**

Keabsahan suatu perjanjian, dalam KUHPerdara telah dijelaskan dengan jelas dan tegas, bahwa suatu perjanjian adalah sah apabila memenuhi unsur-unsur yang diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara, yang meliputi: perjanjian, keterampilan, suatu hal tertentu, dan sebab halal. Kondisi hukum perjanjian bersifat kumulatif, artinya kegagalan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam ketentuan pasal ini akan mengakibatkan pembatalan perjanjian.

Perjanjian yang sah yang dibuat akan dilaksanakan sebagai hukum dan aturan bagi orang-orang yang terlibat di dalamnya dan sebagai peserta yang setuju dengan perjanjian tersebut, dan perjanjian tersebut tidak dapat ditarik atau dilanggar oleh satu pihak saja, berarti bahwa perjanjian kedua belah pihak sebagai penentu, atau karena alasan yang dinyatakan oleh hukum sudah cukup. Suatu perjanjian, selain dilakukan berdasarkan perjanjian dan ketentuan hukum perjanjian, juga harus dilakukan dengan itikad baik sesuai dengan ketentuan Pasal 1338 ayat (2) KUHPerdara.

Perjanjian adalah perbuatan hukum berupa perjanjian antara dua pihak atau lebih mengenai harga aset antara kedua belah pihak, dimana salah satu pihak menjanjikan atau dianggap berjanji untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu, sedangkan pihak lainnya berhak menuntut pelaksanaan janji tersebut. Dengan demikian jelas bahwa perjanjian adalah hubungan hukum, yang berarti bahwa hak-hak yang terlibat dalam perjanjian dijamin dan dilindungi oleh hukum. Namun, dalam hukum persaingan usaha ada beberapa bentuk perjanjian yang dilarang. Larangan perjanjian tersebut merupakan upaya untuk mencegah persaingan usaha yang tidak sehat antar pelaku usaha yang dapat merugikan konsumen atau kepentingan umum. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (selanjutnya disebut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999) mengatur bahwa pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya

*Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.5 No.1 Edisi Januari 2023*  
*Published : 30-01-2023, Page: 138-150*

didasarkan pada demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dengan kepentingan umum.

Persaingan dalam kegiatan bisnis adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari dan merupakan "nafas" dari kegiatan bisnis itu sendiri. Tidak ada kegiatan usaha yang dilakukan oleh sesama manusia yang tidak menciptakan persaingan karena operator bisnis membutuhkan konsumen segera, sehingga usahanya dapat mendatangkan keuntungan. Pada akhirnya, bisnis mencoba berbagai cara untuk menarik konsumen.

Dalam praktiknya, dalam bentuk pasar oligopoli, di mana hanya ada beberapa pengusaha di pasar, sangat sulit untuk mengambil bagian dan terlibat dalam pasar yang dikenal sebagai penerapan barrier to entry. Pada jenis pasar ini terdapat saling ketergantungan antara masing-masing pebisnis sehingga keputusan strategis suatu perusahaan bergantung pada keputusan strategis perusahaan lain yang terdapat di pasar

. Kondisi pasar ini melahirkan aksi kartel. Kartel merupakan bentuk kerja sama antara sejumlah pengusaha untuk dapat mengendalikan jumlah produksi dan harga suatu barang atau jasa dalam upaya memperoleh keuntungan di atas tingkat keuntungan yang wajar. Kartel menggunakan berbagai cara untuk mengoordinasikan kegiatan antar pengusaha. Kondisi yang paling banyak muncul adalah sebuah industri hanya memiliki beberapa pemain (pebisnis) yang mendominasi di pasar. Fenomena ini dapat mendorong pengusaha untuk mengambil tindakan bersama dengan tujuan mengambil keuntungan yang lebih besar dari kegiatan bisnis. Dimana para pengusaha dapat membuat berbagai perjanjian antara pengusaha lain, misalnya kesepakatan dalam menentukan harga barang di pasar atau wilayah tertentu. Sebagai contoh kasus persaingan usaha tidak sehat, yang terjadi karena adanya kesepakatan harga antar pelaku usaha yaitu perjanjian harga antar usaha perdagangan motor jenis sepeda motor jenis motor 110-125 cc, antara perusahaan Yamaha dengan Honda, yang telah diputuskan oleh KPPU dalam putusan perkara No. 04/KPPU-I/2016 tentang Dugaan Pelanggaran Pasal 5 UU No. 5 Tahun 1999 tentang industri motor skuter matic 110-125 cc di Indonesia. Dalam hal ini, Manajemen PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing dan PT Astra Honda Motor disinyalir telah membuat kesepakatan mengenai harga jual motor tersebut. Berdasarkan uraian singkat latar belakang di atas, ditentukan sejumlah rumusan masalah yang menjadi permasalahan utama dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Bagaimana ketentuan perjanjian hukum menentukan harga barang antar pelaku usaha menurut hukum perjanjian dan hukum persaingan usaha?
- b. Bagaimana proses kesepakatan menentukan harga motor skuter matik antara PT Yamaha Indonesia Motor dengan PT Astra Honda Motor?
- c. Bagaimana dampak dari kesepakatan tersebut menentukan harga sepeda motor oleh PT Yamaha Indonesia Motor dengan PT Astra Honda Motor?

## **2. Metodologi Penelitian**

*Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.5 No.1 Edisi Januari 2023  
Published : 30-01-2023, Page: 138-150*

Penelitian ini bersifat deskriptif analitis. Menurut Amiruddin, penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan secara akurat karakteristik individu, kondisi, gejala atau kelompok tertentu, atau untuk mengetahui penyebaran suatu gejala, atau untuk mengetahui apakah ada korelasi antara gejala dengan gejala lain di masyarakat. Penelitian ini merupakan deskriptif analitis yang mengarah pada pendekatan yuridis normatif. Penelitian ini mencoba mendeskripsikan kondisi umum permasalahan yang berkaitan pada penentuan kesepakatan harga antara pengusaha dalam perdagangan sepeda motor skuter Yamaha dan Honda.

Penelitian ini menggunakan beberapa metode pendekatan yaitu pendekatan hukum yang dilakukan dengan mengkaji peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan objek penelitian. Pendekatan kasus dilakukan dengan menganalisis kasus penentuan harga sepeda motor skuter antara perusahaan Yamaha dan Honda. Selain pendekatan kasus, pendekatan konseptual juga digunakan, yang dilakukan dengan menelusuri teori dan doktrin perjanjian yang dilarang, dan berdampak pada penciptaan praktik monopolistik. Sumber data penelitian diambil dari data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari bahan pustaka, peraturan perundang-undangan dan doktrin hukum.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan mencari bahan pustaka (library research). Penelitian kepustakaan dilakukan dengan mencari referensi hukum berupa buku, majalah, penelitian ilmiah, tesis, dan juga karya ilmiah lainnya serta mencari peraturan perundang-undangan, khususnya dalam bentuk arsip dan termasuk buku-buku tentang pendapat, teori, proposisi atau hukum yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif. Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan mengatur data, memecahnya menjadi unit-unit yang dapat diproses, dan mensintesisnya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari adalah dan memutuskan apa yang dapat diberitahukan kepada orang lain.

### **3. Hasil Penelitian**

Setiap pengusaha atau pedagang berhak mengembangkan usaha atau perusahaannya dengan melakukan upaya peningkatan pendapatan (keuntungan) dari usaha atau kegiatan perdagangan yang dilakukan. Namun, upaya tersebut tidak boleh dilakukan sesuka hati, dimana pengusaha atau pedagang tidak lagi mengindahkan nilai-nilai kejujuran yang harus ada dalam tatanan hukum dunia usaha.

Dalam menjalankan kegiatan usaha, pelaku usaha dilarang melakukan persaingan usaha tidak sehat. Karena kondisi tersebut termasuk dalam bentuk perbuatan yang melanggar hukum, karena dilarang dalam UU No. 5 Tahun 1999. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut untuk melakukan persaingan usaha yang adil dengan memperoleh keuntungan yang berada dalam batas wajar. Persaingan usaha yang adil merupakan suatu keharusan bagi perkembangan suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya, termasuk untuk mengembangkan cabang-cabang perdagangan perusahaan tersebut.

*Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.5 No.1 Edisi Januari 2023  
Published : 30-01-2023, Page: 138-150*

Menciptakan persaingan usaha yang sehat, perilaku jujur dan kelayakan dalam menjalankan kegiatan usaha oleh setiap pelaku usaha merupakan suatu keharusan yang harus dilakukan dalam rangka memberikan perlindungan bagi masyarakat, khususnya bagi konsumen. Perilaku tidak jujur dalam melakukan kegiatan usaha merupakan perbuatan yang dilarang dalam hukum persaingan usaha. Salah satu bentuk perilaku tidak jujur dalam hukum persaingan usaha adalah dengan membuat kesepakatan untuk menentukan harga jual antar pengusaha. Kesepakatan penetapan harga jual antar pelaku usaha pada dasarnya bertujuan untuk mempengaruhi harga pasar, yang termasuk dalam bentuk perjanjian yang dilarang diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

Pembahasan kesepakatan, tidak terlepas dari prinsip dan ketentuan hukum kontrak yang diatur dalam hukum perdata (KUHPerduta). Kitab Undang-Undang Hukum Perdata adalah aturan umum yang mengatur perjanjian atau sebagai perjanjian yang membentuk persepsi yang sama (perjanjian semacam itu), yang saat ini masih berlaku sebagai aturan umum hukum perdata di Indonesia.

Pasal 1313 KUH Perdata menyatakan bahwa perjanjian adalah suatu perbuatan yang dengannya satu atau lebih orang melakukan dan mengikat satu sama lain. Kesempatan ini tidak hanya terkait dengan kesepakatan tetapi juga istilah pertunangan.

Sistem hukum perjanjian mengadopsi sistem terbuka, artinya para pihak memiliki kebebasan maksimal untuk membuat perjanjian yang berisi dan dalam bentuk apapun, sepanjang tidak melanggar ketertiban umum dan kesusilaan. Hal ini dapat dilihat dalam Pasal 1338 KUH Perdata yang pada intinya menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara hukum berlaku sebagai undang-undang bagi yang membuatnya. Selanjutnya, Pasal 1320 KUH Perdata menyatakan bahwa suatu perjanjian yang sah harus melibatkan 4 (empat) syarat, yaitu: Pertama, mereka sepakat untuk berkomitmen, Kedua, kemampuan membuat perjanjian. Ketiga, hal tertentu, dan keempat, sebab halal (causa).

Ketentuan perjanjian yang diatur dalam KUH Perdata adalah prinsip dan ketentuan umum yang berlaku untuk semua perjanjian. Selain itu ada juga undang-undang khusus yang juga mengatur perjanjian. Salah satu ketentuan khusus yang mengatur perjanjian tersebut dapat ditemukan dalam UU No. 5 Tahun 1999.

UU No. 5 Tahun 1999 memberikan definisi perjanjian meskipun pengertian perjanjian tersebut telah diatur dalam KUHPerduta. Artinya, UU No. 5 Tahun 1999, mengatur secara terpisah mengenai perjanjian yang terjadi dalam konteks hukum persaingan usaha. Pengertian perjanjian dalam UU Persaingan Usaha dapat dilihat pada rumusan Pasal 1 ayat (7) UU No. 5 Tahun 1999, yang menyatakan: "Suatu perbuatan salah satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikatkan diri kepada satu atau lebih pelaku usaha lain dengan nama apapun, baik tertulis maupun tidak tertulis". Dari pengertian perjanjian tersebut, dapat dilihat bahwa pengertian perjanjian yang dirumuskan dalam UU No. 5 Tahun 1999 tidak jauh berbeda dengan makna perjanjian yang disebutkan dalam Pasal 1313 KUHPerduta. Hanya saja dalam UU No. 5 Tahun 1999, subjek hukum perjanjian dikhususkan untuk pelaku usaha.

*Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.5 No.1 Edisi Januari 2023*  
*Published : 30-01-2023, Page: 138-150*

Hukum perdata dikenal sebagai prinsip dasar dalam kaitannya dengan pelaksanaan perjanjian, yaitu prinsip kebebasan berkontrak. Menurut Agus Yudha Hernoko, prinsip kebebasan berkontrak merupakan prinsip yang menempati posisi sentral dalam hukum kontrak, meskipun prinsip ini tidak diatur dalam supremasi hukum tetapi memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap hubungan kontraktual. Kebebasan berkontrak pada dasarnya adalah perwujudan dari kehendak bebas, yang perkembangannya didasarkan pada semangat liberalisme yang menghitung kebebasan individu. Menurut gagasan individualisme, setiap orang bebas untuk mendapatkan apa yang diinginkannya, sedangkan dalam hukum perjanjian filosofis ini diwujudkan dalam prinsip kebebasan berkontrak.

Pelaksanaan prinsip kebebasan berkontrak dalam pembuatan suatu perjanjian dibatasi oleh sejumlah syarat yang diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata yang merupakan syarat hukum dari suatu perjanjian. Berkenaan dengan perjanjian yang menentukan harga antar operator bisnis, jelas bahwa perjanjian tersebut tidak memenuhi persyaratan hukum untuk suatu perjanjian, karena bertentangan dengan hukum (yaitu Undang-Undang No. 5 Tahun 1999).

Price fixing agreement merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan setinggi-tingginya. Dengan penentuan harga yang dilakukan antar pelaku usaha (produsen atau penjual), maka akan menghilangkan persaingan dalam hal harga untuk produk yang mereka jual atau pasarkan, yang kemudian dapat mengakibatkan surplus konsumen yang seharusnya dinikmati oleh pembeli atau konsumen yang terpaksa beralih ke produsen atau penjual. Kekuatan untuk mengatur harga pada dasarnya adalah perwujudan dari kekuatan untuk mendominasi pasar dan menentukan harga yang tidak masuk akal.

Sebaliknya, dengan adanya perjanjian penetapan harga, pelaku usaha yang terlibat dalam perjanjian penetapan harga dapat mendikte atau memaksakan harga yang diinginkan secara sepihak kepada konsumen, di mana harga yang didiktekan kepada konsumen biasanya berada di atas harga wajar. Jika hal ini dilakukan oleh setiap pelaku usaha yang berada di pasar yang relevan, hal ini dapat membuat konsumen tidak memiliki alternatif yang luas kecuali harus menerima barang dan harga yang ditawarkan oleh pelaku usaha yang telah menandatangani perjanjian penetapan harga.

Larangan membuat perjanjian harga diatur dalam Pasal 5 ayat (1) UU No. 5 Tahun 1999, dalam Pasal 5 ayat (1) menyatakan bahwa: "Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha untuk menentukan harga barang dan/atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan di pasar yang sama relevan." Jika dilihat dari rumusan pasal di atas, pasal yang mengatur penetapan harga dirumuskan *secara ilegal*, sehingga penegak hukum dapat langsung menerapkan pasal ini kepada pelaku usaha yang mengadakan perjanjian penetapan harga tanpa harus mencari alasan mereka melakukan perbuatan tersebut atau tidak perlu dibuktikan bahwa tindakan tersebut telah berujung pada praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat. Namun, tidak semua perjanjian penetapan harga dilarang dalam hukum persaingan usaha. Perjanjian penetapan harga yang dibuat dalam usaha patungan dan berdasarkan hukum yang berlaku tidak dilarang.

*Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.5 No.1 Edisi Januari 2023  
Published : 30-01-2023, Page: 138-150*

Larangan membuat perjanjian harga dalam persaingan bisnis yang dikenal sebagai Kartel. Dalam struktur pasar yang kompetitif, jumlah bisnis yang mencoba di pasar ini akan lebih banyak, dan tidak ada hambatan bagi bisnis untuk memasuki pasar. Dengan demikian, setiap bisnis di pasar tidak akan mampu menggerakkan harga sesuai dengan keinginannya. Operator bisnis hanya menerima harga yang telah ditetapkan oleh pasar dan akan diminta untuk berproduksi secara maksimal agar dapat mencapai tingkat produksi yang efisien.

Sebaliknya, dalam pasar yang terstruktur oligopoli, di pasar itu hanya dibutuhkan beberapa bisnis, bantuan bisnis terkait diperlukan untuk menentukan harga produk dan jumlah produksi setiap bisnis menjadi lebih besar. Biasanya praktik kartel dapat tumbuh dan berkembang di pasar berstruktur oligopoli, yang lebih mudah untuk menyatukan dan mengendalikan sebagian besar pasar.

Praktik kartel merupakan salah satu strategi yang diterapkan antar pelaku usaha untuk dapat mempengaruhi harga dengan jumlah produksinya. Pelaku usaha/pengusaha beranggapan bahwa jika menghasilkan produk yang dihasilkan di pasar, maka permintaan terhadap produk-produk tersebut di pasar tetap akan mengakibatkan kenaikan harga ke tingkat yang lebih tinggi. Sebaliknya, jika ada pasar produk yang melimpah, tentunya akan berdampak pada penurunan harga produk di pasaran. Oleh karena itu, bisnis mencoba upaya untuk membentuk pekerjaan horizontal (kelompok) untuk menentukan harga dan jumlah produksi barang atau jasa.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa tidak semua perjanjian yang dibuat oleh pelaku usaha dapat disebut sebagai tindakan kartel. Perjanjian harga antar pelaku usaha dalam perdagangan juga dapat dibentuk berdasarkan mekanisme pasar. Sebagai contoh: pasokan barang dalam bentuk makanan pokok jarang dialami di pasar karena bencana alam di daerah yang menghasilkan makanan pokok tersebut. Karena kelangkaan suatu barang, dan permintaan barang itu meningkat, berdasarkan teori hukum ekonomi penawaran dan permintaan (penawaran dan permintaan), kelangkaan barang tersebut secara alami membuat harga barang tersebut lebih tinggi.

Umumnya ada beberapa karakteristik kartel. Pertama, adanya persekongkolan antara beberapa pelaku usaha. Kedua, menetapkan harga. Ketiga, agar penetapan harga menjadi efektif, alokasi konsumen atau produksi atau wilayah juga dibuat. Keempat, adanya perbedaan kepentingan di antara pelaku usaha, misalnya karena perbedaan biaya. Dalam kartel, perlu adanya kompromi di antara anggota kartel, misalnya dengan kompensasi dari anggota kartel besar kepada mereka yang lebih kecil.

Penerapan prinsip kebebasan berkontrak yang diatur dalam Pasal 1338 KUH Perdata memiliki hubungan erat dengan Pasal 1320 KUH Perdata, yang berkaitan dengan legalitas perjanjian, sehingga dalam membuat perjanjian kedua pasal tersebut merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan. Larangan perjanjian penetapan harga antar pelaku usaha yang bertujuan mempengaruhi pasar didasarkan pada isi dan ruang lingkup perjanjian yang bertentangan dengan undang-undang. Dengan demikian, berdasarkan ketentuan Pasal 1320 KUH Perdata, perjanjian tersebut tidak sah, karena melanggar atau bertentangan dengan hukum. Pasal 11 UU No. 5 Tahun 1999, secara eksplisit menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang mengadakan

*Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.5 No.1 Edisi Januari 2023  
Published : 30-01-2023, Page: 138-150*

perjanjian dengan pelaku usaha dengan tujuan untuk mempengaruhi harga dan mengatur produksi dan pemasaran barang dan jasa yang dapat berdampak pada kondisi praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

Pemenuhan unsur-unsur Pasal 5 dan Pasal 11 UU No. 5 Tahun 1999 dalam suatu perjanjian untuk menentukan harga yang dibuat di kalangan pelaku usaha, perjanjian tersebut tidak sah, karena bertentangan dengan ketentuan Pasal 1320 KUHPPerdata, yang merupakan cerminan dari penerapan prinsip kebebasan berkontrak, yang menetapkan bahwa perjanjian yang dibuat oleh para pihak tidak boleh bertentangan dengan hukum atau undang-undang.

Dalam kasus No.04/KPPU-I/2016, yang merupakan praktik kartel di industri motor skuter matic 110-125 cc di Indonesia, diawali dengan kesepakatan antara Manajemen PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM) dan PT Astra Honda Motor dalam menentukan harga jual motor skuter matic 110-125 cc. Perjanjian penetapan harga dimulai dengan komunikasi antara kedua manajemen perusahaan melalui email resmi perusahaan, yang ada dalam percakapan melalui email. Yukata Terada, Presiden Direktur Kojima meminta grup manajemen pemasaran untuk mengikuti pola kenaikan harga mulai Januari 2014 sebagai janji kepada Presiden Direktur Honda. Inuma E-mail yang dikirim oleh Presiden Direktur YIMM Yoichiro Kojima kepada Executive Vice President Dyonisius Beti pada tanggal 28 April 2014, kemudian diteruskan ke grup manajemen pemasaran.

Berdasarkan email pada tanggal 28 April 2014 dari Presiden Direktur YIMM Yoichiro Kojima kepada Executive Vice President Dyonisius Beti, yang diteruskan ke grup manajemen pemasaran, berisi diskusi berikut: Silakan lihat materi perbandingan harga IDN yang disajikan oleh YMC di ASEAN Mtg. Seperti yang Anda perhatikan, harga beberapa model Honda yang lebih rendah, seperti Vixion, Fino, dll. Kita perlu mengirim pesan ke Honda, mengikuti tentang kenaikan harga untuk mengatasi kenaikan biaya fractuation / nilai tukar tenaga kerja sebagai masalah umum bagi industri. Jadi mohon ditinjau harga saat ini dan silakan sesuaikan harganya. Lebih khusus lagi, proses kesepakatan untuk menentukan harga antara PT YIMM dan PT AHM Indonesia, dapat dilihat pada skema berikut:



*Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.5 No.1 Edisi Januari 2023  
Published : 30-01-2023, Page: 138-150*

Sumber: Putusan KKPU, Nomor Perkara: 04/KPPU-I/2016

Perhatian terkait pembahasan manajemen perusahaan terhadap PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (PT YIMM) dan PT Astra Honda Motor (PT AHM) yang dilakukan melalui email, hasil pembicaraan tersebut belum menunjukkan adanya kesepakatan harga, khususnya dalam menentukan harga jual motor matic 110.125 cc. Meskipun dalam putusan perkara Nomor: 04/KPPU-I/2016, disebutkan bahwa Terlapor I dan Terlapor II terbukti secara sah dan meyakinkan melanggar Pasal 5 ayat (1) UU Nomor 5 Tahun 1999. Oleh karena itu, untuk menghukum Pihak Terlapor I denda sebesar Rp. 25.000.000.000,00 (Dua Puluh Lima Miliar Rupiah) dan Terlapor II denda sebesar Rp.22.500.000.000,00 (Dua Puluh Dua Miliar Lima Ratus Juta Rupiah) yang disetorkan ke Kas Negara sebagai setoran denda yang melanggar di bidang Persaingan Kerja Persaingan Usaha Komisi Pengawas Persaingan Usaha melalui bank Pemerintah, Tetapi penulis memiliki pandangan lain tentang kasus ini.

Berdasarkan persepsi pribadi penulis, isi email tertanggal 28 April 2014 yang dikirim oleh Presiden Direktur YIMM Yoichiro Kojima kepada Executive Vice President Dyonisius Beti yang kemudian diteruskan ke manajemen grup marketing menunjukkan adanya penawaran dari perusahaan YIMM kepada PT. Mengingat harga jual Honda di beberapa model lebih rendah daripada Yamaha. Makna yang terdapat dalam pesan e-mail tersebut berupa penawaran yang diajukan oleh Perusahaan YIMM kepada PT AHM untuk menyesuaikan harga sesuai dengan biaya produksi dan operasional perusahaan. Kemudian, pesan balasan yang dikirim oleh manajemen perusahaan Honda kepada manajemen Perusahaan YIMM adalah PT AHM kepada PT. Namun, tawaran yang diajukan oleh manajemen PT AHM dalam balasan pesan email tersebut tidak disetujui oleh PT. Permintaan Presiden Kojima San untuk menyesuaikan kenaikan harga dengan harga Honda tidak disetujui oleh Yamaha. Email dengan jelas menunjukkan ini dari pernyataan di email yang menyatakan: ... Kami tahu ini ilegal. Kami tidak pernah mengikuti proses negosiasi harga. YMC juga mengedukasi seluruh karyawan untuk tidak menegosiasikan harga dengan kompetitor. Yamaha harus memutuskan harga eceran kami dengan strategi pemasaran kami sendiri.

Berdasarkan pembahasan yang terdapat dalam e-mail tersebut yang menjadi bukti dari KPPU dalam proses pemeriksaan dugaan praktik perjanjian penetapan harga sesuai dengan Pasal 5 UU No. 5 Tahun 1999 yang dituduhkan oleh KPPU, terlihat dalam pembahasan tersebut tidak ada kesepakatan yang dicapai antara para pihak.

Perjanjian tertulis atau tidak tertulis harus didasarkan pada kesepakatan para pihak yang membuatnya. Dengan tidak adanya kesepakatan, perjanjian dalam hal ini belum terwujud. Belum terealisasi kesepakatan tersebut, maka Pasal 5 UU No. 5 Tahun 1999 yang dituduhkan KPPU cukup mendasar. Dalam Pasal 5 disebutkan: Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha untuk menentukan harga barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan di pasar yang sama relevan.

Berdasarkan pasal 5 di atas, unsur pertama dari pasal tersebut adalah membuat kesepakatan. Kemudian diikuti dengan adanya kesepakatan dalam menetapkan harga suatu

*Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.5 No.1 Edisi Januari 2023*  
*Published : 30-01-2023, Page: 138-150*

barang dengan pelaku usaha yang bersaing. Dan elemen terakhir yang harus dibuktikan adalah harga yang sama untuk produk atau layanan yang sama. Unsur membuat perjanjian, pada email pertama tidak ada kesepakatan untuk membuat kesepakatan dalam menetapkan harga. Tujuan Yamaha mengirimkan daftar biaya produksi dan harga beberapa model produksi adalah agar Honda dapat menyesuaikan harga sesuai dengan biaya produksi dan operasional perusahaan sehingga sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan mereka. Dengan demikian, harga Honda tidak akan lebih rendah dari harga Yamaha. Selanjutnya, tawaran dari perusahaan Honda agar Yamaha menyesuaikan harga sesuai kenaikan harga Honda, pada dasarnya tidak diterima atau tidak disetujui oleh manajemen Yamaha. Dengan demikian, dalam diskusi tersebut tidak terwujud kesepakatan. Artinya, unsur pertama Pasal 5 belum terpenuhi, yakni membuat kesepakatan dengan pelaku usaha pesaing untuk menetapkan harga.

Berdasarkan uraian di atas, menurut hukum perdata terbentuk perjanjian baru apabila ada kesepakatan antara para pihak yang membuatnya. Dengan tidak tercapainya kesepakatan antara para pihak, kesepakatan belum terwujud. Dengan kata lain, tidak akan ada kesepakatan tanpa kesepakatan antara para pihak yang membuatnya. Dengan demikian, unsur kesepakatan antara PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (PT. YIMM) dan PT Astra Honda Motor (PT AHM), perjanjian tersebut belum dianggap sah atau tidak pernah terjadi kesepakatan.

Unsur selanjutnya yang harus dipenuhi dalam praktik kartel adalah terjadinya harga yang sama untuk jenis produk tertentu. Unsur kesamaan harga antara PT YIMM dengan PT AHM dalam penjualan motor skuter matik setelah komunikasi melalui email antara kedua manajemen perusahaan belum sepenuhnya terpenuhi. Ketua KPPU Syarkawi Rauf menjelaskan, saat ini Yamaha dan Honda menguasai 97 persen pangsa pasar Indonesia. Pasalnya, penguasaan pasar otomotif motor saat ini dikuasai Yamaha 29 persen dan 68 persen dari Honda, sedangkan pabrikan lain hanya menguasai 3 persen pasar. Dengan demikian, konspirasi yang sebenarnya akan sulit.

Dalam membuktikan adanya persekongkolan dalam menetapkan harga dapat dibuktikan dengan terjadinya kesamaan harga untuk suatu produk tertentu. Sehingga kenaikan harga tidak bisa dijadikan indikasi adanya konspirasi dalam menentukan harga. Ini bisa menjadi kenaikan harga karena peningkatan biaya produksi. Artinya, kenaikan harga motor untuk motor skuter matic 110-12 cc pada produk Honda, bukan berarti sudah ada kesepakatan dalam penentuan harga antara PT YIMM dengan PT. Oleh karena itu, kenaikan harga dapat terjadi, karena biaya produksi dan operasi perusahaan untuk model tertentu memang memiliki persamaan biaya produksi.

Namun, perlu diingat bahwa Pasal 5 UU No. 5 Tahun 1999 yang mengatur penetapan harga dirumuskan *secara ilegal*, yang berimplikasi hukum terhadap penerapan pasal ini. Artinya, penegak hukum dapat langsung menerapkan pasal ini kepada pelaku usaha yang menerapkan ke dalam perjanjian penetapan harga, tanpa harus terlebih dahulu mencari alasan bagi pelaku usaha dalam melakukan perbuatan tersebut atau membuktikan perbuatan tersebut telah menimbulkan praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat.

*Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.5 No.1 Edisi Januari 2023*  
*Published : 30-01-2023, Page: 138-150*

Dampak dari kesepakatan tersebut terhadap harga jual sepeda motor matic scooter 110-125 cc antara PT YIMM dengan PT AHM, adalah kenaikan harga jual jenis sepeda motor skuter matik yang dipasarkan oleh PT AHM (Honda) dan PT. Berdasarkan data harga Head to Head pada tahun 2014, terlihat bahwa harga produk pesaing lainnya yaitu Suzuki dan TVS untuk jenis sepeda motor yang sama, cenderung tidak mengalami kenaikan, sedangkan harga Yamaha dan Honda sepanjang tahun sering mengalami kenaikan. Yamaha dan Honda menyatakan, kenaikan harga tersebut disebabkan oleh kenaikan UMR, Inflasi, Nilai Tukar Rupiah Terhadap Dolar, Pajak dan Bahan Baku Produksi. Kenaikan harga seperti yang disebutkan di atas adalah faktor eksternal atau faktor makro. Peningkatan faktor-faktor ini pada tahun 2014 juga harus berdampak tidak hanya pada harga Yamaha dan Honda, tetapi juga pada harga Suzuki dan TVS.

Kenaikan harga suatu produk sebagai akibat dari kesepakatan dalam menentukan harga tentunya berdampak pada konsumen, yang menyebabkan kerugian bagi konsumen. Karena konsumen harus membeli barang dengan harga yang lebih tinggi dari yang biasa seperti yang sebenarnya.

### **Kesimpulan**

1. Ketentuan hukum perjanjian menentukan harga barang antar pelaku usaha menurut hukum perjanjian dan hukum persaingan usaha bahwa tindakan perjanjian dalam menentukan harga adalah perjanjian yang dilarang dalam Pasal 5 dan Pasal 11 UU No. 5 Tahun 1999. Dalam perspektif hukum perdata, perjanjian tersebut tidak sah, karena bertentangan dengan ketentuan Pasal 1320 KUH Perdata, yang merupakan cerminan dari pelaksanaan prinsip kebebasan berkontrak, yang menetapkan bahwa perjanjian yang dibuat oleh para pihak tidak boleh bertentangan dengan hukum atau Konstitusi.
2. Terjadinya kesepakatan penetapan harga sepeda motor jenis matic skuter 110-125 cc antara PT Yamaha Indonesia Motor dengan PT Astra Honda Motor, berawal dari komunikasi antara manajemen kedua perusahaan melalui e-mail resmi perusahaan, yang sedang dalam percakapan melalui email tersebut. Yukata Terada, Presiden Direktur Kojima meminta grup manajemen pemasaran untuk mengikuti pola kenaikan harga mulai Januari 2014 sebagai janji kepada Presiden Direktur Honda. Inuma Email yang dikirim oleh Presiden Direktur YIMM Yoichiro Kojima kepada Executive Vice President Dyonisius Beti pada 28 April 2014, kemudian diteruskan ke grup manajemen pemasaran.
3. Dampak dari kesepakatan penetapan harga motor skuter matic 110-125 cc buatan PT Yamaha Indonesia Motor dengan PT Astra Honda Motor ada kecenderungan kenaikan harga untuk produk Yamaha dan Honda, sedangkan harga produk untuk jenis kompetitor lain yang sama tidak naik. Kenaikan harga produk motor matic skuter 110-125 cc dari produk Yamaha dan Honda berdampak pada konsumen, yang menimbulkan kerugian bagi konsumen, karena konsumen harus membeli suatu barang dengan harga yang lebih tinggi dari yang sebenarnya.

*Jurnal Ilmiah Metadata*, ISSN :2723 -7737, Vol.5 No.1 Edisi Januari 2023  
Published : 30-01-2023, Page: 138-150

## Daftar Pustaka

- Asikin, Zainal dan Amiruddin, 2014, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Lubis, Fahmi Andi, et.al, 2009, *Hukum Persaingan Usaha: Antara Teks dan Konteks*, GTZ, Jakarta.
- Fuady, Munir, 2013, *Konsep Hukum Perdata*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Muhammad, Kadir Abdul, 2010, *Hukum Perikatan di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Munadiya. Riris, 2011, *Bukti Tidak Langsung (Indirect Evidence) dalam Penanganan Kasus Persaingan Usaha*, Jurnal Ilmiah, Persaingan Usaha KPPU.
- Rokan, Kamal Mustafa, 2012, *Hukum Persaingan Usaha : Teori dan Praktiknya di Indonesia*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Soekardono, 2003, *Hukum Dagang Indonesia*, Dian Rakyat, Jakarta.
- Yudha, Agus Hernoko, 2008, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas Dalam Kontrak Komersial*, LBM, Yogyakarta.
- Nurul Ichsana, R., & Setiadi, D. (2022). SOSIALISASI PEMBERDAYAAN APARATUR SIPIL NEGARA UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PARIWISATA DI DINAS PARIWISATA KOTA MEDAN. *Jurnal PKM Hablum Minannas*, 1(1), 19-24. Retrieved from <http://ejournal.steitholabulilmi.ac.id/index.php/jhm/article/view/113>
- Nasution, L., & Ichsana, R. N. (2022). Pengaruh Anggaran Terhadap Kinerja Manajerial pada PT. Duta Marga Lestarindo. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(3), 1274-1280.
- Ichsana, R. N., & Nasution, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Kurnia Aneka Gemilang Tanjung Morawa. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(3), 1281-1288.
- Ichsana, R. N., Marzuki, M., & Purba, N. . (2022). ANALISIS YURIDIS PEMIDANAAN TERHADAP PELAKU TINDAK PIDANA PEMALSUAN GELAR AKADEMIK (Studi Putusan Pengadilan Negeri Tanjung Pinang Nomor 114/Pid.Sus/2021/PN.Tpg). *Jurnal Ilmiah METADATA*, 4(3), 285-300. Retrieved from <http://ejournal.steitholabulilmi.ac.id/index.php/metadata/article/view/237>
- Ichsana, R., Panggabean, N., Syahbudi, M., & Nasution, L. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN INOVASI BERBASIS EKONOMI KREATIF. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 865 - 882. doi:10.46930/ojsuda.v30i3.2333
- Reza Nurul Ichsana, Lukman Nasution. (2022). THE INFLUENCE OF WORK PROFESSIONALISM ON PERFORMANCE WORK AT THE MEDAN CITY COOPERATIVE AND SME OFFICE. *JURNAL PENELITIAN PENDIDIKAN SOSIAL HUMANIORA*, 7(2), 162-166. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v7i2.1607>
- Reza Nurul Ichsana, Lukman Nasution (2022). Human Resources Management Development Strategy at Microfinance Institutions in North Sumatra, 23(191), 10.47750/QAS/23.191.20.

*Jurnal Ilmiah Metadata*, ISSN :2723 -7737, Vol.5 No.1 Edisi Januari 2023  
Published : 30-01-2023, Page: 138-150

[https://admin.calitatea.ro/assets/Documents/Archive/PDF/20221109\\_b33f84d5-5e1c-45ef-bccc-966dabd7f3ae.pdf](https://admin.calitatea.ro/assets/Documents/Archive/PDF/20221109_b33f84d5-5e1c-45ef-bccc-966dabd7f3ae.pdf)

- Jonner Lumban Gaol, Reza Nurul Ichsan (2022). Traditional Market Management Model Based on Digital Marketing, 32 (191). 10.47750/QAS/23.191.27. [https://admin.calitatea.ro/assets/Documents/Archive/PDF/20221109\\_badab131-f0a9-4b28-86e3-4d41e2aef5be.pdf](https://admin.calitatea.ro/assets/Documents/Archive/PDF/20221109_badab131-f0a9-4b28-86e3-4d41e2aef5be.pdf)
- Pajrin, Z. N., Syamsuri, A. R., Nasution, L., & Ichsan, R. N. (2022). The Influence of the Wage System, Work Environment and Welfare Benefits on Employee Work Productivity of PT. Samawood Utama Work Industries Tanjung Morawa, Deli Serdang, North Sumatra. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)*, 2(6), 646-656.
- Nasution, L., & Ichsan, R. N. (2022). PELATIHAN PEMAHAMAN ADMINISTRASI PRAKTIS DALAM PENGEMBANGAN ORGANISASI. *Jurnal PKM Hablum Minannas*, 1(2), 31-36.
- Nst, V. F. H., Gaol, J. L., & Lubis, M. A. (2022). PENGARUH ETIKA KERJA TERHADAP KUALITAS PELAYANAN MELALUI PROFESIONALISME KERJA PADA CV. SENTOSA DELI MANDIRI MEDAN. *JURNAL PROINTEGRITA*, 6(3), 201-213.
- Nuritta, C., Lubis, D., Novita, R., & Nst, V. F. H. (2022). SOSIALISASI PENCEGAHAN TINDAK ASUSILA ANAK DIBAWAH UMUR DI DESA BANDAR RAHMAT KECAMATAN TANJUNG TIRAM KABUPATEN BATUBARA. *Jurnal PKM Hablum Minannas*, 1(2), 42-46.