



P U T U S A N

Perkara Nomor 02/KPPU-L/2005

Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia selanjutnya disebut **Komisi**, yang memeriksa dugaan pelanggaran terhadap Pasal 19 huruf *a*, Pasal 19 huruf *b* dan Pasal 25 ayat (1) huruf *a* Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, selanjutnya disebut **Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999** yang dilakukan oleh:-----

PT Carrefour Indonesia, yang beralamat kantor di Carrefour Lebak Bulus, Jalan Lebak Bulus Raya Nomor 8, Jakarta 12310 selanjutnya disebut **Terlapor**;-----

telah mengambil Putusan sebagai berikut:-----

Majelis Komisi;-----

Setelah membaca surat-surat dan dokumen-dokumen dalam perkara ini;-----

Setelah mendengar keterangan Pelapor;-----

Setelah mendengar keterangan Terlapor;-----

Setelah mendengar keterangan para Saksi;-----

Setelah mendengar keterangan para Ahli;-----

Setelah melakukan penyelidikan;-----

Setelah membaca Berita Acara Pemeriksaan (selanjutnya disebut **BAP**);-----

TENTANG DUDUK PERKARA

1. Menimbang bahwa pada tanggal 20 Oktober 2004, Komisi telah menerima laporan yang pada pokoknya terdapat dugaan pelanggaran Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 yang dilakukan oleh Terlapor dalam menetapkan syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) kepada pemasok barang (Bukti A1);-----

2. Menimbang bahwa atas dasar laporan tersebut, pada tanggal 27 Oktober 2004 dan 3 Desember 2004, Komisi telah melakukan klarifikasi terhadap Pelapor yang hasilnya sebagai berikut:-----
- 2.1 Bahwa Terlapor memberlakukan syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang memberatkan pemasok yang akan menjalin hubungan usaha dengan Terlapor, antara lain: *listing fee, minus margin, fixed rebate, payment term, regular discount, common assortment cost, opening cost/new store, penalty*;-----
- 2.2 Bahwa syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) Terlapor sangat mematkan Usaha Kecil Menengah (UKM) karena Terlapor tidak membedakan pemasok skala usaha besar dan skala usaha kecil menengah;-----
- 2.3 Bahwa bersama laporan, Pelapor melampirkan syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) antara Terlapor dengan salah satu pemasok Terlapor yang memuat ketentuan sebagai berikut:-----
- 2.3.1 *Fixed Rebate* : 7%-----
- 2.3.2 Pembayaran (*terms of payment*): 45 hari-----
- 2.3.3 *Regular Discount* : 7,5% - 10%-----
- 2.3.4 *Common assortment cost* : 1%-----
- 2.3.5 *Opening cost/new store* : Rp. 1.500.000,- -----
- 2.3.6 *Penalty* : Rp. 5.000.000,- per *item per store*-----
- 2.3.7 dan lain-lain-----
- 2.4 Bahwa biaya syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) sebagaimana tersebut di atas kurang lebih 20% dari nilai penjualan (di luar *listing fee*);-----
- 2.5 Bahwa praktek *sampling* dan demo produk di gerai Terlapor dikuasai oleh satu *agency* yaitu Demo Power (Bukti A2, A3, A5);-----
3. Menimbang bahwa berdasarkan Laporan tersebut, Komisi melakukan penelitian terhadap kejelasan Laporan sesuai dengan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Keputusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 05/KPPU/KEP/IX/2000 tentang Tata Cara Penyampaian Laporan dan Penanganan Dugaan Pelanggaran Terhadap Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999;-----
4. Menimbang bahwa setelah melakukan penelitian terhadap laporan tersebut, Komisi menyatakan laporan telah lengkap dan jelas;-----
5. Menimbang bahwa berdasarkan laporan yang lengkap dan jelas tersebut, Komisi mengeluarkan Penetapan Nomor 02/PEN/KPPU/I/2005 tanggal 5 Januari 2005 tentang Pemeriksaan Pendahuluan Perkara Nomor 02/KPPU-L/2005 untuk melakukan Pemeriksaan Pendahuluan terhitung sejak tanggal 5 Januari 2005 sampai dengan tanggal 18 Februari 2005 (Bukti A6);-----

6. Menimbang bahwa untuk melaksanakan Pemeriksaan Pendahuluan, Komisi mengeluarkan Keputusan Nomor 02/KEP/KPPU/I/2005 tanggal 5 Januari 2005 tentang Penugasan Anggota Komisi dalam Pemeriksaan Pendahuluan Perkara Nomor 02/KPPU-L/2005 yang menugaskan Ir. Tadjuddin Noer Said sebagai Ketua Tim Pemeriksa, Dr. Ir. Bambang P. Adiwiyoto, M.Sc. dan Ir. H. Mohammad Iqbal, masing-masing sebagai Anggota Tim Pemeriksa (Bukti A7);-----
7. Menimbang bahwa untuk membantu Tim Pemeriksa dalam Pemeriksaan Pendahuluan, Direktur Eksekutif Sekretariat Komisi mengeluarkan Surat Tugas Direktur Eksekutif Sekretariat Komisi Nomor 02/SET/DE/ST/I/2005 tanggal 5 Januari 2005, yang menugaskan Siswanto, S.P., Gopprera Panggabean, S.E., Ak., Helli Nurcahyo, S.H., LL.M., Maya Setya Dewi, S.E. dan Verry Iskandar, S.H. masing-masing sebagai Investigator, serta Arnold Sihombing, S.H. dan Dinni Melanie, S.H. masing-masing sebagai Panitera (Bukti A8);-----
8. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Pendahuluan, Tim Pemeriksa mendengar keterangan dari Pelapor dan Terlapor, yang selanjutnya identitas serta keterangan Pelapor dan Terlapor telah dicatat dalam BAP dan ditandatangani oleh Pelapor dan Terlapor (Bukti B1, B3);-----
9. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Pendahuluan pada tanggal 24 Januari 2005, Pelapor memberikan keterangan yang pada pokoknya sebagai berikut:-----
 - 9.1 Bahwa Pelapor menyatakan persyaratan bagi pemasok untuk dapat menjual barangnya di gerai Terlapor adalah dengan menandatangani perjanjian terlebih dahulu yang memuat syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang salah satunya adalah *item* persyaratan *listing fee*;-----
 - 9.2 Bahwa Pelapor menyatakan syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) Terlapor dituangkan dalam bentuk formulir yang akan dinegosiasikan antara Terlapor dengan pemasok;-----
 - 9.3 Bahwa menurut Pelapor, persyaratan *listing fee* Terlapor yang akan dikenakan kepada pemasok dihitung per *item* per gerai sedangkan pesaing Terlapor mengenakan persyaratan *listing fee* hanya per *item* untuk seluruh gerai;-----
 - 9.4 Bahwa menurut Pelapor, terdapat pemasok yang telah membayar *listing fee* tetapi produknya tidak dipajang di gerai Terlapor dengan alasan produk tersebut tidak layak pajang;-----
 - 9.5 Bahwa menurut Pelapor, besaran biaya dari syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) termasuk biaya *listing fee* berbeda antara satu pemasok dengan pemasok lain tergantung dari *bargaining power* yang dimiliki oleh masing-masing pemasok;-----

- 9.6 Bahwa menurut Pelapor, syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) Terlapor khususnya persyaratan *listing fee* dianggap memberatkan bagi pemasok yang memiliki kemampuan kecil;-----
- 9.7 Bahwa Pelapor menyatakan Terlapor mengenakan biaya promosi kepada pemasok seperti sewa gondola dan jasa *Sales Promotion Girl* (SPG) Demo Power untuk kegiatan *sampling*;-----
- 9.8 Bahwa menurut Pelapor terdapat sanksi penundaan pembayaran oleh Terlapor kepada pemasok apabila syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) belum disepakati oleh pemasok (Bukti B1);-----
10. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Pendahuluan pada tanggal 2 Februari 2005, Terlapor memberikan keterangan yang pada pokoknya adalah sebagai berikut:-----
- 10.1 Bahwa Terlapor merupakan perusahaan ritel yang memiliki kegiatan usaha diantaranya adalah bidang perdagangan umum seperti toko serba ada, supermarket, hypermarket dan pendirian gedung untuk digunakan sebagai tempat usaha;-----
- 10.2 Bahwa Terlapor didirikan sebagai PT Contimas Utama Indonesia (CUI) pada tahun 1995;-----
- 10.3 Bahwa pada tanggal 23 Desember 2003, PT Cartisa Property Indonesia, PT Carti Satria Swalayan dan CUI bergabung menjadi satu perusahaan dengan nama Terlapor;-----
- 10.4 Bahwa Terlapor membeli barang dengan volume tinggi dari pemasok agar dapat dijual kembali dengan harga murah kepada konsumen;-----
- 10.5 Bahwa Terlapor menyatakan terdapat tiga persyaratan umum bagi pemasok untuk menjual barangnya di gerai Terlapor yaitu persyaratan administrasi sesuai dengan hukum Indonesia, memasok barang sesuai dengan ekspektasi konsumen serta pemasok dan Terlapor sama-sama menghasilkan *profit*;-----
- 10.6 Bahwa menurut Terlapor, untuk menjalin hubungan dagang antara Terlapor dengan pemasok diikat melalui perjanjian dagang yang dinamakan *National Trading terms* yang berlaku selama satu tahun;-----
- 10.7 Bahwa Terlapor menyatakan perjanjian dagang antara Terlapor dengan pemasok memuat syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang harus dinegosiasikan terlebih dahulu sebelum menandatangani perjanjian dagang tersebut;-----
- 10.8 Bahwa Terlapor memiliki tiga ribu enam ratus pemasok termasuk pemasok dari petani;-----
- 10.9 Bahwa Terlapor menjalin kerjasama dengan seratus tiga puluh dua pemasok untuk menghasilkan *home brand* tanpa dikenakan syarat-syarat perdagangan (*trading terms*);-----

- 10.10 Bahwa menurut Terlapor, besaran biaya *listing fee* yang akan dikenakan oleh Terlapor kepada pemasok tergantung dari hasil negosiasi;-----
- 10.11 Bahwa menurut Terlapor, tidak semua pemasok dikenakan persyaratan *listing fee* oleh Terlapor, misalnya pemasok yang menjalin kerjasama dengan Terlapor untuk menghasilkan *home brand* tidak dikenakan persyaratan *listing fee*;-----
- 10.12 Bahwa terdapat pemasok dengan kategori besar tidak dikenakan persyaratan *listing fee* oleh Terlapor tetapi pemasok tersebut dikenakan biaya *item* syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) lain yang lebih besar;-----
- 10.13 Bahwa persyaratan *listing fee* memiliki tujuan agar pemasok memberikan jaminan kepada Terlapor apabila produk baru yang dipasok oleh pemasok ternyata tidak laku;-----
- 10.14 Bahwa Terlapor dalam melakukan hubungan dagang dengan pemasok menerapkan sistem beli putus;-----
- 10.15 Bahwa persyaratan *listing fee* Terlapor dikenakan per *item* per gerai kepada pemasok;-----
- 10.16 Bahwa menurut Terlapor pemberitaan di Bisnis Indonesia tanggal 26 Agustus 2004 mengenai Usaha Kecil Menengah (selanjutnya disebut UKM) tidak dikenakan persyaratan *listing fee* oleh Terlapor adalah tidak benar;-----
- 10.17 Bahwa Terlapor membantu UKM dalam menjalin hubungan dagang bukan berarti tidak mengenakan persyaratan *listing fee*;-----
- 10.18 Bahwa ada dua kriteria yang dilihat Terlapor dalam mengenakan persyaratan *listing fee* kepada pemasok yaitu ukuran perusahaan dan produk yang akan dipasok;-----
- 10.19 Bahwa Terlapor mengklasifikasikan pemasok dalam tiga kategori yaitu kategori A, B dan C;-----
- 10.20 Bahwa Terlapor memiliki mekanisme *business review* yang salah satunya mereview setiap empat bulan mengenai profitabilitas yang dihasilkan masing-masing pemasok untuk melihat tercapainya ekspektasi dari pemasok;-----
- 10.21 Bahwa dalam perjanjian dagang antara Terlapor dan pemasok mengatur masalah *term of payment* yang umumnya dilakukan dalam jangka waktu lima belas hari, tiga puluh hari atau empat puluh lima hari;-----
- 10.22 Bahwa bentuk promosi yang dilakukan Terlapor terhadap pemasok diantaranya *mailer (catalog)* dan *gondola*;-----
- 10.23 Bahwa Terlapor memiliki dua sistem dalam melakukan promosi yaitu animasi produk dan *testing* produk;-----

- 10.24 Bahwa menurut Terlapor bentuk promosi dengan memakai sistem *testing* produk memerlukan jasa SPG dan Terlapor menyediakan jasa tersebut dan berkerjasama dengan perusahaan Demo Power;-----
- 10.25 Bahwa sampai saat ini hanya perusahaan Demo Power yang mau bekerja sama dengan Terlapor dalam melakukan promosi terhadap barang-barang pemasok;---
- 10.26 Bahwa Terlapor tidak menutup kemungkinan apabila pemasok ingin menggunakan jasa promosi selain perusahaan Demo Power tetapi harus mengikuti standar yang ditetapkan oleh Terlapor baik dari segi keindahan maupun keseragaman;-----
- 10.27 Bahwa menurut Terlapor besaran persyaratan *fixed rebate* Terlapor yang akan dikenakan kepada pemasok antara 0% - 7%;-----
- 10.28 Bahwa tujuan Terlapor memberikan persyaratan *minus margin* kepada pemasok yang tertuang dalam perjanjian dagang adalah agar pemasok memberikan harga jual yang sama terhadap seluruh peritel modern;-----
- 10.29 Bahwa apabila Terlapor menemukan harga jual pesaing Terlapor lebih murah maka Terlapor akan memberikan surat peringatan kepada pemasok yang isinya memberikan kesempatan kepada pemasok untuk menjelaskan mengenai hal tersebut;-----
- 10.30 Bahwa sanksi *minus margin* pernah dikenakan Terlapor kepada pemasok karena Terlapor menemukan harga jual pesaing Terlapor lebih murah;-----
- 10.31 Bahwa Terlapor tetap akan mengenakan sanksi *minus margin* terhadap pemasok selama persyaratan *minus margin* tersebut telah disepakati walaupun pemasok telah memberikan alasan seperti pesaing Terlapor membeli barang lebih banyak dari Terlapor sehingga mendapatkan diskon yang lebih besar;-----
- 10.32 Bahwa Terlapor tidak menentukan *minimum regular discount* terhadap pemasok namun memberikan saran mengenai *regular discount* tersebut dan besarnya sebesar 10%;-----
- 10.33 Bahwa menurut Terlapor apabila pemasok telah membayar *listing fee* maka barang pemasok tersebut wajib dipajang di gerai Terlapor dan apabila tidak terpajang di salah satu gerai Terlapor maka pemasok tersebut dapat mengadukan kepada kantor pusat Terlapor;-----
- 10.34 Bahwa Terlapor menyatakan pada prinsipnya Terlapor tidak dapat menahan pembayaran kepada pemasok walaupun kesepakatan mengenai syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) belum tercapai;-----
- 10.35 Bahwa pendapatan Terlapor dari *listing fee* adalah sebesar 1,65% - 2% dari total *grocery* tetapi hanya 1% dari total penjualan Terlapor;-----

- 10.36 Bahwa persyaratan *listing fee* dikenakan hanya untuk *consumer goods* bukan produk seperti *appliances*, tekstil, buah-buahan dan sayur mayur;-----
- 10.37 Bahwa Terlapor menyatakan cukup dominan dalam hal nama dan ketenaran tetapi pangsa pasar Terlapor hanya 3% dari bisnis eceran di Indonesia;-----
- 10.38 Bahwa Terlapor menyatakan akan lebih memperhatikan kepentingan pemasok dan konsumen dalam menjalankan kegiatan usahanya karena Terlapor tidak akan berkembang dengan baik tanpa adanya kerja sama dengan pemasok (Bukti B2);-----
11. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Pendahuluan Tim Pemeriksa telah mendapatkan, meneliti dan menilai sejumlah surat, dokumen serta data-data lainnya yang berkaitan dengan pemeriksaan perkara ini;-----
12. Menimbang bahwa berdasarkan keterangan Pelapor, keterangan Terlapor dan seluruh surat, dokumen serta data-data yang berkaitan, Tim Pemeriksa menemukan adanya indikasi pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 19 huruf *a*, Pasal 19 huruf *b* dan Pasal 25 ayat (1) huruf *a* Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 (Bukti A14);-----
13. Menimbang bahwa berdasarkan adanya indikasi pelanggaran, Tim Pemeriksa merekomendasikan kepada Komisi untuk dilakukan Pemeriksaan Lanjutan (Bukti A15);-----
14. Menimbang bahwa atas dasar rekomendasi Tim Pemeriksa tersebut, Komisi mengeluarkan Penetapan Komisi Nomor 10/PEN/KPPU/II/2005 tanggal 21 Februari 2005 untuk melanjutkan Perkara Nomor 02/KPPU-L/2005 ke Pemeriksaan Lanjutan terhitung sejak tanggal 21 Februari 2005 sampai dengan tanggal 19 Mei 2005 (Bukti A16);-----
15. Menimbang bahwa untuk melakukan Pemeriksaan Lanjutan, Komisi mengeluarkan Surat Keputusan Nomor 15/KEP/KPPU/II/2005 tanggal 21 Februari 2005 tentang Penugasan Anggota Komisi sebagai Majelis Komisi dalam Pemeriksaan Lanjutan Perkara Nomor 02/KPPU-L/2005, yang terdiri dari Ir. Tadjuddin Noer Said sebagai Ketua Majelis, Dr. Ir. Bambang P. Adiwiyoto, M.Sc. dan Ir. H. Mohammad Iqbal, masing-masing sebagai Anggota Majelis (Bukti A17);-----
16. Menimbang bahwa untuk membantu Majelis Komisi dalam Pemeriksaan Lanjutan, maka Direktur Eksekutif Sekretariat Komisi mengeluarkan Surat Tugas Direktur Eksekutif Sekretariat Komisi Nomor 10/SET/DE/ST/II/2005 tanggal 21 Februari 2005, untuk menugaskan Gopprera Panggabean, S.E., Ak., Drs. Malino Pangaribuan, Zaki Zein Badroen, S.E., Helli Nurcahyo, S.H., LL.M. dan Marcus Pohan, S.H. masing-masing sebagai Investigator, serta Arnold Sihombing, S.H. dan Dinni Melanie, S.H. masing-masing sebagai Panitera (Bukti A18);-----

17. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Lanjutan, Majelis Komisi telah mendengar keterangan dari Terlapor, empat belas Saksi di bawah sumpah dan dua Ahli di bawah sumpah yang keterangan dan identitasnya dicatat di dalam BAP (Bukti B4, B7, B9, B10, B11, B13, B15, B18, B19, B20, B22, B23, B25, B26, B27, B29, B31);-----
18. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 21 Maret 2005, Saksi I yang identitas lengkapnya ada pada Majelis Komisi, memberikan keterangan yang pada pokoknya sebagai berikut:-----
- 18.1 Bahwa Saksi I merupakan asosiasi pengusaha makanan dan minuman seluruh Indonesia yang berdiri pada tahun 1976;-----
- 18.2 Bahwa Saksi I beranggotakan peritel, pemasok, eksportir, importir dan memiliki tiga ratus anggota yang mewakili industri besar, menengah dan kecil serta perusahaan multinasional;-----
- 18.3 Bahwa anggota Saksi I dapat juga menjadi anggota asosiasi lain seperti Asosiasi Perusahaan Pemasok Pasar Modern Indonesia (AP3MI);-----
- 18.4 Bahwa manfaat menjadi anggota Saksi I adalah anggota mendapatkan *advise*;---
- 18.5 Bahwa kewenangan Saksi I hanya dapat memberikan sanksi moral kepada anggotanya;-----
- 18.6 Bahwa Saksi I memiliki cabang di DKI Jakarta, Jawa Timur, Jawa Barat, Jawa Tengah, Lampung dan Sumatera Selatan;-----
- 18.7 Bahwa menurut Saksi I segmentasi pasar modern diatur oleh pemerintah yang dalam hal ini adalah Direktorat Jenderal Industri antara lain diperlukan kartu keanggotaan apabila konsumen ingin berbelanja di pasar hypermarket sedangkan supermarket tidak memerlukan kartu anggota;-----
- 18.8 Bahwa anggota Saksi I menyampaikan keluhan secara lisan mengenai permasalahan *listing fee* yang diterapkan oleh peritel di pasar modern;-----
- 18.9 Bahwa anggota Saksi I menyampaikan keluhan tentang persyaratan *listing fee* Terlapor yang dirasa memberatkan dan telah berlangsung selama tiga tahun;----
- 18.10 Bahwa anggota Saksi I juga menyampaikan permasalahan negosiasi syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) antara pemasok dengan Terlapor antara lain penyewaan gondola, membayar *mailer* Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta Rupiah) per tahun, potongan rabat 5% jika ada tahun baru, penerapan *penalty* dari setiap keterlambatan pengiriman barang ke toko serta biaya *backwall* gondola per toko;-----
- 18.11 Bahwa Saksi I telah menyampaikan permasalahan yang dihadapi anggotanya terhadap Terlapor kepada pemerintah yaitu Departemen Perindustrian dan Perdagangan yang telah memfasilitasi pertemuan untuk membahas permasalahan tersebut;-----

- 18.12 Bahwa menurut Saksi I besaran persyaratan *listing fee* yang diterapkan Terlapor kepada pemasok merupakan besaran persyaratan *listing fee* yang paling berat bila dibandingkan dengan peritel modern lainnya;-----
- 18.13 Bahwa Saksi I menyampaikan pemasok akan menanggung seluruh biaya sewa gedung apabila Terlapor ingin membuka gerai baru lewat syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang diterapkan Terlapor kepada pemasok;-----
- 18.14 Bahwa Saksi I belum menyampaikan kepada Terlapor mengenai permasalahan anggotanya dalam berhubungan dagang dengan Terlapor;-----
- 18.15 Bahwa menurut Saksi I apabila besaran *listing fee* ditentukan oleh semua peritel modern maka pemasok yang mampu membayar *listing fee* saja yang dapat memasok barangnya ke gerai peritel modern;-----
- 18.16 Bahwa Saksi I tidak sependapat dengan penerapan *listing fee* oleh Terlapor dengan tujuan sebagai jaminan apabila barang yang dipasok tidak laku, karena Terlapor dapat mengembalikan barang yang tidak laku kepada pemasok namun biaya *listing fee* tidak dikembalikan;-----
- 18.17 Bahwa pengertian *listing fee* menurut Saksi I adalah biaya pencatatan barang oleh peritel hingga dapat dikenali oleh konsumen;-----
- 18.18 Bahwa Saksi I menganggap wajar mengenai *listing fee* yang dianggap sebagai jaminan oleh Terlapor tetapi besaran *listing fee* yang dikenakan oleh Terlapor dianggap tidak wajar;-----
- 18.19 Bahwa Saksi I menyatakan gerai Terlapor tutup di negara Hongkong dan Jepang dengan alasan pemasok tidak mau memasok barangnya di gerai Terlapor;-----
- 18.20 Bahwa menurut Saksi I perilaku Terlapor terhadap pemasok yang menjadi permasalahan dalam menjalin hubungan dagang adalah pengenaan sanksi *minus margin*;-----
- 18.21 Bahwa menurut Saksi I Terlapor langsung mengenakan sanksi persyaratan *minus margin* kepada pemasok dan setelah itu pemasok dipanggil untuk memberikan klarifikasi;-----
- 18.22 Bahwa menurut anggota Saksi I, pemasok telah memberikan harga jual dan diskon yang sama kepada semua peritel modern dan juga pemasok memberikan *price list* kepada peritel modern tetapi pemasok tidak dapat menjamin para peritel modern mengikuti *price list* tersebut;-----
- 18.23 Bahwa menurut anggota Saksi I, persyaratan *minus margin* akan dikenakan oleh Terlapor kepada pemasok apabila Terlapor menemukan pemasok tersebut menjual lebih murah kepada peritel modern lain dibandingkan kepada Terlapor;-
- 18.24 Bahwa pengertian persyaratan *minus margin* menurut Saksi I adalah harga jual yang diberikan pemasok kepada Terlapor merupakan harga yang termurah;-----

- 18.25 Bahwa anggota Saksi I menyatakan selain permasalahan yang dihadapi pemasok dengan Terlapor dalam berhubungan dagang, terdapat permasalahan lain mengenai adanya kerjasama antara Terlapor dengan pemerintah dalam mendirikan gerai di lokasi strategis;-----
- 18.26 Bahwa menurut Saksi I pasar terbagi menjadi dua, yaitu pasar tradisional dan pasar modern;-----
- 18.27 Bahwa pasar modern terbagi menjadi tiga, yaitu hypermarket, supermarket dan minimarket;-----
- 18.28 Bahwa menurut Saksi I, peritel dengan kategori supermarket mendirikan perusahaan ritel dengan kategori hypermarket seperti Hero mendirikan Giant dan Matahari mendirikan Hypermart untuk dapat bersaing dengan Terlapor;-----
- 18.29 Bahwa menurut anggota Saksi I, pemasok akan mengeluarkan biaya sebesar 7% - 20% dari total penjualan barang yang dipasok ke masing-masing peritel modern dan mengeluarkan biaya sebesar 1% - 3% dari nilai total penjualan untuk memasok ke pasar tradisional;-----
- 18.30 Bahwa menurut Saksi I, terdapat perilaku Terlapor yang menjadi keberatan pemasok yaitu sikap arogansi Terlapor terhadap pemasok yang sering mengatakan “*take it or leave it*” atas syarat-syarat perdagangan yang diterapkan Terlapor kepada pemasok dan perilaku Terlapor telah menjadi “virus” kepada peritel modern lainnya;-----
- 18.31 Bahwa Saksi I akan menghadapi perilaku Terlapor dengan cara membuat iklan layanan masyarakat mengenai suatu produk tidak hanya dijual di gerai Terlapor tetapi dijual di semua gerai peritel modern;-----
- 18.32 Bahwa Saksi I tidak mengetahui secara pasti pangsa pasar Terlapor tetapi pangsa pasar Terlapor untuk wilayah Jabotabek sebesar 60% - 70% di pasar modern untuk tahun 2000 (Bukti B4);-----
19. Bahwa dalam proses Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 5 April 2005, Majelis Komisi telah memanggil Saksi II yang identitas lengkapnya ada pada Majelis Komisi, namun Saksi II tidak hadir memenuhi panggilan Majelis Komisi dengan alasan menghadiri rapat mendadak dengan RUPS sebagaimana dijelaskan Saksi II secara lisan kepada Investigator melalui pembicaraan telepon tanggal 5 April 2005 pukul 14.00 WIB (Bukti B6);-----
20. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 6 April 2005, Ahli I: Yongki Surya Susilo (Direktur Retailer Service AC Nielsen Indonesia) memberikan keterangan yang pada pokoknya sebagai berikut:-----
- 20.1 Bahwa Ahli I merupakan perusahaan penyelenggara jasa riset, termasuk melakukan analisa atau riset terhadap pasar ritel di Indonesia;-----

- 20.2 Bahwa pengguna jasa Ahli I berkaitan dengan riset mengenai pasar ritel adalah perusahaan *manufacture* yang memerlukan data tentang tujuh puluh kategori *fast moving consumer goods* antara lain detergen, odol, minuman bersoda, coklat dan mie instan;-----
- 20.3 Bahwa Ahli I melakukan riset pasar ritel modern seperti minimarket, supermarket dan hypermarket;-----
- 20.4 Bahwa Ahli I mendefinisikan peritel adalah pedagang yang menjual langsung ke konsumen bukan kepada sub pedagang lain;-----
- 20.5 Bahwa Ahli I tidak membedakan pasar tradisional dan pasar modern, tetapi membedakan toko tradisional dan toko modern;-----
- 20.6 Bahwa menurut Ahli I toko modern memiliki ciri khas seperti memiliki mesin kas register, *fixed price* dan konsumen mempunyai akses langsung ke rak barang (swalayan);-----
- 20.7 Bahwa Ahli I membagi toko modern menjadi tiga, yaitu minimarket, supermarket dan hypermarket;-----
- 20.8 Bahwa dalam membedakan antara toko tradisional dan toko modern serta membagi lagi jenis toko modern ke dalam tiga bentuk toko modern, Ahli I tidak mendasarkan atau mengikatkan diri pada klasifikasi berdasarkan peraturan;-----
- 20.9 Bahwa Ahli I mendefinisikan supermarket dengan ciri-ciri memiliki mesin kas register minimum sebanyak tiga mesin, menjual barang segar yang lengkap, menjual antara 10000 – 18000 *item* produk serta memiliki luas bangunan 1500 m² – 2000 m²;-----
- 20.10 Bahwa Ahli I mendefinisikan hypermarket dengan ciri-ciri memiliki mesin kas register sebanyak dua puluh mesin, menjual *general merchandise* seperti TV dan mesin cuci, menjual antara 19000 – 20000 *item product* serta memiliki luas bangunan di atas 2000 m²;-----
- 20.11 Bahwa menurut Ahli I jumlah toko supermarket di Indonesia adalah kurang lebih seribu dan yang tergolong ke dalam *brand* supermarket antara lain Hero, Matahari dan Lion;-----
- 20.12 Bahwa menurut Ahli I jumlah toko hypermarket di Indonesia kurang lebih delapan puluh dan yang tergolong ke dalam *brand* hypermarket antara lain Giant, Hypermart, Clubstore, Terlapor, Alfa, Makro, ADA, Moro dan Tip Top;-
- 20.13 Bahwa jumlah gerai masing-masing toko hypermarket saat ini adalah Giant sebanyak sepuluh, Makro sebanyak lima belas, Terlapor sebanyak lima belas, Hypermart sebanyak lima, Clubstore sebanyak empat, dan Alfa sebanyak tiga puluh empat;-----

- 20.14 Bahwa menurut Ahli I *brand store* yang termasuk dalam kategori hypermarket dengan menjual 20.000 *item* tidak berada dalam satu relevant market dengan *brand store* hypermarket yang menjual 40.000 *item*;-----
- 20.15 Bahwa menurut Ahli I pesaing potensial Terlapor adalah Hypermart. Kosentrasi Terlapor adalah untuk wilayah Jakarta sedangkan Hypermart berkonsentrasi di luar wilayah Jakarta;-----
- 20.16 Bahwa pembagian *segmen* toko modern yang dilakukan oleh Ahli I didasarkan juga oleh riset konsumen tahun 2003–2004 tentang frekuensi belanja konsumen. Frekuensi konsumen berbelanja di hypermarket sebanyak satu sampai dua kali sebulan, di supermarket sebanyak dua sampai tiga kali sebulan, di minimarket sebanyak tiga sampai empat kali sebulan sedangkan untuk pasar tradisional sebanyak dua puluh tiga sampai dua puluh empat kali sebulan, pasar basah (*wet market*) dan gerobak sayur sebanyak tiga belas kali sebulan;-----
- 20.17 Bahwa menurut Ahli I masing-masing pasar modern seperti minimarket, supermarket dan hypermarket berkembang melalui metode *impulse* (orang membeli barang yang sebenarnya tidak direncanakan);-----
- 20.18 Bahwa menurut Ahli I masing-masing peritel hypermarket memiliki strategi sendiri dalam menentukan harga jual produk (*price policy*);-----
- 20.19 Bahwa Ahli I mengatakan supermarket dan hypermarket memiliki masing-masing acuan yang berbeda dalam mengembangkan bisnis ritelnya;-----
- 20.20 Bahwa menurut Ahli I kecenderungan pengelola supermarket juga mengembangkan konsep hypermarket dikarenakan posisi supermarket tidak lagi menjadi tempat belanja bulanan tetapi mingguan. Hal ini dilakukan untuk tetap dapat menjaring demand market untuk berbelanja bulanan;-----
- 20.21 Bahwa menurut Ahli I pasar ritel di Indonesia termasuk kategori pasar barang;--
- 20.22 Bahwa Ahli I tidak pernah menghitung pangsa pasar masing-masing peritel yang termasuk dalam kategori hypermarket (Bukti B7);-----
21. Menimbang bahwa dalam proses Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 8 April 2005, Majelis Komisi telah memanggil Saksi III yang identitas lengkapnya ada pada Majelis Komisi, namun Saksi III tidak hadir memenuhi panggilan Majelis Komisi dengan alasan menghadiri konferensi organisasi kosmetik internasional sebagaimana dijelaskan dalam suratnya Nomor 13/PKM/III/2005 tanggal 31 Maret 2005 (Bukti A25, B8);-----
22. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 13 April 2005, Saksi III yang identitas lengkapnya ada pada Majelis Komisi memberikan keterangan yang pada pokoknya sebagai berikut:-----
- 22.1 Bahwa Saksi III merupakan asosiasi perusahaan kosmetik yang berdiri pada tahun 1997;-----

- 22.2 Bahwa Saksi III memiliki tujuh ratus empat puluh empat anggota yang terdiri dari industri, importir kosmetika, eksportir dan importir bahan baku;-----
- 22.3 Bahwa menurut Saksi III, berdasarkan total volume, penjualan produk kosmetik ke pasar tradisional sebesar 70% - 80%, sedangkan ke pasar modern sebesar 20% - 30%;-----
- 22.4 Bahwa menurut Saksi III, karakteristik pasar modern seperti hypermarket dan supermarket memiliki ciri barang diambil sendiri oleh konsumen, sedangkan pasar tradisional memiliki ciri barang diambil oleh pedagang;-----
- 22.5 Bahwa menurut Saksi III, bagi anggota Saksi III lebih menguntungkan untuk menjual produknya ke pasar modern dibandingkan ke pasar tradisional dengan alasan kemampuan daya beli konsumen yang lebih tinggi dan daya tarik pasar modern sebagai tempat hiburan;-----
- 22.6 Bahwa menurut Saksi III, beberapa anggota Saksi III pernah mengajukan keluhan mengenai perlakuan tidak wajar dari peritel modern sehubungan dengan syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) sebagai berikut:-----
- 22.6.1 Pengenaan *listing fee* sebesar Rp. 3.000.000,-/item;-----
- 22.6.2 Biaya sewa gondola sebesar Rp. 25.000.000,-/gondola/gerai;-----
- 22.6.3 Keharusan mengikuti *mailer* sebesar Rp. 12.500.000,-/tahun;-----
- 22.6.4 Pengenaan rabat di atas 2%;-----
- 22.6.5 Tindakan sepihak misalnya *retur* barang;-----
- 22.6.6 Terlapor menginginkan harga termurah, sehingga jika ditemukan harga jual kepada konsumen di gerai pesaing Terlapor lebih murah dibandingkan dengan harga jual di gerai Terlapor untuk produk yang sama, maka Terlapor akan mempermasalahkan hal tersebut meskipun di gerai pesaing Terlapor pada saat itu sedang ada program promosi;---
- 22.7 Bahwa Saksi III menyatakan terhadap keluhan anggota Saksi III tersebut akan dibicarakan dengan asosiasi lain sebagai bahan masukan untuk dikonsultasikan ke Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Departemen Perdagangan;-----
- 22.8 Bahwa menurut Saksi III, terdapat aturan tak tertulis yang ditetapkan Terlapor kepada pemasok yaitu apabila Terlapor menemukan harga yang lebih murah di hypermarket lain seperti Hypermart, Makro, Giant dan lain-lain maka Terlapor akan memotong langsung *invoice* pemasok secara sepihak;-----
- 22.9 Bahwa Saksi III menyatakan terdapat empat belas anggotanya yang dipotong *invoice* secara sepihak oleh Terlapor karena Terlapor menemukan harga jual produk lebih murah di gerai pesaing Terlapor;-----
- 22.10 Bahwa menurut Saksi III, setiap produk yang sudah dikenakan *listing fee* maka produk tersebut akan dipasang di tempat yang seharusnya (di rak);-----

- 22.11 Bahwa menurut Saksi III, banyak anggotanya yang tidak sanggup membayar *listing fee* sebagaimana dipersyaratkan oleh Terlapor sehingga anggotanya tersebut tidak dapat menjual produknya di gerai Terlapor;-----
- 22.12 Bahwa menurut Saksi III, setelah Terlapor mengetahui Saksi III akan memenuhi panggilan KPPU, Terlapor menyampaikan kepada anggota Saksi III akan merubah perilaku dalam hal retur barang secara sepihak kepada pemasok;-----
- 22.13 Bahwa menurut Saksi III, terdapat salah satu pemasok besar yang tidak membayar *listing fee* kepada Terlapor;-----
- 22.14 Bahwa menurut Saksi III, Terlapor menerapkan sistem jual beli putus (Bukti B9);-----
23. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 14 April 2005, Saksi II yang identitas lengkapnya ada pada Majelis Komisi memberikan keterangan yang pada pokoknya sebagai berikut:-----
- 23.1 Bahwa Saksi II merupakan asosiasi perusahaan ritel yang berdiri pada tahun 1994;-----
- 23.2 Bahwa Saksi II memiliki enam puluh delapan anggota yang mayoritas bergerak di bidang ritel;-----
- 23.3 Bahwa pengelompokan keanggotaan Saksi II terbagi atas tiga bidang usaha yaitu bidang *department store*, bidang minimarket, supermarket, hypermarket dan bidang toko-toko khusus;-----
- 23.4 Bahwa menurut Saksi II, dasar pengelompokan sebagaimana tersebut pada poin 23.3 adalah sebagai berikut:-----
- 23.4.1 *Department store* adalah toko besar yang menjual seluruh kebutuhan rumah tangga, pakaian, kosmetika dan lain-lain;-----
- 23.4.2 Supermarket adalah toko yang menjual kebutuhan pokok masyarakat;--
- 23.4.3 Hypermarket adalah toko yang menjual barang-barang yang lebih lengkap dari supermarket;-----
- 23.5 Bahwa menurut Saksi II antara hypermarket, supermarket dan minimarket bersaing satu sama lainnya;-----
- 23.6 Bahwa menurut Saksi II, Makro dan Alfa termasuk kategori antara hypermarket dan supermarket;-----
- 23.7 Bahwa menurut Saksi II, pengertian *minus margin* adalah selisih harga antara penjualan di satu ritel dengan ritel lainnya yang harganya lebih murah;-----
- 23.8 Bahwa Saksi II tidak setuju dengan persyaratan *minus margin* Terlapor karena persyaratan *minus margin* ini tidak *fair*. Terlapor hanya akan mengenakan sanksi *minus margin* kepada pemasok yang telah menyetujui dalam perjanjian dagang antara Terlapor dengan pemasok;-----

- 23.9 Bahwa Saksi II mengusulkan agar Terlapor menghilangkan persyaratan *minus margin* sebagaimana tercantum dalam perjanjian dagang;-----
- 23.10 Bahwa menurut Saksi II, persyaratan *minus margin* Terlapor adalah untuk memproteksi Terlapor dari tindakan *unfair* pemasok yang menjual dengan harga yang berbeda kepada peritel lain;-----
- 23.11 Bahwa Saksi II mengatakan persyaratan *minus margin* Terlapor jangan sampai mengakibatkan tindakan *unfair* kepada pemasok;-----
- 23.12 Bahwa menurut Saksi II, syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) peritel modern tidak akan mempengaruhi harga jual produk pemasok;-----
- 23.13 Bahwa menurut Saksi II, persyaratan *minus margin* hanya diterapkan oleh Terlapor;-----
- 23.14 Bahwa menurut Saksi II, *listing fee* adalah biaya untuk melakukan registrasi produk baru ke dalam sistem yang ada dan untuk pemograman di komputer (*barcode*) serta untuk biaya *rearrange* produk-produk yang sudah ada sebelumnya;--
- 23.15 Bahwa Saksi II pernah menyarankan kepada Terlapor untuk tidak mengenakan persyaratan *listing fee* kepada pemasok lemah tetapi hanya kepada pemasok kuat;-----
- 23.16 Bahwa menurut Saksi II, *listing fee* dikenakan satu kali untuk satu *item* produk dan berlaku untuk seluruh gerai;-----
- 23.17 Bahwa menurut Saksi II, Terlapor tidak dapat menjamin harga jualnya merupakan harga jual termurah dibandingkan pesaingnya dengan alasan masih ditemukan harga jual murah di pesaing Terlapor;-----
- 23.18 Bahwa menurut Saksi II, pada prinsipnya kegiatan usaha ritel merupakan penjualan barang (Bukti B10);-----
24. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 15 April 2005, Ahli II: Ir. Ardiansyah Parman (Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Departemen Perdagangan Republik Indonesia) memberikan keterangan yang pada pokoknya sebagai berikut:-----
- 24.1 Bahwa pemerintah telah mengatur tentang pembinaan pasar modern dalam Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri Nomor 145 Tahun 1997 dan Nomor 57 Tahun 1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan termasuk usaha kecil agar usaha kecil dapat berkembang;-----
- 24.2 Bahwa definisi retail besar dan modern apabila luas gerainya adalah 2000 m² atau lebih;-----
- 24.3 Bahwa sebagai perusahaan dengan modal asing, Terlapor melakukan kegiatan berdasarkan ijin dari Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), sedangkan

- tentang kegiatan usaha ritel modern berdasarkan Ijin Usaha Pasar Modern (IUPM) dari Departemen Perdagangan;-----
- 24.4 Bahwa IUPM Terlapor diberikan untuk masing-masing gerai;-----
- 24.5 Bahwa Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 107 tahun 1998 tentang tata cara pemberian ijin usaha kepada pasar modern mengharuskan pengelola pasar modern untuk bekerja sama dengan UKM dan pasar tradisional melalui pola kemitraan;-----
- 24.6 Bahwa untuk itu, dalam mendapatkan ijin usaha pasar modern dipersyaratkan untuk memiliki program kemitraan dan surat pernyataan kesanggupan untuk melakukan kemitraan;-----
- 24.7 Bahwa program kemitraan tersebut adalah dalam rangka mensinergikan usaha besar dan kecil agar bemitra dan tumbuh bersama-sama;-----
- 24.8 Bahwa hal yang berkaitan dengan penentuan lokasi adalah wewenang Departemen Dalam Negeri melalui Pemerintah daerah sebagaimana yang disebutkan dalam ketentuan pasal 4 ayat 3 SKB. IUPM baru dapat diberikan setelah Terlapor mendapat ijin lokasi berdasarkan Rencana Umum Tata Ruang Wilayah Kota (RUTRWK) dan Rencana Detail Tata Ruang Wilayah Kota (RDTRWK) dari Pemerintah Daerah dengan memperhatikan juga pemberdayaan pasar tradisional;-----
- 24.9 Bahwa Ahli II menyatakan penentuan lokasi diatur berdasarkan Peraturan Daerah. Departemen Perindustrian dan Perdagangan akan menerbitkan ijin jika seluruh persyaratan pasar modern telah terpenuhi;-----
- 24.10 Bahwa Pemerintah sampai saat ini masih belum mengatur tentang *listing fee*;----
- 24.11 Bahwa Pemerintah tidak mengklasifikasikan antara hypermarket, supermarket dan minimarket. Pemerintah hanya mengklasifikasikan antara pasar modern dan pasar tradisional (Bukti B11);-----
25. Bahwa dalam proses Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 21 April 2005, Majelis Komisi telah memanggil Saksi V yang identitas lengkapnya ada pada Majelis Komisi, namun Saksi V tidak hadir memenuhi panggilan Majelis Komisi dengan alasan sedang berada di luar negeri, sebagaimana dijelaskan dalam suratnya tanggal 15 April 2005 (Bukti A32, B12);-----
26. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 25 April 2005, Saksi IV yang identitas lengkapnya ada pada Majelis Komisi memberikan keterangan yang pada pokoknya sebagai berikut:-----
- 26.1 Bahwa Saksi IV merupakan perusahaan ritel di pasar modern dan memiliki enam gerai, sebanyak empat gerai yang terletak di Jakarta dan Tangerang;-----

- 26.2 Bahwa Saksi IV memiliki konsep antara lain konsep hypermarket dan konsep supermarket;-----
- 26.3 Bahwa Saksi IV mendirikan hypermarket untuk mengantisipasi imbas munculnya Terlapor di Indonesia dan untuk memenuhi permintaan pasar terhadap konsep hypermarket;-----
- 26.4 Bahwa Saksi IV tidak khawatir konsumen supermarketnya akan beralih ke peritel dengan kategori hypermarket karena pola belanja konsumen yang berbeda;-----
- 26.5 Bahwa lokasi gerai Saksi IV tidak berdasarkan aturan *zoning* karena pada saat itu aturan *zoning* belum ada, namun lebih mempertimbangkan kerja sama dengan *developer* dan kemungkinan lokasi yang dapat diperoleh Saksi IV;-----
- 26.6 Bahwa Saksi IV menganggap pasar tradisional bukan merupakan pesaing dari pasar modern;-----
- 26.7 Bahwa menurut Saksi IV, peritel dengan kategori hypermarket tidak bersaing dengan peritel dengan kategori supermarket dengan alasan model bisnisnya berbeda, luas dan jenis produk;-----
- 26.8 Bahwa menurut Saksi IV, dari segi karakter berbelanja konsumen, supermarket adalah untuk belanja mingguan / dua mingguan dan waktu berbelanja \pm 30 menit, sedangkan hypermarket adalah untuk belanja bulanan dan waktu berbelanja antara satu sampai dua jam;-----
- 26.9 Bahwa menurut Saksi IV, dari segi luas, supermarket luasnya antara 2000 m² - 3000 m², sedangkan hypermarket antara 4000 m² - 5000 m², namun belum ada ketentuan yang secara tegas mengatur luas bangunan untuk supermarket dan hypermarket;-----
- 26.10 Bahwa menurut Saksi IV, dari segi jenis produk, supermarket menjual *groceries* (70% ritel dan *fresh product* 30%), sedangkan hypermarket menjual *groceries* (*fresh product, household* dan *electronics*);-----
- 26.11 Bahwa Saksi IV menyatakan pesaing dari Saksi IV adalah Terlapor dan Giant;--
- 26.12 Bahwa Saksi IV menyatakan Makro bukan merupakan pesaingnya dengan alasan Makro bersifat lebih ke *wholeseller* dibandingkan kepada *end consumer*;-
- 26.13 Bahwa menurut Saksi IV, Clubstore tidak bersaing dengan peritel modern dengan kategori hypermarket, karena Clubstore masuk ke dalam kategori supermarket;-----
- 26.14 Bahwa menurut Saksi IV, Alfa termasuk dalam kategori supermarket plus;-----
- 26.15 Bahwa menurut Saksi IV, Terlapor merupakan yang terbesar di pasar hypermarket di Indonesia dilihat dari omzet penjualannya;-----

- 26.16 Bahwa menurut Saksi IV berdasarkan hasil riset AC Nielsen dan *survey* dari konsumen Saksi IV sendiri, posisi *top eight largest retailers* berdasarkan omzet penjualan untuk tahun 2003 adalah sebagai berikut:-----
- 26.16.1 Carrefour;-----
- 26.16.2 Salim Grup;-----
- 26.16.3 Alfa Grup;-----
- 26.16.4 Hero/Giant;-----
- 26.16.5 Makro;-----
- 26.16.6 Matahari;-----
- 26.16.7 Ramayana Supermarket;-----
- 26.16.8 Yogya Supermarket;-----
- 26.17 Bahwa sistem pembelian antara Saksi IV dengan pemasok adalah 100% sistem jual beli putus;-----
- 26.18 Bahwa Saksi IV mengenakan persyaratan *listing fee* untuk *cover* resiko kerusakan barang, dimana barang tersebut tidak mungkin untuk dikembalikan kepada pemasok atau untuk biaya pemusnahan barang, misalnya: susu cair yang rusak karena kartonnya tertusuk jarum;-----
- 26.19 Bahwa Saksi IV hanya mengenakan *listing fee* kepada pemasok yang memiliki skala produksi medium sampai besar seperti Coca Cola, Bogasari dan ABC *food* sedangkan pedagang barang-barang semacam ikan, daging dan sayur mayur tidak dikenakan *listing fee*;-----
- 26.20 Bahwa menurut Saksi IV, tidak semua pemasok dengan kategori menengah ke atas membayar *listing fee*;-----
- 26.21 Bahwa Saksi IV menyatakan salah satu pemasok dengan kategori menengah ke atas yang tidak dikenakan persyaratan *listing fee* dikarenakan pemasok tersebut mengkompensasinya kepada *item* syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) lain misalnya *joint promo* dan *fix rabate*;-----
- 26.22 Bahwa Saksi IV mengenakan persyaratan *opening fee* kepada pemasok yang mau ikut promosi pada saat pembukaan toko baru (*store opening*);-----
- 26.23 Bahwa menurut Saksi IV yang dimaksud dengan *best prices guarantee* adalah jaminan yang diberikan Saksi IV apabila konsumen menemukan harga jual produk Saksi IV lebih mahal dibandingkan dengan harga jual produk pesaingnya, maka Saksi IV akan membayar dua kali lipat dari harga pembelian untuk produk yang sama dan dibeli pada hari yang sama;-----
- 26.24 Bahwa Saksi IV akan memberikan sanksi kepada pemasok yang menjual produk dengan harga yang lebih mahal dibandingkan dengan pesaing Saksi IV namun sebelumnya akan diteliti penyebab perbedaan harga tersebut;-----

- 26.25 Bahwa Saksi IV akan memberikan sanksi kepada pemasok jika perbedaan harga tersebut disebabkan pemasok menjual dengan harga yang lebih murah ke pesaing Saksi IV dan jika hal tersebut terjadi lebih dari tiga kali, maka Saksi IV akan memberikan surat peringatan tertulis;-----
- 26.26 Bahwa menurut Saksi IV, *minus margin* yang diterapkan oleh Saksi IV adalah menjual dengan harga semurah mungkin, namun Saksi IV masih dapat memperoleh *margin*;-----
- 26.27 Bahwa menurut Saksi IV, persyaratan *best prices guarantee* tidak sama dengan persyaratan *minus margin* karena *best prices guarantee* terkait dengan hubungan antara Saksi IV dengan pemasok, sedangkan *minus margin* terkait dengan internal perusahaan Saksi IV sendiri;-----
- 26.28 Bahwa menurut Saksi IV, perbedaan syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) antara peritel modern tidak mempengaruhi harga jual pemasok;-----
- 26.29 Bahwa menurut Saksi IV, terdapat perilaku Terlapor yang merugikan, misalnya perilaku pemotongan harga jual (diskon) secara besar-besaran (Bukti B13);-----
27. Menimbang bahwa dalam proses Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 28 April 2005, Saksi V yang identitas lengkapnya ada pada Majelis Komisi, memberikan keterangan yang pada pokoknya sebagai berikut;-----
- 27.1 Bahwa Saksi V merupakan perusahaan terbuka yang didirikan pada tahun 1971;-----
- 27.2 Bahwa Saksi V memiliki dua konsep ritel yaitu supermarket dan hypermarket;--
- 27.3 Bahwa Saksi V memiliki sepuluh gerai dengan konsep hypermarket yang terdiri dari enam gerai di Jabotabek, dua di Bandung dan dua di Surabaya;-----
- 27.4 Bahwa Saksi V membedakan antara supermarket dan hypermarket berdasarkan luas dan jenis barang yang lebih lengkap dimana supermarket hanya menjual ± 10.000 *item* sedangkan hypermarket ± 40.000 *item* lebih;-----
- 27.5 Bahwa tujuan perusahaan Saksi V membuat konsep hypermarket adalah karena melihat tren pasar di level hypermarket;-----
- 27.6 Bahwa konsep supermarket Saksi V kurang bersaing atau tidak berimbang dengan hadirnya Terlapor;-----
- 27.7 Bahwa menurut Saksi V, Terlapor yang menjadi *leading* di pasar hypermarket karena gerai Terlapor yang besar, luasnya $8000 \text{ m}^2 - 15.000 \text{ m}^2$, sebanding dengan empat sampai tujuh gerai Saksi V. Selain itu, Terlapor memiliki jumlah gerai yang banyak sekitar lima belas gerai, sedangkan Saksi V hanya memiliki sepuluh gerai;-----

- 27.8 Bahwa menurut Saksi V, pesaingnya tidak termasuk supermarket dan minimarket;-----
- 27.9 Bahwa menurut Saksi V, pesaingnya adalah sesama pemain di pasar hypermarket, yaitu Terlapor, Hypermart dan Alfa;-----
- 27.10 Bahwa pernyataan Saksi V sebagaimana disebutkan pada poin 25.8 dan poin 25.9 berdasarkan pertimbangan segi format toko dimana perilaku konsumen akan terpengaruh;-----
- 27.11 Bahwa menurut Saksi V, *listing fee* diperlukan untuk memperkenalkan produk baru yang masuk kepada konsumen dimana dengan membayar *listing fee*, produk tersebut akan dipasarkan di seluruh gerainya;-----
- 27.12 Bahwa menurut Saksi V, apabila suatu produk yang sudah bayar *listing fee* tidak laku, maka *listing fee* tersebut tidak *refundable*;-----
- 27.13 Bahwa menurut Saksi V, *listing fee* dicatat dalam pos pendapatan lain-lain (*other income*) dalam laporan keuangan;-----
- 27.14 Bahwa Saksi V menyatakan besarnya persentase pendapatan *listing fee* dibandingkan dengan seluruh total pendapatannya adalah sebesar 5%;-----
- 27.15 Bahwa menurut Saksi V, konsep pengenaan *listing fee* untuk supermarket dan hypermarket berbeda. Pengenaan *listing fee* untuk gerai hypermarket adalah sebesar Rp. 4.000.000,- (empat juta Rupiah) dengan rincian *base fee* sebesar Rp. 1.000.000,- (satu juta Rupiah) ditambah sebesar Rp. 300.000,- (tiga ratus ribu Rupiah) dikalikan sepuluh toko hypermarket, sedangkan untuk gerai supermarket, *listing fee* dikenakan *flat* sebesar Rp. 2.500.000,- (dua juta lima ratus ribu Rupiah) per *item* untuk seluruh gerai di Indonesia;-----
- 27.16 Bahwa Saksi V tidak mengenakan persyaratan *listing fee* kepada pemasok-pemasok kecil, seperti pemasok ikan, sayuran, *home industry* dan *snack* lokal;---
- 27.17 Bahwa menurut Saksi V, terdapat pemasok besar yang tidak membayar *listing fee* tetapi mereka mengkompensasinya dalam bentuk lain;-----
- 27.18 Bahwa Saksi V menyatakan *pricing policy* adalah kebijakan dari masing-masing peritel. Saksi V tidak merasa tidak *fair* jika pemasok dibebankan untuk membayar selisih harga karena hypermarket lain menjual dengan harga yang lebih murah;-----
- 27.19 Bahwa harga jual Saksi V untuk beberapa *item* produk pernah dijual dengan harga yang lebih murah dari pada harga yang ditawarkan oleh Terlapor karena perusahaan Saksi V memang bersaing dengan Terlapor;-----
- 27.20 Bahwa menurut Saksi V, salah satu perilaku Terlapor yang tidak sehat adalah pemberian sanksi persyaratan *minus margin* kepada pemasok;-----

- 27.21 Bahwa menurut Saksi V, terdapat pemasoknya yang pernah dikenakan *minus margin* oleh Terlapor. Pemasok tersebut diharuskan memberikan bukti penjualan barang kepada Saksi V dalam tempo sepuluh hari untuk membuktikan bahwa pemasok tersebut tidak menjual lebih murah ke Saksi V yang menjadi pesaing Terlapor dan kalau tidak pemasok tersebut akan dipotong pembayaran barangnya langsung ke *account* mereka;-----
- 27.22 Bahwa menurut Saksi V, penerapan *minus margin* oleh Terlapor adalah tidak *fair* karena Terlapor memaksakan *pricing policy*-nya kepada pemasok. Persyaratan *minus margin* dapat diterapkan kepada pemasok apabila pemasok tersebut memang berlaku tidak *fair* kepada peritel, bukan karena untuk menanggung potensi kerugian ritel yang menjual putus barang (Bukti B15);-----
28. Menimbang bahwa dalam proses Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 29 April 2005, Majelis Komisi telah memanggil Saksi VI yang identitas lengkapnya ada pada Majelis Komisi, namun Saksi VI tidak hadir tanpa disertai alasan yang jelas (Bukti B17);-----
29. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 2 Mei 2005, Saksi VII yang identitas lengkapnya ada pada Majelis Komisi, memberikan keterangan yang pada pokoknya sebagai berikut;-----
- 29.1 Bahwa Saksi VII merupakan perusahaan ritel yang berdiri pada tahun 1998;-----
- 29.2 Bahwa Saksi VII merupakan anggota Asosiasi Peritel Indonesia (Aprindo) dan Saksi VII pasif dalam asosiasi tersebut;-----
- 29.3 Bahwa Saksi VII menyatakan kegiatan usahanya adalah *wholeseller* atau grosir yang tidak menjual barang ritel secara eceran tetapi kulakan;-----
- 29.4 Bahwa Saksi VII menyatakan untuk berbelanja di gerainya harus menjadi anggota terlebih dahulu dengan membayar iuran anggota sebesar Rp. 25.000,- (dua puluh lima ribu Rupiah) per tahun;-----
- 29.5 Bahwa Saksi VII menyatakan konsumennya adalah orang perorangan maupun badan usaha seperti restoran, pedagang asongan dan warung;-----
- 29.6 Bahwa Saksi VII menyatakan hubungan dagang antara Saksi VII dengan pemasoknya harus tertuang dalam bentuk perjanjian yang telah disetujui oleh ke dua belah pihak;-----
- 29.7 Bahwa Saksi VII menyatakan menggunakan sistem jual beli putus kepada para pemasok;-----
- 29.8 Bahwa Saksi VII menyatakan tidak membedakan *item* syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) dalam perjanjian antara pemasok besar dan kecil tetapi besaran nominal setiap *item* syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang berbeda;-----

- 29.9 Bahwa Saksi VII menyatakan tidak mengenakan persyaratan *listing fee* kepada para pemasok tetapi mengenakan biaya promosi dan bentuk promosi tersebut di antaranya *mailer*;-----
- 29.10 Bahwa Saksi VII menyatakan tidak memiliki pesaing secara langsung di pasar grosir tetapi memiliki pesaing tidak langsung di pasar modern seperti Terlapor;--
- 29.11 Bahwa menurut Saksi VII, semua peritel modern dapat menjual barang lebih murah daripada harga pasar dengan cara bekerjasama antara peritel tersebut dengan pemasok dengan tujuan promosi dan hanya berlangsung satu bulan;-----
- 29.12 Bahwa Saksi VII menyatakan kehilangan pelanggan sekitar 20% s/d 30% saat Terlapor membuka gerai;-----
- 29.13 Bahwa menurut Saksi VII, perusahaan ritel yang memiliki dominan di pasar modern adalah Terlapor dan Hero;-----
- 29.14 Bahwa Saksi VII menyatakan menerapkan sistem *penalty* kepada para pemasok yang berarti apabila Saksi VII menemukan salah satu pemasok menjual barang yang sama yang lebih murah ke peritel lain maka Saksi VII akan meminta pengembalian selisih harga tersebut kepada pemasok dengan memberikan kesempatan terlebih dahulu kepada pemasok untuk menjelaskan hal tersebut;----
- 29.15 Bahwa Saksi VII menyatakan sistem *penalty* tidak tertuang dalam perjanjian tetapi Saksi VII memberitahukan secara lisan kepada para pemasok;-----
- 29.16 Bahwa menurut Saksi VII, harga jual Terlapor lebih murah karena volume penjualan Terlapor lebih besar dan kelihaihan Terlapor dalam bernegosiasi dengan para pemasok;-----
- 29.17 Bahwa menurut Saksi VII, hambatan dalam persaingan pasar modern diantaranya mengenai regulasi perijinan usaha para peritel (Bukti B18);-----
30. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 9 Mei 2005, Saksi VIII yang identitas lengkapnya ada pada Majelis Komisi, memberikan keterangan yang pada pokoknya sebagai berikut:-----
- 30.1 Bahwa Saksi VIII merupakan perusahaan ritel dan memiliki lima gerai yang tersebar di Indonesia;-----
- 30.2 Bahwa Saksi VIII menerapkan dua sistem dalam berhubungan dagang dengan para pemasok yaitu sistem beli putus (sebesar 80%) dan sistem konsinyasi (sebesar 20%) yaitu para pemasok menitipkan barang dagangannya dengan menggunakan jasa SPG dari pemasok sendiri;-----
- 30.3 Bahwa Saksi VIII mendapatkan pendapatan dari dua sumber, yaitu dari *gain* penjualan barang dan hasil penyewaan rak atau *display* dan *merchandising*. Kedua hal tersebut sering disebut dengan kegiatan *space management*;-----

- 30.4 Bahwa Saksi VIII menerapkan persyaratan *listing fee* kepada para pemasok yang memasukkan produk baru ke gerai;-----
- 30.5 Bahwa pengertian *listing fee* oleh Saksi VIII adalah biaya yang dibebankan ke pemasok untuk setiap produk baru;-----
- 30.6 Bahwa Saksi VIII mengenakan *listing fee* kepada para pemasok satu kali per *item* untuk seluruh gerai atau tergantung kesepakatan antara pemasok dengan Saksi VIII;-----
- 30.7 Bahwa Saksi VIII mengenakan biaya *listing fee* sebesar Rp. 3.000.000,- (tiga juta Rupiah) kepada para pemasok;-----
- 30.8 Bahwa Saksi VIII mengklasifikasikan para pemasok menjadi tiga kategori, yaitu pemasok besar, menengah dan kecil;-----
- 30.9 Bahwa pesaing langsung Saksi VIII bukan peritel yang termasuk kategori hypermarket, tetapi satu *level* di bawah hypermarket dan peritel tersebut diantaranya Ranch Market dan Diamond;-----
- 30.10 Bahwa Saksi VIII menganggap peritel yang termasuk kategori hypermarket diantaranya Terlapor, Makro, Giant dan Hypermart;-----
- 30.11 Bahwa Saksi VIII menjual barang kurang lebih dua puluh ribu *item* di setiap gerai dan tidak dapat dibandingkan dengan Terlapor yang menjual barang kurang lebih empat puluh ribu *item* setiap gerai;-----
- 30.12 Bahwa menurut Saksi VIII harga jual Terlapor lebih murah dari peritel lain karena Terlapor didukung oleh modal yang besar, strategi *marketing* yang baik dan *market power* yang dimiliki oleh Terlapor;-----
- 30.13 Bahwa menurut Saksi VIII ada tiga peritel besar yang melakukan perang harga di *media massa* setiap hari Kamis yaitu Terlapor, Hypermart dan Giant;-----
- 30.14 Bahwa Saksi VIII tidak dapat memberikan sanksi kepada para pemasok yang menjual barang dengan harga lebih murah ke peritel lain, karena Saksi VIII merupakan perusahaan kecil;-----
- 30.15 Bahwa para pemasok dapat melakukan *complain* terhadap Saksi VIII apabila barang yang mereka pasok dijual murah oleh Saksi VIII dengan alasan bisa merusak *image* barang tersebut di pasar;-----
- 30.16 Bahwa menurut Saksi VIII tekanan Terlapor terhadap pemasok dapat dilihat dari syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) dalam perjanjian yang terdiri dari empat belas *item* dan semua *item* dapat dieksekusi oleh Terlapor;-----
- 30.17 Bahwa Saksi VIII juga memiliki empat belas *item* syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) dalam perjanjian tetapi hanya empat *item* saja yang dapat dieksekusi;-----

- 30.18 Bahwa menurut Saksi VIII harga jual merupakan salah satu faktor yang diperhitungkan dalam menjalankan kegiatan usaha di pasar modern;-----
- 30.19 Bahwa Saksi VIII mengalami penurunan omset sebesar 30% di Jakarta setelah Terlapor membuka gerainya dan penurunan omset sebesar 55% di Medan;-----
- 30.20 Bahwa persyaratan *minus margin* yang diterapkan oleh Terlapor merupakan salah satu faktor kendala yang dimiliki Saksi VIII dalam melakukan kegiatan usaha di pasar modern (Bukti B19);-----
31. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 10 Mei 2005, Saksi IX yang identitas lengkapnya ada pada Majelis Komisi, memberikan keterangan yang pada pokoknya sebagai berikut:-----
- 31.1 Bahwa Saksi IX merupakan perusahaan ritel yang berdiri sejak tahun 1988 dan memiliki konsep minimarket;-----
- 31.2 Bahwa Saksi IX memiliki gerai sampai dengan bulan April 2005 sejumlah seribu seratus dua puluh satu gerai dan tersebar di Jabotabek, Semarang, Bandung dan Yogya;-----
- 31.3 Bahwa Saksi IX memiliki dua sistem kepemilikan gerai yaitu gerai yang dimiliki sendiri oleh Saksi IX berjumlah lima ratus delapan puluh tujuh dan gerai dengan kepemilikan waralaba berjumlah lima ratus tiga puluh empat;-----
- 31.4 Bahwa Saksi IX memiliki empat ratus dua puluh pemasok yang dapat dikategorikan sebagai pemasok besar, menengah dan kecil;-----
- 31.5 Bahwa pemilik gerai berdasarkan waralaba harus membayar *franchise fee* sebesar Rp. 75.000.000,- (tujuh puluh lima juta Rupiah);-----
- 31.6 Bahwa persyaratan untuk menjadi pemasok Saksi IX diantaranya melengkapi data *form* pemasok, memiliki komitmen dalam hal rutinitas pemenuhan barang, pengiriman barang dan sistem pembayaran, melakukan kerjasama promosi dan bersedia melakukan evaluasi penjualan;-----
- 31.7 Bahwa *listing fee* merupakan bagian dari biaya promosi yang diterapkan Saksi IX sebagaimana tertuang dalam perjanjian;-----
- 31.8 Bahwa menurut Saksi IX ada empat perbedaan antara minimarket, supermarket dan hypermarket, yaitu luas bangunan gerai, lokasi gerai, jenis konsumen dan jumlah *item* barang yang dijual;-----
- 31.9 Bahwa menurut Saksi IX supermarket dan hypermarket bukan merupakan pesaing langsung dari minimarket;-----
- 31.10 Bahwa Saksi IX memiliki pesaing langsung, yaitu Alfa Minimart karena memiliki konsep bisnis yang sama (Bukti B20);-----

32. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 11 Mei 2005, Saksi X yang identitas lengkapnya ada pada Majelis Komisi, memberikan keterangan yang pada pokoknya sebagai berikut:-----
- 32.1 Bahwa Saksi X merupakan asosiasi dari pedagang pasar seluruh Indonesia yang anggotanya terdiri dari warung, atau toko-toko di pasar tradisional;-----
- 32.2 Bahwa anggota Saksi X berjumlah kurang lebih seratus dua puluh ribu orang sedangkan untuk wilayah Jakarta berjumlah seratus tujuh puluh orang;-----
- 32.3 Bahwa Pemerintah Daerah DKI Jakarta mengeluarkan peraturan mengenai ketentuan jarak antara pasar tradisional dengan pasar swasta yang tertuang dalam Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2002 dan Surat Keputusan Gubernur DKI Jakarta Nomor 44 Tahun 2002;-----
- 32.4 Bahwa menurut Saksi X pengertian mengenai pasar swasta adalah pasar modern yang dimiliki oleh pihak swasta yang memiliki jaringan cukup besar dan pengelolaannya sudah modern sedangkan pasar tradisional adalah pasar yang secara fisik didirikan oleh pemerintah yang pengelolaannya diserahkan kepada siapa yang ditunjuk oleh pemerintah;-----
- 32.5 Bahwa Saksi X mengatakan perkembangan pasar tradisional dan pasar modern menurut hasil survey AC Nielsen adalah pasar tradisional minus 8% per tahun dan pasar modern plus 31,4% per tahun;-----
- 32.6 Bahwa menurut Saksi X alasan pasar modern dapat menjual barang lebih murah daripada pasar tradisional dikarenakan jalur distribusi pembelian barang oleh pasar modern yang lebih pendek;-----
- 32.7 Bahwa menurut Saksi X ada lima jalur distribusi yang harus dilewati pedagang di pasar tradisional untuk membeli barang;-----
- 32.8 Bahwa menurut Saksi X keberadaan pasar modern saat ini dapat mengancam keberadaan pasar tradisional karena pasar modern dapat menjual barang lebih murah dan menyediakan fasilitas yang nyaman kepada konsumen;-----
- 32.9 Bahwa menurut Saksi X permasalahan yang dihadapi pasar tradisional untuk bersaing dengan pasar modern juga berasal dari regulasi yang dibuat tidak memperhitungkan kesiapan pasar tradisional untuk menghadapi persaingan dengan pasar modern (Bukti B22);-----
33. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 12 Mei 2005, Saksi XI yang identitas lengkapnya ada pada Majelis Komisi, memberikan keterangan yang pada pokoknya sebagai berikut:-----
- 33.1 Bahwa Saksi XI merupakan pemasok yang bergerak dalam bidang usaha *consumer goods home care* yang berdiri pada tahun 1933;-----

- 33.2 Bahwa Saksi XI tergabung dalam PERKOSMI, GAPMMI, British Chamber, KADIN dan Masyarakat Transparansi Indonesia;-----
- 33.3 Bahwa Saksi XI mempunyai kurang lebih tiga puluh lima *brand*, uraian lengkapnya terdapat di laporan tahunan Saksi XI;-----
- 33.4 Bahwa Saksi XI mendistribusikan produknya ke dalam dua jenis pasar, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Untuk pasar tradisional terdapat kurang lebih tiga ratus delapan puluh distributor yang ditunjuk oleh Saksi XI. Untuk pasar modern terbagi menjadi dua macam, yaitu:-----
- 33.4.1 Bagi pasar modern besar (*strategic*), Saksi XI langsung mengantar ke toko atau *distribution center* mereka;-----
- 33.4.2 Bagi pasar modern *channel*, distribusi melalui distributor yang ditunjuk langsung oleh Saksi XI;-----
- 33.5 Bahwa tidak ada perbedaan harga jual produk Saksi XI di pasar tradisional dan pasar modern;-----
- 33.6 Bahwa Saksi XI menjual putus kepada distributor;-----
- 33.7 Bahwa Saksi XI hanya memberikan *recommended selling price* tetapi tidak memberikan penetapan harga akhir ke konsumen, karena merupakan kewenangan dari masing-masing peritel;-----
- 33.8 Bahwa menurut Saksi XI, harga di tingkat konsumen akhir merupakan harga yang bersaing antara pasar tradisional dengan pasar modern karena *range* harga sudah ada, berupa *recommended selling price*;-----
- 33.9 Bahwa Saksi XI mengawasi kebijakan harga yang ditetapkan oleh peritel agar jangan sampai peritel tersebut menjual di bawah atau di atas *recommended selling price*. Jika peritel melakukan hal itu, Saksi XI tidak memberikan sanksi, akan tetapi melakukan dialog dengan peritel yang bersangkutan untuk mempertimbangkan kembali. Jika peritel menjual lebih mahal maka penjualan Saksi XI akan turun, sebaliknya jika dijual murah maka akan merusak *image* produk Saksi XI yang berkualitas;-----
- 33.10 Bahwa menurut Saksi XI, Terlapor pernah menjual produk Saksi XI dibawah *recommended selling price*, yaitu pada saat Terlapor membuka cabang baru di Palembang dan melakukan promosi dalam waktu sepuluh hari;-----
- 33.11 Bahwa dalam kasus tersebut Terlapor tidak memberitahukan ke Saksi XI, tetapi Saksi XI yang mengetahui terlebih dahulu. Tetapi ada kalanya Saksi XI yang berinisiatif untuk melakukan promosi sehingga Saksi XI yang menjual di bawah harga pasar dalam periode tertentu;-----
- 33.12 Bahwa *recommended selling price* yang dikeluarkan Saksi XI berlaku secara nasional untuk seluruh peritel;-----

- 33.13 Bahwa menurut Saksi XI, hampir semua peritel pernah menjual di bawah *recommended selling price*, seperti Terlapor, Giant dan Makro;-----
- 33.14 Bahwa hubungan dagang antara Saksi XI dan peritel dituangkan dalam bentuk perjanjian yang berisi syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) sebagai berikut:-----
 - 33.14.1 Intensitas pembelian;-----
 - 33.14.2 Jenis produk yang dibeli;-----
 - 33.14.3 Perjanjian pembayaran;-----
 - 33.14.4 Proses pengantaran/distribusi;-----
 - 33.14.5 Perjanjian untuk mendapatkan pertumbuhan bisnis bersama yang saling menguntungkan, seperti Indomaret yang memiliki banyak toko;-----
- 33.15 Bahwa format perjanjian untuk pasar tradisional dibuat oleh Saksi XI, sedangkan untuk pasar modern dibuat oleh peritel pasar modern, tetapi jika tidak sesuai dengan kebijakan Saksi XI maka akan dikosongkan atau disilang;-----
- 33.16 Bahwa Saksi XI tidak setuju dengan persyaratan *listing fee* dalam perjanjian dagang Terlapor sehingga Saksi XI tidak membayar *listing fee* tersebut; -----
- 33.17 Bahwa dalam syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) Terlapor juga memuat ketentuan mengenai persyaratan *minus margin*, akan tetapi Saksi XI tidak setuju;-----
- 33.18 Bahwa Saksi XI juga tidak menyetujui beberapa ketentuan dalam syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang diajukan Terlapor, misalnya ketentuan mengenai *opening fee*;-----
- 33.19 Bahwa walaupun tidak membayar *listing fee* kepada Terlapor, produk-produk Saksi XI tetap terdaftar di Terlapor;-----
- 33.20 Bahwa prinsip Saksi XI adalah konsep investasi yang saling menguntungkan dan memiliki nilai tambah. *Listing fee* bukanlah suatu hal yang menghasilkan bagi Saksi XI. Saksi XI menjamin bahwa produknya pasti laku karena Saksi XI melakukan promosi. Sekalipun ada produk baru, biasanya adalah *brand* lama, tetapi memiliki varian baru, Saksi XI tidak membayar *listing fee*, *opening fee* dan hal ini berlaku di seluruh gerai Terlapor di Indonesia;-----
- 33.21 Bahwa *listing fee* Terlapor mengakibatkan *inefficiency* yang harus ditanggung oleh Saksi XI sebagai pemasok;-----
- 33.22 Bahwa secara konsepsional, Saksi XI berpendapat bahwa dalam kerja sama dengan peritel harus ada:-----
 - 33.22.1 *Conduct* praktek bisnis yang sehat;-----
 - 33.22.2 Produk barang masuk;-----

- 33.22.3 Adanya *bargaining power*;-----
- 33.22.4 Terus melakukan efisiensi dan inovasi, *packaging* yang alami dan aman dengan memperhatikan *competitiveness*;-----
- 33.22.5 Peraturan *zoning modern trade* itu harus dibenahi;-----
- 33.23 Bahwa Saksi XI harus mengerti bahwa pola kerja Terlapor mengutamakan harga yang murah, merupakan sarana rekreasi bagi keluarga dan memudahkan jangkauan konsumen;-----
- 33.24 Bahwa dalam melakukan negosiasi syarat-syarat perdagangan (*trading terms*), Saksi XI tidak memusatkan pada *point per point*, tetapi secara keseluruhan. Saksi XI dapat bernegosiasi dengan *bargaining power* yang dimiliki;-----
- 33.25 Bahwa menurut Saksi XI, pada prinsipnya konteks dialog dengan peritel dengan kategori hypermarket yang satu dengan yang lain adalah sama, walaupun kenyataannya di lapangan bisa berbeda. Syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) sangat membantu karena bersifat *open, fair* dan *equitable*;-----
- 33.26 Bahwa menurut Saksi XI, dalam hal promosi bisa saja terjadi harga sewa Terlapor lebih mahal dibanding hypermarket lain, akan tetapi Terlapor tidak akan mendapatkan sesuatu yang lebih daripada hypermarket lain yang memberi harga sewa murah;-----
- 33.27 Bahwa Saksi XI mengenal konsep *rebate* dalam kaitannya dengan target penjualan, yaitu 1% untuk semua distributor. Dalam tradisional *rebate*, akan diberikan jika distributor dapat mendistribusikan produk ke seluruh toko dengan baik. Dalam modern *rebate*, diberikan jika penjualan meningkat sebanding dengan peningkatan penjualan modern *trade* yang bersangkutan;-----
- 33.28 Bahwa profit penjualan yang diperoleh Saksi XI dari *traditional trade* dengan *modern trade* tidak jauh berbeda. Dalam *traditional trade* ada biaya distribusi karena melalui jalur distribusi yang cukup panjang, sedangkan di modern *trade* Saksi XI memotong jalur distribusi dengan mengantar langsung ke *distribution center retailer* yang bersangkutan;-----
- 33.29 Bahwa prosentase pertumbuhan *traditional trade* adalah 60%, sedangkan modern *trade* 40%;-----
- 33.30 Bahwa peringkat penjual produk Saksi XI di peritel modern adalah:-----
- 33.30.1 Makro;-----
- 33.30.2 Indomaret Group;-----
- 33.30.3 Distributor Unilever;-----
- 33.30.4 Hero dan Giant;-----
- 33.30.5 Matahari Group;-----
- 33.30.6 Carrefour;-----

- 33.30.7 Alfa;-----
- 33.30.8 Distributor Saksi XI;-----
- 33.31 Bahwa Saksi XI berpendapat ketentuan persyaratan *minus margin* Terlapor tidak logis karena berusaha mengatur atau mengawasi peritel lain dan hal tersebut merupakan *market strategy* dari masing-masing peritel;-----
- 33.32 Bahwa menurut Saksi XI, alasan Terlapor menerapkan persyaratan *minus margin* adalah sebagai garansi pemasok memberikan perlakuan yang sama kepada peritel lain, Saksi XI berpendapat Terlapor tidak perlu khawatir karena syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) bersifat *open* dan *fair*. Saksi XI akan memberi *equal treatment*;-----
- 33.33 Bahwa Saksi XI pernah mengalami pemotongan pembayaran dari Terlapor per telepon pada saat Terlapor menemukan produk Saksi XI dijual lebih murah oleh peritel lain. Tetapi upaya Terlapor tidak berhasil karena sistem komputerisasi Saksi XI tidak dapat memproses data dimana ada perbedaan jumlah nominal pembayaran, sehingga pembayaran tersebut akhirnya tidak dipotong;-----
- 33.34 Bahwa Saksi XI menyatakan dalam hal negosiasi tidak tercapai, Terlapor tidak pernah melarang Saksi XI untuk memasok produknya ke Terlapor dan Saksi XI mengetahui secara pasti Terlapor tidak akan berhenti mengorder produk Saksi XI (Bukti B23);-----
34. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 13 Mei 2005, Saksi VI yang identitas lengkapnya ada pada Majelis Komisi, memberikan keterangan yang pada pokoknya sebagai berikut:-----
- 34.1 Bahwa Saksi VI merupakan toko grosir swalayan yang didirikan pada tahun 1989;-----
- 34.2 Bahwa Saksi VI memiliki gerai dengan dua konsep yaitu konsep toko gudang rabat dan konsep supermarket;-----
- 34.3 Bahwa Saksi VI menyatakan memiliki tiga puluh lima gerai yang lima belas diantaranya terletak di Jabotabek dan satu gerai di Bandung, tetapi sudah tutup;-
- 34.4 Bahwa Saksi VI menyatakan tidak mengkategorikan dirinya sebagai suatu hypermarket karena kategorisasi minimarket, supermarket dan hypermarket adalah ketentuan yang diatur oleh PERDA DKI Jakarta, sedangkan Saksi VI berdomisili di Jawa Barat;-----
- 34.5 Bahwa Saksi VI menyatakan memiliki luas toko lebih dari dua ribu meter persegi dan jumlah *item* produk kurang lebih duapuluh ribu SKU;-----
- 34.6 Bahwa Saksi VI menyatakan menerapkan dua macam sewa, yaitu:-----
- 34.6.1 Sewa di belakang kasir (untuk pedagang kecil);-----
- 34.6.2 Sewa rak atau gondola untuk *display* dan rak-rak penjualan;-----

- 34.7 Bahwa Saksi VI menyatakan hubungan dagang antara Saksi VI dengan pemasok dituangkan dalam suatu perjanjian tertulis yang bersifat konsinyasi atau *returnable*, bukan sistem jual beli putus;-----
- 34.8 Bahwa Saksi VI menyatakan jumlah pemasok Saksi VI kurang lebih seribu pemasok;-----
- 34.9 Bahwa Saksi VI menyatakan menerapkan persyaratan *listing fee* kepada pemasok sebagai registrasi dan administrasi barang (*value number*) yang besarnya bervariasi, dilihat dari jenis produk dan produsennya. Produsen besar dikenakan *listing fee* dan produsen kecil tidak dikenakan *listing fee*;-----
- 34.10 Bahwa Saksi VI menyatakan perbedaan persyaratan *listing fee* yang diterapkan Saksi VI dengan Terlapor adalah Saksi VI mengenakan *listing fee* terhadap satu produk, satu kali untuk seluruh gerai, sedangkan Terlapor mengenakan *listing fee* terhadap satu produk, satu kali untuk masing-masing gerai. Di samping itu besaran *listing fee* di gerai Terlapor lebih besar dibanding Saksi VI;-----
- 34.11 Bahwa Saksi VI menyatakan selain persyaratan *listing fee*, Saksi VI juga menerapkan biaya promosi untuk produk baru agar produk tersebut dikenal oleh konsumen Saksi VI;-----
- 34.12 Bahwa Saksi VI menyatakan menerapkan persyaratan *rebate* sebagai insentif atau motivasi kepada pemasok apabila apabila pemasok tersebut mencapai target penjualan;-----
- 34.13 Bahwa Saksi VI menyatakan akan melakukan *complain* kepada pemasok apabila ditemukan ada pemasok yang menjual lebih murah kepada peritel lain;--
- 34.14 Bahwa Saksi VI menyatakan terdapat dampak yang signifikan kepada Saksi VI apabila peritel lain menjual suatu produk dengan harga lebih murah dibandingkan dengan harga jual Saksi VI ;-----
- 34.15 Bahwa Saksi VI menyatakan terdapat beberapa pemasok yang melarang Saksi VI untuk menjual produknya lebih murah dari harga beli pemasok;-----
- 34.16 Bahwa Saksi VI menyatakan yang menjadi pesaing dari Saksi VI adalah semua peritel seperti Terlapor, Giant, Hypermart, Hero dan lainnya;-----
- 34.17 Bahwa Saksi VI menyatakan apabila ada pesaing baru, maka ada penurunan omzet, akan tetapi sifatnya sementara dan kembali normal dalam beberapa bulan;-----
- 34.18 Bahwa Saksi VI menyatakan tidak semua harga jual produknya paling murah diantara peritel lain karena ada sebagian yang lebih murah dan ada yang lebih mahal;-----
- 34.19 Bahwa menurut Saksi VI, faktor yang menentukan konsumen untuk berbelanja adalah harga, hal ini bisa dilihat dalam penelitian AC Nielsen mengenai

konsumen di pasar modern yang terbagi dalam kategori A, B, C1, C2 dan C3 (Bukti B25);-----

35. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 16 Mei 2005, Saksi XII yang identitas lengkapnya ada pada Majelis Komisi, memberikan keterangan yang pada pokoknya sebagai berikut:-----
- 35.1 Bahwa Saksi XII merupakan perusahaan yang bergerak di bidang makanan kaleng yang berdiri pada tahun 1984;-----
- 35.2 Bahwa Saksi XII tergabung dalam asosiasi GINSI dan GAPMMI;-----
- 35.3 Bahwa Saksi XII menunjuk satu distributor untuk mendistribusikan produknya di pasar modern, sedangkan Saksi XII mendistribusikan sendiri produknya untuk pasar tradisional;-----
- 35.4 Bahwa prosentase penjualan produk Saksi XII adalah 90% untuk pasar modern dan 10% untuk pasar tradisional;-----
- 35.5 Bahwa dalam hubungannya dengan peritel, Saksi XII memberi kewenangan pada distributor antara lain mengenai ketetapan untuk melakukan pembayaran, sedangkan aktifitas promosi dan penetapan harga plafon tertinggi produk bagi peritel merupakan kewenangan Saksi XII;-----
- 35.6 Bahwa sistem kerja sama antara Saksi XII dengan distributor adalah sistem beli putus, yaitu distributor tersebut membeli produk Saksi XII dan membayar setelah enam puluh hari;-----
- 35.7 Bahwa dalam hal promosi, diskon dan cara pembayaran, distributor harus melakukan konsultasi dengan Saksi XII;-----
- 35.8 Bahwa distributor yang ditunjuk oleh Saksi XII tersebut juga mendistribusikan produk lain, tetapi tidak diperbolehkan untuk mendistribusikan produk sejenis;--
- 35.9 Bahwa *term of trade* antara Saksi XII dengan distributor tersebut dinamakan *Distribution Agreement* yang didalamnya diatur mengenai penetapan wilayah (hanya Jabodetabek), pembayaran kredit selama enam puluh hari, diskon, *term of payment*, *distributor fee* (12%) dan distribusi hanya untuk pasar modern, tidak untuk pasar tradisional;-----
- 35.10 Bahwa ada komunikasi antara distributor dengan Saksi XII mengenai masalah penetapan *trading term* dengan peritel dalam hal *service level*, jangka waktu pembayaran dan *regular discount*;-----
- 35.11 Bahwa contoh mekanisme perhitungan *distributor fee* yaitu jika Saksi XII menjual berdasarkan *price list* yaitu dengan harga Rp. 1.000,- (seribu Rupiah) kepada distributor dan kemudian distributor menjual dengan harga Rp. 1.000,- (seribu Rupiah) kepada peritel, maka Saksi XII memberikan *distributor fee* sebesar 12% serta potongan diskon dari Saksi XII kepada peritel melalui

- distributor sebesar 3%. Harga tersebut bukanlah Harga Eceran Tertinggi (HET), tapi hanya daftar harga. Distributor diharapkan tidak menjual lebih dari HET;---
- 35.12 Bahwa jika peritel menjual lebih dari HET maka Saksi XII akan menegur dengan alasan produk Saksi XII tidak akan laku dan atas hal tersebut Saksi XII tidak bertanggung jawab;-----
- 35.13 Bahwa Saksi XII pernah melakukan transaksi dengan Terlapor sebelum melalui distributor dimana syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) tidak serumit sekarang. Saat itu *item* syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yaitu *regular discount*, permintaan kredit, *term of payment*, *additional discount* (jika melakukan promosi) dan *promotion in store*;-----
- 35.14 Bahwa pada awalnya Saksi XII tidak dikenakan *listing fee*;-----
- 35.15 Bahwa menurut Saksi XII, syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) Terlapor setiap tahun semakin memberatkan karena Terlapor meminta dan mewajibkan adanya kenaikan setiap tahunnya seperti halnya *fix rebate*, *conditional rebate*, *common assortment fee*, *promotion fund*, *minus margin*, *penalty* (dimana *late delivery* dikenakan per gerai), *anniversary discount* (diminta sebagai *regular discount*), *listing fee* (biayanya naik setiap tahun) dan *grand opening fee* (termasuk biaya ucapan selamat);-----
- 35.16 Bahwa Saksi XII menyatakan *listing fee* untuk pembukaan gerai baru dikenakan juga untuk produk yang sudah ada;-----
- 35.17 Bahwa menurut Saksi XII, besaran *listing fee* berbeda di tiap wilayah, misalnya di Surabaya sebesar Rp. 5.000.000,- (lima juta Rupiah) per *item*;-----
- 35.18 Bahwa pengertian *listing fee* menurut Saksi XII adalah biaya untuk mendaftarkan produk per gerai khusus di Terlapor. Sedangkan di peritel lain berbeda, tapi konsep ini mulai diterapkan di beberapa gerai;-----
- 35.19 Bahwa Saksi XII sangat tergantung kepada Terlapor karena konsumen Terlapor adalah sesuai dengan target konsumen Saksi XII yaitu kalangan menengah ke atas, selain itu Terlapor juga memiliki lokasi yang strategis di Jabodetabek;-----
- 35.20 Bahwa Saksi XII menyatakan pernah memiliki masalah dengan Terlapor dimana Terlapor tidak meng-*order* produk Saksi XII selama beberapa waktu. Terlapor meminta kenaikan nilai syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang saat itu sudah mencapai 13% -14%. Oleh karena Saksi XII tidak dapat memenuhi permintaan Terlapor, Saksi XII memutuskan untuk berhenti bernegosiasi dengan Terlapor dan melaporkan hal tersebut ke AP3MI walau tidak ada kelanjutannya. Terlapor kemudian menahan pembayaran sebesar Rp. 800.000.000,- (delapan ratus juta Rupiah) dari distributor Saksi XII karena belum tercapainya persetujuan kerjasama antara Saksi XII dengan Terlapor untuk tahun depan.

Dengan pertimbangan Terlapor memegang 40% penjualan salah satu produk Saksi XII di Jabodetabek, dan jika Saksi XII tidak memasok ke Terlapor akan mengalami kerugian, maka negosiasi berjalan lagi dimana Saksi XII memberi tambahan *rebate* kepada Terlapor sebesar 2,9% dan meminta Terlapor untuk tidak meminta tambahan syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) lagi untuk tahun ke depannya;-----

- 35.21 Bahwa menurut Saksi XII, biaya *listing fee* tidak *refundable* jika barang yang telah dibeli putus tersebut tidak laku;-----
- 35.22 Bahwa walaupun Saksi XII menjual putus kepada distributornya, Saksi XII tetap mengalami kerugian dengan Terlapor karena distributor tersebut hanya memiliki kewenangan terbatas, sedangkan untuk pemberian diskon adalah kewenangan Saksi XII;-----
- 35.23 Bahwa menurut Saksi XII, pengertian *minus margin* adalah selisih harga yang ditemukan Terlapor di gerai pesaing mereka yang lebih murah terhadap harga jual produk mereka;-----
- 35.24 Bahwa Saksi XII tidak bersedia memenuhi persyaratan *minus margin*;-----
- 35.25 Bahwa dalam perjanjian dengan Terlapor, Saksi XII tidak menjanjikan untuk memberikan harga yang sama dengan pesaing Terlapor, akan tetapi Saksi XII meyakinkan Terlapor mengenai *price list* dari Saksi XII yang berlaku secara nasional;-----
- 35.26 Bahwa Saksi XII menyatakan pada prakteknya Terlapor kadang menjual salah satu produk Saksi XII lebih murah ataupun lebih tinggi dari *price list*, tergantung pada kebijakan masing-masing gerai;-----
- 35.27 Bahwa tidak pernah ada gerai pesaing Terlapor yang meminta Saksi XII untuk tidak menjual lebih murah daripada harga jual ke Terlapor karena Saksi XII hanya menggunakan satu *price list*;-----
- 35.28 Bahwa persyaratan *trading term* yang diterapkan masing-masing peritel tidak berpengaruh terhadap harga jual salah satu produk Saksi XII;-----
- 35.29 Bahwa jika suatu gerai pasar modern menjual lebih tinggi atau lebih rendah daripada HET yang diterapkan Saksi XII, maka Saksi XII akan menghubungi *store manager* agar tidak melakukan hal tersebut karena beresiko terhadap penjualan produk Saksi XII;-----
- 35.30 Bahwa yang dimaksud Saksi XII dengan pasar modern adalah hypermarket (Terlapor, Giant, Hypermart, Makro), supermarket (Matahari, Hero, Diamond, Lion Superindo, Alfa, Tip Top, Naga dan lain-lain) dan minimarket (Alfamart dan Indomaret);-----

- 35.31 Bahwa menurut Saksi XII, manajemen hypermarket dengan supermarket dan minimarket adalah berbeda. Perjanjian bisnis yang dilaksanakan antara Saksi XII dengan manajemen peritel modern adalah suatu perjanjian yang tergantung pada masing-masing manajemen peritel modern tersebut;-----
- 35.32 Bahwa Saksi XII menyatakan pada prinsipnya tidak ada perbedaan harga jual produk Saksi XII di hypermarket, supermarket, maupun minimarket;-----
- 35.33 Bahwa menurut Saksi XII, secara umum Terlapor memiliki prosentase terbesar pertumbuhan penjualan salah satu produk Saksi XII, karena memiliki kecepatan dalam hal pertumbuhan jumlah gerai dan memiliki *brand image* yang baik di mata konsumen;-----
- 35.34 Bahwa peringkat penjualan produk salah satu produk Saksi XII di pasar modern adalah:-----
 - 35.34.1 Terlapor;-----
 - 35.34.2 Hero;-----
 - 35.34.3 Makro;-----
 - 35.34.4 Giant;-----
 - 35.34.5 Tip Top;-----
- 35.35 Bahwa Saksi XII menyatakan Alfamart dan Indomaret bukan *segmen* pasar Saksi XII;-----
- 35.36 Bahwa menurut Saksi XII, syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang diberlakukan di Indonesia, Singapura dan Malaysia pada dasarnya adalah sama, yang berbeda adalah *bargaining power*nya. Di Indonesia, *bargaining power* Saksi XII belum kuat, sehingga dapat ditekan oleh Terlapor, berbeda dengan di Malaysia dan Singapura yang telah memiliki banyak konsumen. Perbedaan lainnya adalah di Indonesia kenaikan biaya syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) dalam hitungan satu digit, sedang di Malaysia dan Singapura dalam hitungan nol koma. Untuk pemberlakuan *listing fee* adalah sama, yaitu diberlakukan per *store*;-----
- 35.37 Bahwa terhadap permintaan Terlapor untuk diskon $\pm 14\%$ dibandingkan dengan peritel lain, Saksi XII tidak bisa membedakan, sebab masing-masing peritel tersebut memiliki perlakuan yang berbeda-beda, tergantung hubungan dagang. Secara umum diskon yang diberikan kepada Terlapor adalah yang paling tinggi;-----
- 35.38 Bahwa yang membuat Terlapor memiliki kemampuan untuk menekan pemasok adalah kepemilikan gerai yang besar dan *brand image* yang baik di mata konsumen, serta memiliki slogan jaminan harga murah dan bila ditemukan selisih harga maka akan dikembalikan;-----

- 35.39 Bahwa Saksi XII menyatakan berdasarkan *survey*, banyak konsumen yang berpindah dari Terlapor ke pesaing Terlapor, tapi secara umum Terlapor masih di atas;-----
- 35.40 Bahwa yang menjadi pesaing langsung dari Terlapor adalah Giant dan Makro;---
- 35.41 Bahwa yang menjadi pesaing Terlapor dalam penjualan salah satu produk Terlapor adalah Giant dan Tip Top, karena keduanya sama-sama mengambil *margin* penjualan yang kecil serta menerapkan sistem *selling by quantity*, mengingat *outlet* mereka yang murah dan ramai dikunjungi;-----
- 35.42 Bahwa konsep syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) Terlapor merupakan “virus” bagi peritel lain sehingga Saksi XII juga mengalami hal yang sama di Alfa karena terjadi perpindahan besar-besaran pegawai Terlapor (khusus bagian *purchasing*) ke peritel lain yang mengakibatkan peritel lain tersebut mulai menerapkan syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang sama dengan poin-poin yang diterapkan oleh Terlapor. Karena omzet pembelian peritel lain tersebut masih kecil, maka Saksi XII keberatan dengan kondisi tersebut (Bukti B26);-----
36. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 17 Mei 2005, Saksi XIII yang identitas lengkapnya ada pada Majelis Komisi, memberikan keterangan yang pada pokoknya sebagai berikut:-----
- 36.1 Bahwa Saksi XIII adalah perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan distribusi produk-produk alat tulis perlengkapan kantor (*stationary*), dan telah memproduksi kurang lebih seratus lima puluh *item* produk;-----
- 36.2 Bahwa sebagai produsen dan pemasok, Saksi XIII merupakan anggota AP3MI;-
- 36.3 Bahwa 80% produk yang dihasilkan oleh Saksi XIII didistribusikan ke pasar modern dan 20% didistribusikan ke pasar tradisional;-----
- 36.4 Bahwa pendistribusian produk Saksi XIII ke pasar tradisional dilakukan melalui sub-sub agen sebagai distributor, sedangkan pendistribusian ke pasar modern dilakukan sendiri;-----
- 36.5 Bahwa menurut Saksi XIII, untuk pendistribusian ke pasar modern, sebesar 40% - 50% produk yang dihasilkan didistribusikan ke peritel toko buku, sedangkan pendistribusian ke peritel yang tergolong hypermarket dilakukan kepada Terlapor (30% dari total pasokan ke pasar modern), Giant, Hypermart, Makro dan toko modern lainnya;-----
- 36.6 Bahwa dalam mendistribusikan produknya, Saksi XIII menerapkan satu harga baik ke pasar modern maupun ke pasar tradisional;-----
- 36.7 Bahwa Saksi XIII tidak memberikan acuan harga eceran tertinggi bagi peritel dan menerapkan sistem jual putus;-----

- 36.8 Bahwa sudah tiga atau empat tahun, Saksi XIII memasok produknya ke gerai Terlapor. Saksi XIII memasok kurang lebih tiga puluh *item* produk ke gerai Terlapor;-----
- 36.9 Bahwa dalam melakukan hubungan usaha tersebut, Saksi XIII membuat kontrak dagang dengan Terlapor yang di dalamnya diatur tentang syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang harus dijalankan dan berlaku selama satu tahun dan dapat diperpanjang;-----
- 36.10 Bahwa menurut Saksi XIII, hal-hal yang diatur dalam syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) antara lain *listing fee*, *fixed rebate*, *conditional fee*, *opening fee*, *common assortment fee*, *free goods* dan *promotion budget*;-----
- 36.11 Bahwa ketentuan persyaratan *listing fee* dalam *trading terms* antara Terlapor dengan Saksi XIII, Saksi XIII harus membayar biaya pendaftaran atas setiap *item* produk yang dipasok sebesar Rp. 20.000,- (dua puluh ribu Rupiah) per *item* per gerai;-----
- 36.12 Bahwa dalam syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) tersebut juga diatur mengenai persyaratan *minus margin* yang merupakan sanksi yang dikenakan oleh Terlapor apabila menemukan selisih harga lebih murah di pesaing Terlapor;-----
- 36.13 Bahwa Saksi XIII tidak pernah dikenakan sanksi persyaratan *minus margin*;-----
- 36.14 Bahwa Saksi XIII belum menandatangani syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) untuk tahun 2004 dan 2005 sampai saat ini karena Saksi XIII belum menyepakati komponen syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) baru yang diajukan oleh Terlapor yang dirasa memberatkan;-----
- 36.15 Bahwa Saksi XIII menyatakan hubungan dagang saat ini masih berjalan berdasarkan pada syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang diatur dalam kontrak untuk tahun sebelumnya;-----
- 36.16 Bahwa menurut Saksi XIII, apabila nanti disepakati *trading terms* untuk kontrak yang baru akan dilakukan penyesuaian *fee-fee* yang harus dibayar sesuai dengan kontrak baru;-----
- 36.17 Bahwa Saksi XIII pernah menghadapi permasalahan berkaitan dengan kenaikan harga Bahan Bakar Minyak (BBM), Saksi XIII berniat menaikkan harga jualnya ke konsumen.-----
- 36.18 Bahwa Terlapor juga mengurangi *lay out space* dan mengurangi pemesanan *item* produk dari Saksi XIII dengan alasan sedang ada promosi barang lain;-----
- 36.19 Bahwa Saksi XIII menyatakan, tidak mungkin omzet Saksi XIII dapat meningkat dengan mengurangi jumlah *item* yang di pesan oleh Terlapor;-----

- 36.20 Bahwa mengenai jumlah pasokan, jika Saksi XIII tidak mengikuti keinginan Terlapor, maka *Purchase Order* tidak dibuka atau langsung memotong pembayaran berikutnya atau menahan surat jalan pada pengiriman berikutnya;---
- 36.21 Bahwa Saksi XIII menyatakan terdapat gejala hypermarket lain mengikuti perilaku Terlapor;-----
- 36.22 Bahwa Saksi XIII menyatakan bahwa salah satu peritel modern selain Terlapor pernah melakukan pemotongan langsung, selain itu meminta biaya *service level* sebesar 100%. Hal ini dilakukan karena sedang mengalami penurunan volume penjualan;-----
- 36.23 Bahwa menurut Saksi XIII, rata-rata total nilai *trading terms* di hypermarket adalah 15%, sedangkan nilai yang harus dibayarkan ke Terlapor lebih dari 20%;-----
- 36.24 Bahwa bagi Saksi XIII nilai *listing fee* tidak terlalu memberatkan, yang nilainya memberatkan adalah prosentase *promotion budget* dan *fix rebate*, jauh lebih tinggi dibandingkan Giant dan Makro;-----
- 36.25 Bahwa menurut Saksi XIII persyaratan *minus margin* adalah upaya Terlapor untuk melarang adanya fasilitas diskon yang lebih baik diberikan kepada pesaing Terlapor;-----
- 36.26 Bahwa Saksi XIII menyatakan Terlapor sendiri dalam kegiatan promosi juga melakukan penjualan dengan harga lebih murah dari harga yang diberikan Saksi XIII sebagai pemasok;-----
- 36.27 Bahwa menurut Saksi XIII, perilaku Terlapor yang menjual dengan harga lebih murah tersebut dapat merusak harga produk di pasaran;-----
- 36.28 Bahwa menurut Saksi XIII, Terlapor memiliki *bargaining position* karena Terlapor sangat mengetahui apa yang dimau konsumen, sehingga para pemasok memiliki ketergantungan pada Terlapor;-----
- 36.29 Bahwa menurut Saksi XIII dampak dari pembukaan toko baru Terlapor adalah menurunnya jumlah penjualan di toko lain, sehingga pembukaan toko baru tersebut tidak ada *benefitnya* bagi pemasok, justru lebih banyak menimbulkan kerugian bagi pemasok (Bukti B27);-----
37. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 18 Mei 2005, Saksi XIV yang identitas lengkapnya ada pada Majelis Komisi, memberikan keterangan yang pada pokoknya sebagai berikut:-----
- 37.1 Bahwa Saksi XIV merupakan perusahaan swasta nasional yang bergerak di bidang farmasi yang berdiri pada tahun 1983;-----

- 37.2 Bahwa Saksi XIV memiliki empat puluh cabang di Indonesia, memiliki *core business* di Perusahaan Besar Farmasi (PBF), dan sedang mengembangkan usaha ke *consumer goods* yang juga berperan sebagai distributor produk;-----
- 37.3 Bahwa Saksi XIV menyatakan terdapat beberapa PBF di Indonesia yang memakai jasa Saksi XIV;-----
- 37.4 Bahwa menurut Saksi XIV, beralihnya Saksi XIV dari PBF ke *consumer goods* adalah karena distribusi farmasi tidak dapat berkembang lebih jauh lagi;-----
- 37.5 Bahwa Saksi XIV menyatakan total produk yang didistribusikan kurang lebih seribu *item* dengan perbandingan 40% untuk PBF dan 60% untuk *consumer goods*;-----
- 37.6 Bahwa menurut Saksi XIV, prosentase pendistribusian produk obat ke apotek kurang lebih sebesar 40%, sedangkan ke pasar modern sebesar 60%;-----
- 37.7 Bahwa harga dasar Saksi XIV sama dengan harga pabrik;-----
- 37.8 Bahwa Saksi XIV bertindak sebagai agen ataupun distributor;-----
- 37.9 Bahwa Saksi XIV mengambil keuntungan dari *fee* distribusi dan *margin* dari diskon yang diperoleh Saksi XIV, yaitu selisih harga antara *price list* dari principal dengan harga pembelian dari *purchase order*, sehingga ada *profit margin* dari harga jual dan harga beli;-----
- 37.10 Bahwa menurut Saksi XIV, besaran profit *margin* di pasar modern adalah sama besarnya;-----
- 37.11 Bahwa Saksi XIV mempunyai tanggung jawab dalam *term of payment*, apabila ada penundaan pembayaran maka Saksi XIV berhak menunda pengiriman barang;-----
- 37.12 Bahwa Saksi XIV menyatakan, *principal* yang bertanggung jawab dalam membuat hubungan bisnis dengan peritel pasar modern. Saksi XIV bertanggung jawab untuk mendistribusikan produk dan menerima pembayaran serta mengurus penjualan di luar hypermarket;-----
- 37.13 Bahwa Saksi XIV menyatakan tidak memiliki perjanjian mengenai syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) dengan Terlapor;-----
- 37.14 Bahwa Saksi XIV menyatakan Terlapor membayar ke *principal* melalui Saksi XIV dan Saksi XIV terikat tenggang waktu pembayaran dengan *principal*;-----
- 37.15 Bahwa Saksi XIV menyatakan jika ada beban tambahan dari *trading term* maka yang bertanggung jawab adalah *principal*;-----
- 37.16 Bahwa Saksi XIV menyatakan pernah menghadapi permasalahan dengan Terlapor yaitu Saksi XIV tidak diperbolehkan menghitung barang yang didistribusikan sendiri;-----

- 37.17 Bahwa Saksi XIV menyatakan pernah menghadapi permasalahan lain dengan Terlapor yaitu ditahannya tagihan Saksi XIV oleh Terlapor sebesar ± Rp. 10.700.000.000,- (sepuluh milyar tujuh ratus juta Rupiah), padahal Saksi XIV harus membayar ke *principal*. Permasalahan ini telah diadukan Saksi XIV kepada AP3MI;-----
- 37.18 Bahwa Saksi XIV menyatakan penyebab ditahannya tagihan tersebut adalah tidak tercapainya kesepakatan antara salah satu *principal* Saksi XIV dengan Terlapor mengenai syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) karena Terlapor meminta diskon yang terlalu tinggi;-----.
- 37.19 Bahwa Saksi XIV menyatakan, tagihan yang ditahan oleh Terlapor tersebut telah dibayar pada akhir Januari 2005 setelah ada kesepakatan mengenai syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) antara *principal* Saksi XIV dengan Terlapor;-----
- 37.20 Bahwa Saksi XIV pernah mengalami pemotongan sepihak dari Terlapor akibat *minus margin* saat diketahui ada selisih harga jual suatu produk antara suatu peritel pasar modern lain dengan Terlapor. Berdasarkan perintah *principal*, Saksi XIV tidak *mensupply* peritel pasar modern tersebut hingga bersedia menaikkan harga jual produk yang bersangkutan;-----
- 37.21 Bahwa Saksi XIV menyatakan keberatan terhadap pemotongan tersebut karena permasalahan sebenarnya adalah antara Terlapor dengan *principal*, tapi yang dipotong adalah Saksi XIV. Saksi XIV melihat hal ini bukan merupakan kesalahan Saksi XIV, karena Saksi XIV telah memberikan harga yang sama kepada peritel dan hal tersebut merupakan permainan harga dari hypermarket;---
- 37.22 Bahwa Saksi XIV menyatakan ada kecenderungan hypermarket lain menerapkan hal yang sama dengan Terlapor, karena terdapat beberapa mantan staf Terlapor yang pindah ke hypermarket lain;-----
- 37.23 Bahwa menurut Saksi XIV, dapat dikatakan produsen takut kepada Terlapor khususnya dalam hal *minus margin*;-----
- 37.24 Bahwa beberapa *principal* Saksi XIV pernah dikenakan sanksi persyaratan *minus margin*. *Minus margin* tersebut diklaim bila produsen menandatangani perjanjian persyaratan *minus margin* dengan Terlapor;-----
- 37.25 Bahwa menurut Saksi XIV, hanya Terlapor yang menerapkan persyaratan *minus margin*;-----
- 37.26 Bahwa menurut Saksi XIV, dengan adanya kasus pemblokiran pasokan dari salah satu *principal* ke salah satu peritel pasar modern, dapat dikatakan produsen menganggap Terlapor sebagai pedoman harga;-----

- 37.27 Bahwa Saksi XIV menyatakan secara umum semua peritel meminta kondisi harga yang sama terhadap produk salah satu *principal* tersebut (Bukti B29);-----
38. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 19 Mei 2005, Terlapor memberikan keterangan yang pada pokoknya sebagai berikut:-----
- 38.1 Bahwa Terlapor mendefinisikan *listing fee* sebagai biaya pemasok untuk memasok produk baru ke gerai Terlapor dan *listing fee* juga didefinisikan sebagai jaminan pemasok terhadap produk baru karena Terlapor belum mengetahui produk tersebut laku di jual di gerai Terlapor;-----
- 38.2 Bahwa Terlapor menyatakan besaran *listing fee* dapat dinegosiasikan antara Terlapor dan pemasok dan tertuang dalam syarat-syarat perdagangan (*trading terms*);-----
- 38.3 Bahwa Terlapor menyatakan biaya *listing fee* tidak dapat dikembalikan kepada pemasok dan hal ini tertuang dalam perjanjian dagang antara pemasok dengan Terlapor;-----
- 38.4 Bahwa Terlapor menyatakan, dari hasil negosiasi antara Terlapor dengan pemasok mengenai syarat-syarat perdagangan (*trading terms*), terdapat pemasok yang tidak membayar *listing fee*;-----
- 38.3. Bahwa *form* syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang tertuang dalam National Contract dibuat oleh Terlapor untuk dinegosiasikan dengan pemasok;---
- 38.4. Bahwa penerapan persyaratan *listing fee* Terlapor juga terkait dengan masalah *space* gerai Terlapor;-----
- 38.5. Bahwa menurut Terlapor, pemasok melihat persyaratan *listing fee* sebagai jaminan kepada Terlapor karena pemasok ingin memastikan produk baru yang dipasok dapat berkesinambungan dan saling menguntungkan;-----
- 38.6. Bahwa Terlapor menyatakan terdapat pemasok yang tidak dikenakan persyaratan *listing fee* tetapi pemasok tersebut mengkompensasikan ke *item* syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) lainnya;-----
- 38.7. Bahwa Terlapor mengenakan persyaratan *penalty* kepada pemasok dengan alasan pemasok terlambat dalam memasok produknya ke gerai Terlapor;-----
- 38.8. Bahwa Terlapor memberikan persyaratan *listing fee* kepada seluruh pemasok namun penerapan *listing fee* tergantung dari hasil negosiasi antara Terlapor dengan pemasok;-----
- 38.9. Bahwa Terlapor menyatakan persyaratan *listing fee* merupakan biaya kompensasi yang didapat Terlapor atas produk baru yang tidak laku;-----
- 38.10. Bahwa Terlapor menyatakan perubahan *packaging* suatu produk oleh pemasok tidak termasuk kategori produk baru tetapi apabila perubahan *packaging*

- dikarenakan adanya perubahan isi produk atau registrasi Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) maka produk tersebut termasuk kategori produk baru;---
- 38.11. Bahwa Terlapor juga mengenakan persyaratan *listing fee* kepada pemasok apabila Terlapor membuka gerai baru dengan alasan kondisi gerai lama berbeda dengan kondisi gerai baru;-----
- 38.12. Bahwa Terlapor menerapkan persyaratan *listing fee* kepada pemasok dengan dua alasan yaitu pertama untuk menutupi *opportunity cost* Terlapor akibat *service* pemasok yang rendah dan kedua resiko tersebut harus ditanggung bersama antara Terlapor dan pemasok sehingga akan terdapat *partnership win-win solution*;-----
- 38.13. Bahwa Terlapor menyatakan pendapatan *listing fee* hanya sekitar 0,06% dari seluruh total penjualan Terlapor;-----
- 38.14. Bahwa besaran *listing fee* yang dikenakan Terlapor kepada pemasok sebesar dua ratus ribu rupiah sampai dengan dua juta rupiah;-----
- 38.15. Bahwa menurut Terlapor tidak adil mengenakan persyaratan *listing fee* kepada UKM yang tidak sanggup membayar dan UKM tersebut tidak mengetahui potensi penjualannya. Terlapor dan Departemen Perdagangan akan melakukan pembinaan kepada UKM tersebut;-----
- 38.16. Bahwa Terlapor dalam melakukan pembinaan kepada UKM dengan cara memberikan masukan mengenai gambaran apakah produk UKM dapat dijual, harga barang yang tepat, cara promosi yang benar. Pembinaan tersebut dilakukan secara tertulis oleh Terlapor;-----
- 38.17. Bahwa untuk mengetahui apakah pemasok tergolong dalam UKM, Terlapor melakukan *survey* pasar;-----
- 38.18. Bahwa Terlapor akan melihat *performance* suatu produk yang dijual di gerai Terlapor dan apabila *performance* produk tersebut jelek maka Terlapor tidak akan melakukan order terhadap produk tersebut lagi walaupun pemasok produk tersebut telah membayar *listing fee*;-----
- 38.19. Bahwa Terlapor menyatakan apabila produk yang tidak laku perlu dilakukan promosi dan Terlapor tidak pernah meminta biaya promosi tambahan kepada pemasok diluar dari biaya promosi yang telah disepakati;-----
- 38.20. Bahwa Terlapor menyatakan persyaratan diskon promosi dikenakan kepada pemasok selama tiga bulan dengan tujuan untuk mengevaluasi produk biaya yang telah dikeluarkan Terlapor atas produk tersebut;-----
- 38.21. Bahwa total *item* produk setiap gerai Terlapor adalah tiga puluh ribu *item* produk;-----

- 38.22. Bahwa Terlapor mendefinisikan persyaratan *minus margin* adalah jaminan dari pemasok bahwa harga jual produk pemasok ke Terlapor adalah harga jual yang termurah dibandingkan dengan pesaing Terlapor;-----
- 38.23. Bahwa Terlapor menyatakan persyaratan *minus margin* merupakan salah satu syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang merupakan bagian dari *National Contract* yang dapat dinegosiasikan antara pemasok dengan Terlapor;-----
- 38.24. Bahwa Terlapor menyatakan apabila Terlapor mendapatkan bukti tertulis mengenai pesaing Terlapor menjual produk yang sama kepada konsumen dengan harga yang lebih rendah daripada harga pembelian Terlapor kepada pemasok maka Terlapor berhak memperoleh kompensasi dari pemasok bersangkutan sebesar selisih antara harga beli Terlapor dengan harga jual pesaing Terlapor;----
- 38.25. Bahwa Terlapor menerapkan persyaratan *minus margin* kepada pemasok dengan tujuan pemasok tidak melakukan diskriminasi harga kepada satu peritel dengan peritel lainnya;-----
- 38.26. Bahwa Terlapor menyatakan pemasok diberikan kesempatan sekurang-kurangnya satu minggu untuk menjelaskan hal tersebut diatas sebelum Terlapor mengenakan sanksi *minus margin*;-----
- 38.27. Bahwa Terlapor melihat harga jual pesaingnya diantaranya Giant, Hypermart, Makro dan Hero untuk mengenakan persyaratan *minus margin*;-----
- 38.28. Bahwa Terlapor tidak melihat harga di pasar modern dengan kategori minimarket untuk mengenakan sanksi *minus margin*;-----
- 38.29. Bahwa Terlapor menyatakan pengenaan sanksi *minus margin* tetap akan diberlakukan kepada pemasok selama telah disepakati bersama di dalam perjanjian dagang antara Terlapor dengan pemasok;-----
- 38.30. Bahwa Terlapor menyatakan terdapat sembilan puluh sembilan pemasok yang menyetujui persyaratan *minus margin* dan sembilan puluh sembilan pemasok tersebut telah dikenakan sanksi *minus margin* oleh Terlapor;-----
- 38.31. Bahwa Terlapor menyatakan pemasok tidak pernah memberikan alasan dalam menyetujui persyaratan *minus margin* dan Terlapor akan mengenakan sanksi *minus margin* selama persyaratan tersebut telah disepakati;-----
- 38.32. Bahwa Terlapor memberlakukan persyaratan *minus margin* dalam syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) sejak tahun 2004;-----
- 38.33. Bahwa Terlapor menyatakan persyaratan *minus margin* telah umum diberlakukan di banyak negara tetapi Terlapor akan melakukan evaluasi ulang terhadap sembilan puluh sembilan pemasok yang telah menyepakati persyaratan *minus margin*;-----

- 38.34. Bahwa Terlapor menyatakan peningkatan jumlah *item* dan besaran *item* syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) setiap tahun dikarenakan dua hal yaitu adanya peningkatan *operating cost* Terlapor dan adanya evaluasi profitabilitas pemasok atas produk yang dipasok;-----
- 38.35. Bahwa Terlapor menyatakan apabila syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) belum disepakati antara Terlapor dengan pemasok maka syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang berlaku adalah yang lama;-----
- 38.36. Bahwa Terlapor menyatakan akan selalu membayar *invoice* kepada pemasok selama pemasok menunjukkan itikad baik kepada Terlapor;-----
- 38.37. Bahwa Terlapor tidak dapat menjamin harga jual Terlapor merupakan harga jual yang termurah dibandingkan dengan pesaingnya;-----
- 38.38. Bahwa Terlapor dapat menjual suatu produk dengan harga murah dikarenakan Terlapor menerapkan konsep *mass margin*;-----
- 38.39. Bahwa Terlapor menyatakan terdapat dua pemasok yang tidak menjadi pemasok Terlapor lagi dikarenakan tidak tercapai target penjualan pemasok tersebut di gerai Terlapor (Bukti B31);-----
39. Menimbang bahwa berdasarkan hasil rapat Majelis Komisi tanggal 19 Mei 2005, Majelis Komisi mengeluarkan Keputusan Majelis Komisi Nomor 03/KEP/KMK-PL/KPPU/V/2005 tanggal 19 Mei 2005 untuk melakukan Perpanjangan Pemeriksaan Lanjutan Perkara Nomor 02/KPPU-L/2005 terhitung sejak tanggal 20 Mei 2005 sampai dengan tanggal 1 Juli 2005 (Bukti A60);-----
40. Menimbang bahwa selanjutnya, Komisi mengeluarkan Surat Keputusan Nomor 71/KEP/KPPU/V/2005 tanggal 19 Mei 2005 tentang Penugasan Anggota Komisi sebagai Majelis Komisi dalam Perpanjangan Pemeriksaan Lanjutan Perkara Nomor 02/KPPU-L/2005, yang terdiri dari Ir. Tadjuddin Noer Said sebagai sebagai Ketua Majelis, Dr. Ir. Bambang P. Adiwiyoto, M.Sc. dan Ir. H. Mohammad Iqbal, masing-masing sebagai Anggota Majelis (Bukti A61);-----
41. Menimbang bahwa untuk membantu Majelis Komisi dalam Perpanjangan Pemeriksaan Lanjutan Perkara Nomor 02/KPPU-L/2005, maka Direktur Eksekutif Sekretariat Komisi mengeluarkan Surat Tugas Direktur Eksekutif Sekretariat Komisi Nomor 25/SET/DE/ST/V/2005 tanggal 19 Mei 2005, untuk menugaskan Gopprera Panggabean, S.E., Ak., Drs. Malino Pangaribuan, Zaki Zein Badroen, S.E., Helli Nurcahyo, S.H., LL.M. dan Marcus Pohan, S.H. masing-masing sebagai Investigator masing-masing sebagai Investigator, serta Arnold Sihombing, S.H. dan Dinni Melanie, S.H. masing-masing sebagai Panitera (Bukti A62);-----
42. Menimbang bahwa dalam Perpanjangan Pemeriksaan Lanjutan, Majelis Komisi telah mendengar keterangan dari tiga Saksi di bawah sumpah dan tiga Ahli di bawah sumpah

yang keterangan dan identitasnya dicatat di dalam BAP (Bukti B33, B35, B38, B41, B44);-----

43. Menimbang bahwa dalam Perpanjangan Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 26 Mei 2005, Saksi XV yang identitas lengkapnya ada pada Majelis Komisi, memberikan keterangan yang pada pokoknya sebagai berikut:-----

43.1 Bahwa Saksi XV adalah distributor utama dari suatu *principal* yang memproduksi kurang lebih tujuh puluh delapan *item* produk, -----

43.2 Bahwa Saksi XV memasok produk *principal* tersebut ke gerai Terlapor sejak tahun 2002. Produk *principal* yang dipasok oleh Saksi XV ke gerai Terlapor kurang lebih dua puluh *item*, terjadi penambahan jumlah *item* sejak pertama kali memasok;-----

43.3 Bahwa menurut Saksi XV, dalam melakukan hubungan dagang dengan Terlapor, Saksi XV membuat kontrak dagang dengan Terlapor yang berisikan syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang berlaku selama satu tahun dan dapat diperpanjang;-----

43.4 Bahwa Saksi XV menyatakan setiap tahunnya syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) dalam kontrak dagang dengan Terlapor direvisi karena banyak *item* baru yang dituntut oleh Terlapor;-----

43.5 Bahwa Saksi XV menyatakan yang melakukan negosiasi awal mengenai isi kontrak dengan Terlapor adalah Saksi XV, lalu didiskusikan dengan *principal*, baru kemudian Saksi XV yang akan menandatangani kontrak tersebut;-----

43.6 Bahwa Saksi XV menyatakan proses negosiasi mengenai syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) dilakukan berulang-ulang dan memakan waktu sampai dengan sembilan bulan (kasus tahun 2004). Salah satu yang menyebabkan lamanya proses negosiasi adalah rumitnya syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang diajukan oleh Terlapor;-----

43.7 Bahwa Saksi XV menyatakan kontrak dagang untuk tahun 2005 antara Saksi XV dengan Terlapor belum ditandatangani dan masih dalam tahap negosiasi. Kesepakatan syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) tersebut berlaku 1 Januari s/d 31 Desember. Jika terjadi kesepakatan di tengah bulan berjalan maka akan dilakukan penyesuaian dan pemotongan *invoice* berdasarkan syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) kontrak dagang yang baru;-----

43.8 Bahwa menurut Saksi XV, dasar kegiatan memasok yang dilakukan Saksi XV ke gerai Terlapor saat ini adalah kontrak dagang untuk tahun 2004;-----

43.9 Bahwa menurut Saksi XV dalam melakukan negosiasi, Terlapor dalam posisi dapat meminta agar tuntutannya atas *item* syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) dipenuhi atau tidak lagi akan menerima pasokan dari Saksi XV;-----

- 43.10 Bahwa menurut Saksi XV terdapat unsur keterpaksaan dalam bernegosiasi dengan Terlapor karena adanya ketergantungan pemasok terhadap gerai Terlapor. Kebutuhan untuk dapat masuk ke gerai Terlapor agar lebih mudah untuk masuk ke gerai peritel lain;-----
- 43.11 Bahwa menurut Saksi XV, salah satu *item* persyaratan dalam syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) adalah membayar *listing fee* sebesar dua juta per *item* per gerai (tahun 2004), diberlakukan hanya untuk produk baru;-----
- 43.12 Bahwa Saksi XV menganalogikan *listing fee* sebagai tiket masuk;-----
- 43.13 Bahwa Saksi XV menyatakan jika ada produk yang dipasok dan telah membayar *listing fee* kemudian berhenti dipasok, maka bila produk tersebut akan dipasok kembali harus kembali membayar *listing fee*;-----
- 43.14 Bahwa menurut Saksi XV, lamanya proses negosiasi menjadi tekanan bagi pemasok;-----
- 43.15 Bahwa Saksi XV menyatakan selama syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang baru belum disepakati, Terlapor melakukan penekanan dengan mengurangi jumlah *item* produk yang dipesan kepada Saksi XV dengan alasan *item* produk tersebut tidak laku. Pada waktu bersamaan Terlapor menerima *item* produk pengganti dari pesaing Saksi XV. Terlapor juga melakukan tekanan dengan menahan pembayaran dan melarang *principal* melakukan promosi di gerai Terlapor;-----
- 43.16 Bahwa Saksi XV menyatakan *item* produk yang sudah keluar dari *list* Terlapor tidak dapat masuk lagi karena sudah ada pasokan dari perusahaan/produsen lain;-----
- 43.17 Bahwa Saksi XV tidak memiliki *bargaining power* dalam bernegosiasi dengan Terlapor, sehingga harus mengikuti kemauan Terlapor dalam menetapkan syarat-syarat perdagangan (*trading terms*);-----
- 43.18 Bahwa Saksi XV menyatakan prosentase penjualan produk *principal* di pasar modern adalah 13% dari total produksi. Sejumlah 35% dari total produk yang didistribusikan ke pasar modern, dipasok ke gerai Terlapor, sisanya didistribusikan ke Giant, Hypermart, Makro;-----
- 43.19 Bahwa menurut Saksi XV, *item listing fee* tidak pernah dapat dinegosiasikan;---
- 43.20 Bahwa Saksi XV menyatakan kegiatan memasok ke gerai Terlapor dilakukan dengan sistem penjualan dengan sistem kredit, pada waktu yang ditentukan dilakukan pembayaran atas jumlah barang yang dipasok meskipun belum sepenuhnya terjual habis;-----

- 43.21 Bahwa menurut Saksi XV, Terlapor melakukan retur terhadap produk yang tidak laku, padahal dalam kontrak diatur produk hanya dapat diretur dengan alasan kadaluarsa;-----
- 43.22 Bahwa Saksi XV tidak setuju dengan persyaratan *minus margin*, sebagai gantinya memberikan *allowance minus margin* dengan besaran *fix* 1% dari omzet penjualan;-----
- 43.23 Bahwa sebelumnya *invoice* Saksi XV pernah dipotong berkaitan dengan *minus margin* oleh Terlapor walaupun dalam kontrak tidak diatur. Pemotongan dilakukan sepihak dan tidak dibicarakan besarnya, Terlapor hanya memberikan data nilai selisih harganya;-----
- 43.24 Bahwa menurut Saksi XV, *allowance minus margin* dimasukkan ke dalam syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) karena Terlapor pernah melakukan pemotongan sepihak tersebut. Hal ini dilakukan untuk menjaga keseimbangan *profit* yang dapat diterima;-----
- 43.25 Bahwa menurut Saksi XV, nilai *allowance minus margin* tersebut kurang lebih 1% dari lima belas milyar Rupiah yakni seratus lima puluh juta Rupiah. Nilai tersebut masih lebih murah daripada mengikuti persyaratan *minus margin*;-----
- 43.26 Bahwa Saksi XV menyatakan Terlapor sendiri sering menjual dengan harga lebih murah dari pesaingnya;-----
- 43.27 Bahwa Saksi XV pernah mengajukan keberatan terhadap tindakan Terlapor sebagaimana dimaksud dalam angka 43.26, namun menurut Terlapor hal tersebut hanya dilakukan dalam rangka promosi;-----
- 43.28 Bahwa Saksi XV menyatakan harga jual ke konsumen adalah kebijakan Terlapor (Bukti B33);-----
44. Bahwa dalam Perpanjangan Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 30 Mei 2005, Majelis Komisi telah memanggil Saksi XVI yang identitas lengkapnya ada pada Majelis Komisi, namun Saksi XVI tidak hadir dengan alasan tidak berada di Jakarta, sebagaimana dijelaskan dalam suratnya Nomor 069/Legal/RDD/05 tanggal 27 Mei 2005 (Bukti A68, B34);-----
45. Menimbang bahwa dalam Perpanjangan Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 31 Mei 2005, Saksi XVII yang identitas lengkapnya ada pada Majelis Komisi, memberikan keterangan yang pada pokoknya sebagai berikut:-----
- 45.1 Bahwa Saksi XVII adalah perusahaan distributor di Indonesia yang merupakan anak perusahaan salah satu produsen santan dalam kemasan;-----
- 45.2 Bahwa Saksi XVII menerima produk dari *principal* dengan sistem beli putus;---
- 45.3 Bahwa produk Saksi XVII lebih banyak dijual di pasar modern;-----

- 45.4 Bahwa produk Saksi XVII lebih sulit untuk masuk ke pasar tradisional karena produk tersebut identik sebagai produk supermarket;-----
- 45.5 Bahwa menurut Saksi XVII, pendistribusian ke hypermarket paling banyak diserap oleh gerai Terlapor (20% dari total produk yang didistribusikan) yang sebelumnya paling banyak diserap oleh Makro. Pergeseran dari Makro ke Terlapor karena pada dua tahun terakhir Terlapor melakukan pengembangan yang membuat konsumen tertarik;-----
- 45.6 Bahwa Saksi XVII berharap agar volume penjualan di peritel lain meningkat karena posisi dominan Terlapor dapat digunakan untuk menekan pemasok. Sebagai contoh tiap tahunnya Terlapor meminta *marketing support* dinaikan berbanding lurus dengan *omzet* Saksi XVII. *Marketing support* adalah dana yang harus disisihkan untuk biaya promosi seperti *mailer*, gondola dan lain-lain. Bila tidak dipakai dana tersebut hangus, tidak seperti di supermarket lain;-----
- 45.7 Bahwa menurut Saksi XVII, contoh jenis-jenis potongan yang diatur dalam kontrak dagang untuk tahun 2005, antara lain:-----
- 45.7.1 *rebate: fixed rebate, conditional rebate*;-----
- 45.7.2 *promotion: promotion discount, promotion budget (note: must be spent 100%)*;-----
- 45.7.3 *general trading term: regular discount, common assortment fee, reduce purchase price, minus margin (tidak disetujui), penalty delay delivery for event, penalty on service level*;-----
- 45.7.4 *store opening: opening cost, opening discount, additional discount for others, opening listing fee (tidak disetujui)*;-----
- 45.7.5 *special ocassion: anniversary discount, lebaran discount, store remodelling discount*;-----
- Dari tujuh belas komponen yang diajukan Terlapor hanya lima belas komponen diantaranya yang disepakati oleh Saksi XVII;-----
- 45.8 Bahwa menurut Saksi XVII, komponen syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) dapat dinegosiasikan, namun karena kondisinya tidak seimbang, Saksi XVII merasa didesak. Sebagai contoh, jika komponen syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) tahun lalu terdiri dari sepuluh komponen, maka tahun berikut minimal jumlah komponen sama dengan tahun sebelumnya;-----
- 45.9 Bahwa Saksi XVII sudah memasok ke gerai Terlapor sejak pertama kali buka;--
- 45.10 Bahwa menurut Saksi XVII, sebelumnya hypermarket yang menerapkan syarat perdagangan paling berat adalah Makro;-----

- 45.11 Bahwa menurut Saksi XVII, setiap tahunnya jumlah komponen dalam syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) selalu bertambah (2003: enam *item*, 2004: lima belas *item*, 2005: tujuh belas *item*);-----
- 45.12 Bahwa Saksi XVII menyatakan untuk kontrak dagang tahun 2005, Saksi XVII tidak menyetujui persyaratan *minus margin* karena pada tahun 2004 Terlapor pernah memotong *invoice* sebagai *penalty minus margin* sebesar Rp. 5.000.000,- (lima juta Rupiah). Komponen lain yang tidak disetujui untuk kontrak dagang tahun 2005 adalah *fee* untuk pembukaan gerai baru;-----
- 45.13 Bahwa menurut Saksi XVII, pengenaan sanksi *minus margin* dilakukan secara sepihak dengan alasan supermarket lain menjual produk yang dipasok Saksi XVII dengan harga lebih murah. Dasar perhitungan potongan adalah seluruh harga total dikalikan *stock* yang terjual secara nasional dalam jangka waktu dua minggu;-----
- 45.14 Bahwa Saksi XVII menyatakan dana promosi yang disepakati dalam kontrak harus dihabiskan, biaya promosi yang dikeluarkan melebihi dana yang dibayarkan, kekurangannya akan dipotong dari tagihan. Berbeda halnya yang berlaku di peritel lain, dimana promosi tidak langsung dipotong dari tagihan;----
- 45.15 Bahwa Saksi XVII tidak berani mempermasalahkan perilaku Terlapor karena takut akan dicoret dari *list* pemasok Terlapor dan Terlapor akan mengambil pasokan dari pesaing Saksi XVII;-----
- 45.16 Bahwa Saksi XVII menyatakan komponen syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) untuk tahun 2005 belum disepakati, namun Saksi XVII telah menerima *Purchase Order (PO)* dari gerai baru Terlapor dan bila tidak memasok akan dikenakan *penalty*;-----
- 45.17 Bahwa Saksi XVII keberatan dengan persyaratan *opening fee* karena dinilai sama dengan persyaratan *opening cost*, *opening discount* dan *listing fee*;-----
- 45.18 Bahwa menurut Saksi XVII, Terlapor memiliki *bargaining position* yang lebih kuat dalam bernegosiasi;-----
- 45.19 Bahwa Saksi XVII menyatakan, pertimbangan Saksi XVII tetap memasok ke gerai Terlapor yaitu dapat ditahannya tagihan Saksi XVII oleh Terlapor, keinginan Saksi XVII untuk dapat memasok di PMA dan pertimbangan *principal* Saksi XVII jika mau mengikuti kemauan pasar, maka harus mengikuti kemauan Terlapor karena pasar saat ini dikuasai oleh Terlapor (Bukti B35);-----
46. Menimbang bahwa dalam Perpanjangan Pemeriksaan Lanjutan masa jabatan Anggota Komisi Tahun 2000-2005 berakhir pada tanggal 7 Juni 2005, Komisi mengeluarkan Penetapan Komisi Nomor 18/PEN/KPPU/VI/2005 tanggal 6 Juni 2005 tentang Pemberhentian Sementara Proses Penanganan Perkara di KPPU, terhitung sejak tanggal

- 6 Juni 2005 sampai dengan diterbitkannya Keputusan Presiden tentang perpanjangan masa jabatan Anggota Komisi Periode 2000-2005 (Bukti A83);-----
47. Menimbang bahwa pada tanggal 13 Juni 2005 terbit Keputusan Presiden Nomor 94/M Tahun 2005 yang memperpanjang masa jabatan Anggota Komisi Periode 2000-2005, Komisi mengeluarkan Penetapan Komisi Nomor 19/PEN/KPPU/VI/2005 tanggal 14 Juni 2005 untuk mencabut Penetapan Komisi Nomor 18/PEN/KPPU/VI/2005, terhitung sejak tanggal 14 Juni 2005, proses penanganan perkara di KPPU dimulai kembali (Bukti A87);-----
48. Menimbang bahwa untuk itu perlu dilakukan penyesuaian jangka waktu penanganan perkara sehubungan dengan perpanjangan masa jabatan Anggota Komisi, Komisi mengeluarkan Penetapan Komisi Nomor 20/PEN/KPPU/VI/2005 tanggal 15 Juni 2005 untuk melanjutkan Perkara Nomor 02/KPPU-L/2005 dalam tahap perpanjangan Pemeriksaan Lanjutan yang jangka waktunya semula adalah 20 Mei 2005 sampai dengan 1 Juli 2005 menjadi 20 Mei 2005 sampai dengan 8 Juli 2005 (Bukti A89);-----
49. Menimbang bahwa dalam rangka mengumpulkan data dan informasi dari peritel modern, para pemasok dan konsumen sehubungan dengan penanganan Perkara Nomor 02/KPPU-L/2005, Ketua Majelis Komisi berdasarkan Surat Tugas Nomor 13/KPPU/MK-PL/ST/VI/2005 tanggal 16 Juni 2005 telah menugaskan kepada Drs. Malino Pangaribuan, Gopprera Panggabean, S.E., Ak., Helli Nurcahyo, S.H., LL.M. masing-masing sebagai Investigator dan Arnold Sihombing, S.H. sebagai Panitera dalam Perkara Nomor 02/KPPU-L/2005 untuk melakukan penyelidikan lapangan pada tanggal 16 Juni – 1 Juli 2005 di Surabaya dan Jakarta (Bukti A92);-----
50. Menimbang bahwa dalam rangka mengumpulkan data dan informasi dari peritel modern, para pemasok dan konsumen sehubungan dengan penanganan Perkara Nomor 02/KPPU-L/2005, Ketua Majelis Komisi berdasarkan Surat Tugas Nomor 14/KPPU/MK-PL/ST/VI/2005 tanggal 16 Juni 2005 telah menugaskan kepada Zaki Zein Badroen, S.E. dan Marcus Pohan, S.H. masing-masing sebagai Investigator dan Dinni Melanie, S.H. sebagai Panitera dalam Perkara Nomor 02/KPPU-L/2005 untuk melakukan penyelidikan lapangan pada tanggal 16 Juni – 1 Juli 2005 di Medan dan Jakarta (Bukti A93);-----
51. Menimbang bahwa dalam Perpanjangan Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 17 Juni 2005, Saksi XVI yang identitas lengkapnya ada pada Majelis Komisi, memberikan keterangan yang pada pokoknya sebagai berikut:-----
- 51.1 Bahwa Saksi XVI adalah perusahaan produsen susu kemasan, makanan sereal dan makanan hewan;-----

- 51.2 Bahwa Saksi XVI mendistribusikan sendiri ke pasar modern, sedangkan untuk pasar tradisional didistribusikan melalui kurang lebih dua ratus empat puluh distributor yang dibagi menjadi beberapa divisi wilayah;-----
- 51.3 Bahwa untuk pasar modern, Saksi XVI mendistribusikan produknya ke semua hypermarket yang ada termasuk gerai Terlapor dan banyak peritel modern lain yang tidak termasuk sebagai hypermarket;-----
- 51.4 Bahwa menurut Saksi XVI, dalam melakukan hubungan dagang dengan Terlapor dibuat perjanjian tertulis yang berlaku per satu tahun dan dapat diperpanjang;-----
- 51.5 Bahwa Saksi XVI menyatakan komponen dalam syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) antara lain: *term of payment* tiga puluh hari, *quantity discount* sebesar 1%, *promotion fund* sebesar 4%;-----
- 51.6 Bahwa menurut Saksi XVI, di antara hypermarket yang ada negosiasi syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) paling sulit dilakukan terhadap Terlapor. Terlapor mengajukan *form* perjanjian yang di dalamnya terdapat banyak komponen syarat-syarat perdagangan (*trading terms*), kemudian dinegosiasikan *term-term* mana saja yang akan disepakati. *Term* yang dirasa memberatkan antara lain: *unconditional rebate* (tidak disetujui karena tidak dapat diprediksi), *listing fee*, *promotion fund* (tidak disetujui besaran persentasenya);-----
- 51.7 Bahwa menurut Saksi XVI, *listing fee* adalah semacam *registration fee*;-----
- 51.8 Bahwa menurut Saksi XVI, yang dimaksud dengan persyaratan *minus margin* adalah apabila ditemukan produk Saksi XVI dijual lebih murah oleh pesaing Terlapor, maka Terlapor akan mengambil selisih harga ke pemasok dengan memotong *invoice*;-----.
- 51.9 Bahwa Saksi XVI menyatakan dalam perjanjian antara Saksi XVI dengan Terlapor tidak terdapat persyaratan tentang *minus margin*, namun Terlapor pernah tiga kali menyampaikan surat kepada Saksi XVI yang memberitahukan bahwa Terlapor menemukan selisih harga lebih murah di pesaing Terlapor.
- 51.10 Bahwa Saksi XVI menyatakan selalu merespon surat pemberitahuan Terlapor tersebut dan menyampaikan jawaban kepada Terlapor bahwa tidak benar Saksi XVI menjual lebih murah kepada peritel lain. Namun dalam hal ini Terlapor tidak sampai memotong *invoice*;-----
- 51.11 Bahwa Saksi XVI menyatakan komponen lain dari syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang diberikan Saksi XVI kepada Terlapor adalah komponen *reward* yang akan diberikan bila mencapai target pembelian dalam periode tertentu;-----

- 51.12 Bahwa menurut Saksi XVI, jika dilihat dari nilai pembelian produk Saksi XVI di pasar modern, Terlapor menempati posisi ketiga setelah Indomaret dan Alfamart;-----
- 51.13 Bahwa kebijakan Saksi XVI adalah menerapkan standar yang sama terhadap setiap peritel sehingga biaya untuk memasok ke masing-masing hypermarket termasuk Terlapor adalah sama;-----
- 51.14 Bahwa harga jual produk Saksi XVI ke konsumen tergantung *margin* yang diambil masing-masing peritel;-----
- 51.15 Bahwa menurut Saksi XVI, dalam menerapkan persyaratan *minus margin*, Terlapor melihat harga jual pesaing, yakni: Makro, Tip Top dan d'Best (Diamond);-----
- 51.16 Bahwa Saksi XVI menerapkan *price list* dan harga eceran tertinggi (HET) dalam memasok barang ke peritel;-----
- 51.17 Bahwa menurut Saksi XVI, kebijakan memberikan *quality discount* tergantung lama hari pembayaran;-----
- 51.18 Bahwa Saksi XVI tidak merasa mendapat tekanan dalam melakukan negosiasi dengan Terlapor karena baik Terlapor maupun Saksi XVI berhak mengajukan dan menolak komponen dari syarat-syarat perdagangan (*trading terms*);-----
- 51.19 Bahwa Saksi XVI menyatakan pada tahun 2004 Terlapor mulai mengurangi *item* produk Saksi XVI dari tiga ratus lima puluh *item* menjadi hanya dua puluh tujuh *item*, karena belum tercapainya kesepakatan dalam negosiasi mengenai komponen syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) sampai dengan bulan Juni;
- 51.20 Bahwa Saksi XVI menyatakan mulai Januari 2005 permasalahan tersebut sudah membaik karena permintaan konsumen atas produk Saksi XVI cukup tinggi dan tawaran Saksi XVI untuk memberikan tambahan *reward*. Pemberian tambahan *reward* juga menguntungkan Saksi XVI karena untuk memasukkan produk baru, Saksi XVI tidak perlu membayar *listing fee*;-----
- 51.21 Bahwa menurut Saksi XVI, tambahan *reward* tidak dilihat sebagai perlakuan khusus kepada Terlapor karena memiliki *bargaining position* yang lebih kuat, *reward* tersebut juga diberikan kepada hypermarket lain;-----
- 51.22 Bahwa menurut Saksi XVI, jika Terlapor membuka gerai baru, maka Saksi XVI memberikan *fee* sebesar 2% mencakup *opening fee*, *promotion* dan lain-lain;-----
- 51.23 Bahwa menurut Saksi XVI, mengenai tata letak di rak gerai Terlapor, Saksi XVI dapat menegosiasikannya, tetapi pada umumnya tata letak didasarkan pada komposisi penjualan produk di mata konsumen;-----
- 51.24 Bahwa Saksi XVI menyatakan Terlapor sendiri pernah melakukan jual rugi atas produk Saksi XVI. Perilaku tersebut pernah dipertanyakan oleh peritel lain,

namun Saksi XVI menyatakan hal tersebut adalah kebijakan Terlapor sendiri dan tidak ada peranan dari Saksi XVI (Bukti B38);-----

52. Menimbang bahwa dalam Perpanjangan Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 1 Juli 2005, Ahli III: Ir. Nurfakih Wirawan, M.SP. (Kepala Instansi Dinas Tata Kota Pemerintah Daerah DKI Jakarta) memberikan keterangan yang pada pokoknya sebagai berikut:-----
- 52.1 Bahwa Ahli III mengatur mengenai perencanaan tata ruang dan wilayah di DKI Jakarta;-----
- 52.2 Bahwa menurut Ahli III mengenai masalah ritel, instansi yang terkait untuk masalah perizinan adalah Biro Perekonomian;-----
- 52.3 Bahwa Ahli III menyatakan peraturan yang terkait dengan pengaturan lokasi antara lain Peraturan Daerah (Perda) DKI Jakarta Nomor 6 Tahun 1999 tentang Rencana Umum Tata Ruang dan Wilayah DKI Jakarta. Perda tersebut memiliki visi dan misi mengenai pemanfaatan ruang dan wilayah di DKI Jakarta untuk ke depan;-----
- 52.4 Bahwa Ahli III menyatakan Perda DKI Jakarta Nomor 6 Tahun 1999 tersebut bersifat makro, tidak mengatur secara rinci. Perda DKI Jakarta Nomor 6 Tahun 1999 mengatur mengenai Rencana Rinci Tata Ruang Wilayah Kecamatan yang dibuat dalam bentuk SK Gubernur;-----
- 52.5 Bahwa menurut Ahli III, Terlapor dalam menjalankan usahanya menyewa tempat, bukan memilikinya;-----
- 52.6 Bahwa menurut Ahli III, tidak ada pembagian wilayah bidang usaha ritel secara khusus, hanya ada kategori secara umum, yaitu wilayah/kawasan perdagangan. Perda DKI Jakarta tersebut tidak mengatur secara khusus mengenai dimana akan didirikan hypermarket atau bentuk usaha ritel lainnya;-----
- 52.7 Bahwa Ahli III menyatakan pemberian ijin peruntukan lahan atau bangunan, hanya melihat peruntukan suatu lahan atau bangunan secara umum, misalnya untuk perdagangan;-----
- 52.8 Bahwa menurut Ahli III, dalam hal perijinan, Dinas Tata Kota hanya mengeluarkan ijin yang berkaitan dengan peruntukan tanah. Dinas Penataan dan Pengawasan Bangunan (P2B) mengeluarkan Ijin Mendirikan Bangunan (IMB) dan Ijin Penggunaan Bangunan (IPB) dan selebihnya ijin dikeluarkan oleh instansi lain;-----
- 52.9 Bahwa Ahli III menjelaskan dalam hal Terlapor adalah sebagai salah satu pengusaha ritel yang menyewa tempat (tidak memiliki), Terlapor tetap harus memperoleh ijin dari Biro Perekonomian meskipun telah mengadakan perjanjian dengan pemilik tempat;-----

- 52.10 Bahwa Ahli III tidak mengetahui perusahaan ritel apa saja yang masuk di suatu kawasan karena perijinannya bukan pada Dinas Tata Kota. Dinas Tata Kota memiliki fungsi perencanaan, bukan pelaksanaan dan pengawasan, sehingga Ahli III hanya mengetahui mengenai peruntukan kawasannya, yaitu untuk perdagangan;-----
- 52.11 Bahwa Ahli III tidak memiliki kewenangan untuk menerima atau menolak kepada pihak yang mengajukan ijin apabila luas tanah dan jaraknya tidak sesuai dengan ketentuan Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002, namun sebatas kesesuaian dengan rencana kota;-----
- 52.12 Bahwa Ahli III menyatakan dalam SK Gubernur DKI Jakarta Nomor 44 Tahun 2003, perijinan untuk menyelenggarakan pasar swasta diberikan oleh Gubernur melalui Sekretaris Daerah, yang di dalamnya termasuk Biro Perekonomian;-----
- 52.13 Bahwa Ahli III menyatakan di dalam tata ruang tidak ada diskriminasi mengenai pembagian wilayah tata ruang untuk pasar modern dan pasar tradisonal;-----
- 52.14 Bahwa menurut Ahli III, Perda DKI Jakarta Nomor 6 Tahun 1999 dengan Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 dan SK Gubernur DKI Jakarta Nomor 44 Tahun 2003 tidak bertentangan tetapi terdapat sedikit perbedaan. Perda DKI Jakarta Nomor 6 Tahun 1999 mewajibkan kawasan perdagangan menyediakan 10% wilayah perdagangan untuk skala usaha kecil. Sedangkan Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002, penyediaan lahan untuk UKM tersebut terbagi dua yaitu untuk luas lahan 200 m² - 500 m² harus menyediakan 10% dan untuk luas lahan lebih dari 500 m² harus menyediakan 20% lahannya untuk UKM (Bukti B41);-----
53. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Lanjutan pada tanggal 8 Juli 2005, Ahli IV: Ir. H. Budi Rama Natakusumah (Kepala Biro Administrasi Perekonomian Pemerintah Daerah DKI Jakarta) dan Ahli V: Ir. Djumhana Tjakrawira Laksana (Kepala Dinas Penataan dan Pengawasan Bangunan (P2B) Pemerintah Daerah DKI Jakarta), memberikan keterangan yang pada pokoknya sebagai berikut:-----
- 53.1 Bahwa Ahli IV menyatakan Perda DKI Jakarta yang mengatur mengenai perpasaran swasta adalah Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 dan SK Gubernur DKI Jakarta Nomor 44 Tahun 2003;-----
- 53.2 Bahwa Ahli IV menyatakan dalam konteks perpasaran terdapat penyedia perpasaran (pihak yang membangun gedung) dan penyelenggara (pihak yang menyewa gedung);-----
- 53.3 Bahwa menurut Ahli IV, sebagai pengelola pasar, PD Pasar Jaya membina seratus lima puluh satu pasar yang termasuk di dalamnya pasar lingkungan, pasar wilayah, pasar kota dan pasar regional;-----

- 53.4 Bahwa Ahli IV menyatakan penyelenggara perpasaran swasta harus memiliki ijin prinsip, yang dapat diperoleh dengan melengkapi persyaratan keterangan rencana kota, IMB, IPB, SIUP dan lain-lain;-----
- 53.5 Bahwa Ahli IV menyatakan ijin usaha pembukaan gerai baru milik peritel diajukan kepada Gubernur dan diproses oleh Ahli IV selaku Ketua Tim Pertimbangan Perpasaran dengan anggota tim yang terdiri dari unsur terkait;-----
- 53.6 Bahwa menurut Ahli IV, dalam melakukan pengawasan, Gubernur menugaskan dan dibantu para Walikota sesuai Instruksi Gubernur DKI Jakarta Nomor 85 Tahun 2004 tentang Pengawasan dan Pengendalian Kegiatan Perpasaran Swasta di Jakarta, meliputi tenaga kerja, waktu pelayanan, penyediaan tempat usaha bagi usaha kecil dan kelengkapan perijinan;-----
- 53.7 Bahwa Ahli IV menyatakan pihak yang terkait dengan masalah perijinan pasar modern adalah Dinas Tata Kota, Dinas Penataan dan Pengawasan Bangunan (P2B), Dinas Perhubungan, Dinas Tramtib, Dinas Depperindag, Dinas Pemadam Kebakaran, Biro Perekonomian dan Biro Administrasi Pembangunan;-----
- 53.8 Bahwa menurut Ahli IV, ketentuan *zoning* merupakan kewenangan Dinas Tata Kota, termasuk didalamnya penentuan lokasi-lokasi yang dapat dijadikan lokasi perpasaran swasta sesuai peruntukannya untuk perdagangan;-----
- 53.9 Bahwa menurut Ahli IV, Dinas Tata Kota tidak berwenang dalam mengatur siapa yang dapat berusaha di suatu lokasi perdagangan;-----
- 53.10 Bahwa menurut Ahli IV, salah satu pertimbangan untuk menentukan *zoning* perpasaran swasta adalah keberadaan pasar tradisional di wilayah tersebut;-----
- 53.11 Bahwa menanggapi perihal kondisi gerai Terlapor yang saling berdekatan dalam satu lokasi, Ahli IV menyatakan Perda DKI Jakarta hanya mengatur jarak antara pasar swasta dengan pasar lingkungan, tidak mengenai jarak antar pasar swasta;-
- 53.12 Bahwa Ahli V menjelaskan mekanisme pemberian ijin perpasaran swasta oleh Dinas P2B adalah sebagai berikut:-----
- 53.12.1 Adanya *advis planning* dan RTLB dari Dinas Tata Kota sesuai dengan jenis peruntukannya, yaitu untuk perkantoran, perdagangan atau perumahan;-----
- 53.12.2 Perencanaan pembangunan dilaksanakan oleh pengembang proyek yang dibantu para perencana yang terdiri dari arsitek, struktur, mekanik dan elektrikal dengan menyesuaikan arahan dari Tim Independen yang terdiri dari para pakar (TPAK, TPKB dan TPIB) untuk mengevaluasi perencanaan pembangunan bangunan yang bersangkutan;-----

- 53.12.3 Pengajuan PIMB sesuai dengan retribusi yang harus dibayar sampai dengan diterbitkannya IMB;-----
- 53.12.4 Memenuhi persyaratan yang ditetapkan Badan Pengelolaan Lingkungan Hidup Daerah, misal AMDAL, pengelolaan air limbah dan sumur resapan air hujan;-----
- 53.12.5 Melengkapi kelengkapan mekanik dan elektrikal yang terpasang pada bangunan;-----
- 53.12.6 Setelah semuanya terpenuhi, baru kemudian terbit IPB;-----
- 53.12.7 Mekanisme pengawasan selanjutnya dilakukan oleh Ahli V setiap lima tahun;-----
- 53.13 Bahwa Ahli V menyatakan terdapat kemungkinan penyedia bangunan adalah sama dengan penyelenggara bangunan, sebagaimana biasa terjadi pada rumah tinggal. Ahli V tidak pernah tahu mengenai siapa yang akan menjadi penyelenggara bangunan bersangkutan;-----
- 53.14 Bahwa menurut Ahli V, yang mengajukan ijin sebagai penyedia bangunan untuk gerai Terlapor di Lebak Bulus adalah pihak *developer* Pondok Indah;-----
- 53.15 Bahwa menurut Ahli IV, terkait dengan ketentuan pasal 7 SK Gubernur DKI Jakarta Nomor 44 Tahun 2003 yang mengatur mengenai harga jual barang di mini swalayan dan pasar swalayan tidak boleh jauh lebih rendah sebesar 10% dari harga jual warung dan toko di sekitar lokasi, pengawasan terhadap ketentuan tersebut dilaksanakan oleh para Walikota Madya sebagaimana diatur dalam Instruksi Gubernur Nomor 85 Tahun 2004 tentang Pengawasan dan Pengendalian Perpasaran Swasta;-----
- 53.16 Bahwa menurut Ahli IV, perlindungan Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 bagi pasar tradisional hanya terbatas pada pelaku pasar lingkungan saja, tidak kepada pelaku pasar wilayah, pasar kota atau pasar regional;-----
- 53.17 Bahwa Ahli IV menyatakan Pemerintah Daerah DKI saat ini sedang melakukan evaluasi dan rencana revisi Perda Nomor 2 Tahun 2002 mengenai perpasaran swasta (Bukti B44);-----
54. Menimbang bahwa dalam masa penyusunan putusan, Investigator telah menyampaikan Kesimpulan Investigator atas pemeriksaan Perkara No. 02/KPPU-L/2005 di hadapan Ketua Majelis Komisi pada tanggal 25 Juli 2005 kepada Terlapor (Bukti A124);-----
55. Menimbang bahwa selanjutnya, pada tanggal 3 Agustus 2005, Terlapor memberikan Tanggapan secara tertulis atas Kesimpulan Investigator KPPU Perkara Nomor: 02/KPPU-L/2005 yang menyatakan:-----
- 55.1 Posisi Pasar PTCI-----

- 55.1.1 Berikut, adalah tanggapan PTCI atas kesimpulan investigator bahwa PTCI merupakan pelaku usaha dominan di pasar bersangkutan, yaitu pasar eceran hypermarket dalam pasar geografis (*geographical market*) di wilayah Jakarta-Bogor-Depok-Tangerang-Bekasi (Jabodetabek), berdasarkan pertimbangan sebagai berikut;-----
- 55.1.1.1. Usaha eceran hypermarket merupakan pasar bersangkutan yang terpisah dari mini market dan supermarket;-----
- 55.1.1.2. Alfa bukan merupakan pesaing dari PTCI karena Alfa memiliki konsep toko “gudang rabat” dan “supermarket plus”;-----
- 55.1.1.3. Pesaing-pesaing PTCI terbatas pada Giant, Hypermart dan Clubstore;-----
- 55.1.1.4. PTCI memiliki dukungan permodalan yang lebih kuat;-----
- 55.1.1.5. Sejak tahun 2003 sampai dengan dikeluarkannya kesimpulan investigator, omset penjualan PTCI adalah yang terbesar (nomor 1) dari perusahaan peritel di Indonesia;-----
- 55.1.1.6. Gerai-gerai PTCI terdapat di lokasi yang lebih strategis;-----
- 55.1.1.7. Gerai-gerai PTCI memiliki keragaman produk yang lebih lengkap dan secara umum memiliki pelayanan yang lebih baik;-----
- 55.1.2 Menanggapi hal tersebut, PTCI menyatakan berbeda pendapat dengan kesimpulan-kesimpulan para investigator tersebut, berdasarkan pertimbangan-pertimbangan sebagai berikut;-----
- 55.1.2.1. Sebagaimana telah diterangkan sebelumnya oleh PTCI, pesaing-pesaing PTCI sedang melaksanakan ekspansi dengan cepat. Mereka menyaingi PTCI secara gerai per gerai; jika PTCI mengoperasikan atau membuka satu gerai di lokasi yang strategis, dapat diramalkan bahwa para pesaing akan segera membuka gerai mereka di lokasi yang dekat dan sama strategisnya dengan gerai PTCI ini. Tren ini secara jelas digambarkan dalam tanggapan PTCI sebelumnya. Segmen eceran hipermarket merupakan segmen yang sangat kompetitif;-----
- 55.1.2.2. Sehubungan dengan dukungan permodalan, sebagaimana yang telah disampaikan oleh PTCI dalam tanggapan PTCI sebelumnya, Giant dan Hypermart memiliki dukungan permodalan dari afiliasi-afiliasi mereka dengan grup Hero

dan Matahari. PTCI bukan merupakan satu-satunya perusahaan yang memiliki dukungan permodalan dari afiliasi-afiliasinya dalam usaha eceran;-----

55.1.2.3. Secara keseluruhan, berdasarkan perhitungan investigator sendiri, pesaing-pesaing PTCI memiliki lebih banyak gerai di wilayah Jabodetabek (20 gerai) dibandingkan dengan PTCI (16 gerai). Tren ini akan terus berlanjut;-----

55.1.2.4. Sehubungan dengan keragaman kategori produk, sebagaimana disimpulkan oleh investigator, semua pelaku usaha hipermarket menjual produk-produk yang sama; yaitu produk kebutuhan rumah tangga sehari-sehari, meliputi produk makanan dan minuman dalam kemasan yang siap saji, kebutuhan sembilan bahan pokok serta *fresh products*, *household products* dan *electronics*. Setiap konsumen dapat melihat sendiri secara nyata bahwa Alfa, Giant, Hypermart dan Clubstore menjual produk-produk tersebut di gerai-gerai mereka;-----

55.1.3 Sehubungan dengan omzet penjualan dan faktor-faktor lainnya yang menyebabkan PTCI dianggap sebagai dominan, PTCI menyayangkan bahwa investigator tidak dapat memberikan penjelasan yang cukup memadai sehingga PTCI tidak dapat menanggapi kesimpulan Investigator secara berarti;-----

55.1.4 Khususnya, PTCI menyayangkan bahwa investigator “*tidak memiliki kapasitas untuk menyampaikan data ataupun foto copy data kepada pihak manapun*”. Hal ini berarti bahwa PTCI tidak mungkin melakukan pengecekan silang (*cross-check*) data Investigator dan PTCI tidak dapat menyampaikan masukan yang berarti atas temuan investigator;-----

55.2 *Minus margin*-----

55.2.1 PTCI mencatat bahwa investigator menyimpulkan bahwa:-----

55.2.1.1. *Minus margin* memiliki tujuan yang sama dengan persyaratan dagang *best price guarantee* dan *penalty* yang diberlakukan pesaing-pesaing PTCI, yaitu untuk menghindari diskriminasi harga oleh pemasok. Namun demikian, menurut investigator, maksud sesungguhnya dari penerapan *Minus margin* oleh PTCI adalah untuk membuat para pesaing PTCI semakin sulit untuk bersaing;-----

- 55.2.1.2. Menurut investigator, bukti dari maksud tersebut adalah adanya pemasok (jumlah pemasok tidak dirinci) yang telah berhenti memasok produk mereka (jenis dan jumlah produk tidak dirinci) kepada pesaing-pesaing PTCI;-----
- 55.2.2 Sehubungan dengan hal tersebut, PTCI menyayangkan bahwa investigator tidak dapat memberikan penjelasan yang cukup sehingga PTCI dapat menanggapi temuan-temuan tersebut di atas secara berarti. Sebagai contoh, investigator tidak dapat merinci kepada PTCI produk dan pemasok yang terkait. Ini berarti bahwa PTCI tidak dapat melakukan verifikasi apakah informasi yang diterima oleh investigator adalah benar. Sebagai akibatnya, PTCI tidak dapat memberikan masukan yang berarti bagi KPPU mengenai temuan ini;-----
- 55.2.3 Meskipun demikian, PTCI mencatat hal-hal sebagai berikut:-----
- 55.2.3.1. Sebagaimana telah disampaikan di dalam tanggapan PTCI sebelumnya, (1) *Minus margin* disetujui oleh hanya sebagian kecil pemasok (99 pemasok dari ribuan pemasok), (2) sejauh yang diketahui PTCI (a) seluruh pemasok tersebut tetap memasok produk-produknya kepada pesaing-pesaing PTCI, dan (b) pesaing-pesaing tetap memiliki akses terhadap produk-produk yang dipasok oleh pemasok-pemasok ini; *Minus margin* tidak menghalangi akses ini;-----
- 55.2.3.2. Oleh karenanya, bukan hanya *Minus margin* tidak bertujuan sebagai sarana untuk menghalangi pesaing; *Minus margin* juga tidak beroperasi sebagai halangan tersebut (Bukti A130);-----
56. Menimbang bahwa dalam Pemeriksaan Lanjutan dan Perpanjangan Pemeriksaan Lanjutan, Majelis Komisi telah mendapatkan, meneliti dan menilai sejumlah surat, dokumen, BAP, kuesioner, serta data-data atau dokumen lainnya yang berkaitan dengan pemeriksaan Perkara ini;-----
57. Menimbang bahwa untuk mempersingkat uraian Putusan ini, maka segala hal yang terjadi selama di pemeriksaan, selanjutnya termuat di dalam BAP perkara ini secara *mutatis mutandis* termuat di dalam Putusan ini;-----
58. Menimbang bahwa Terlapor diduga melanggar Pasal 19 huruf *a*, Pasal 19 huruf *b* dan Pasal 25 ayat (1) huruf *a* Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999;-----
59. Menimbang bahwa selanjutnya Majelis Komisi telah mempunyai bukti dan penilaian yang cukup untuk mengambil Putusan;-----

TENTANG HUKUM

1. Menimbang bahwa berdasarkan keterangan-keterangan dan dokumen-dokumen yang diperoleh selama pemeriksaan, Majelis Komisi menemukan fakta sebagai berikut:-----
 - 1.1. Identitas Terlapor;-----
 - 1.1.1. Bahwa Terlapor didirikan sebagai PT. Contimas Utama Indonesia (CUI), atas dasar Akta Pendirian Nomor 212, tanggal 24 April 1995, sebagaimana diubah dengan Akta Perubahan Anggaran Dasar Nomor 178, tanggal 29 Nopember 1995 dan sah berdiri sebagai suatu Perseroan Terbatas sejak tanggal 6 Maret 1996;-----
 - 1.1.2. Bahwa efektif pada tanggal 23 Desember 2003, CUI melakukan penggabungan usaha (merger) dengan PT. Cartisa Properti Indonesia (CPI) dan PT. Carti Satria Megaswalayan (CSM), dimana CUI bertindak selaku perusahaan penerima penggabungan (*surviving company*);-----
 - 1.1.3. Bahwa CUI selaku perusahaan penerima penggabungan berganti nama menjadi Terlapor, efektif sejak tanggal 23 Desember 2003;-----
 - 1.1.4. Bahwa kegiatan usaha Terlapor diantaranya adalah dalam bidang perdagangan umum seperti toko serba ada, supermarket, hypermarket dan pendirian gedung untuk digunakan sebagai tempat usaha (Bukti B3, C25);---
 - 1.2. Pasar Ritel-----

Bahwa pasar ritel atas produk kebutuhan konsumsi sehari-hari (*consumer goods*) dibedakan sebagai berikut:-----

 - 1.2.1. Pasar Tradisional (*wet market*)-----
 - 1.2.1.1. Bahwa kegiatan usaha ritel tradisional memiliki ciri-ciri, antara lain:-----
 - a. barang yang dijual dapat ditawarkan oleh konsumen yang hendak membeli;-----
 - b. tidak terdapat label harga khusus pada barang yang dijual (*barcode*);-----
 - c. konsumen tidak mengambil sendiri barang yang hendak dibeli;---
 - d. kenyamanan toko atau tempat menjual tidak menjadi pertimbangan khusus bagi konsumen dalam memilih di toko mana ia akan berbelanja;-----
 - e. tidak semua barang yang dijual dipajang (*display*);-----
 - f. pengelola dapat berupa pelaku usaha perorangan;-----
 - g. pembayaran pada umumnya dilakukan secara tunai;-----

- 1.2.1.2 Bahwa kegiatan usaha ritel tradisional adalah sebagaimana dilakukan oleh pasar tradisional dan atau toko-toko konvensional. Masing-masing peritel tradisional hanya menjual barang tertentu atau jenis kelompok barang tertentu, misalnya kelompok barang makanan, kelompok bahan kebutuhan pokok (toko sembako), barang alat-alat rumah tangga dan lain-lain;-----
- 1.2.1.3 Bahwa hubungan usaha antara peritel tradisional dengan pemasok umumnya adalah sistem jual beli putus. Pihak pemasok berlaku sebagai penjual barang dan peritel tradisional sebagai pembeli barang. Peritel kemudian menjual kembali barang yang dipasok oleh pemasok kepada konsumen. Peritel memperoleh keuntungan dari *margin* atau selisih antara harga beli dari pemasok dengan harga jual ke konsumen (Bukti B9, C38);-----
- 1.2.2 Pasar Modern (*modern market*);-----
- 1.2.2.1 Bahwa kegiatan usaha ritel modern memiliki ciri-ciri, antara lain:--
- a. konsumen tidak dapat menawar harga barang yang hendak dibeli;-----
 - b. terdapat label harga khusus pada barang yang dijual (*bar code*);
 - c. konsumen memilih dan mengambil sendiri barang yang hendak dibeli (*swalayan*);-----
 - d. kenyamanan toko atau tempat menjual menjadi pertimbangan khusus bagi konsumen dalam memilih di toko mana ia akan berbelanja;-----
 - e. semua barang yang dijual dipajang (*display*);-----
 - f. pada umumnya pengelola berbentuk badan usaha dengan *management* yang teratur;-----
 - g. pembayaran pada umumnya dapat dilakukan secara tunai dan kredit (Bukti B7);-----
- 1.2.2.2 Bahwa berdasarkan karakter pasar modern yang diuraikan di atas, pasar modern dapat dikelompokkan menjadi minimarket, supermarket dan hypermarket. Masing-masing bentuk pasar modern tersebut memiliki ciri-ciri sebagai berikut:-----
- 1.2.2.2.1 Minimarket, memiliki ciri-ciri sebagai berikut:-----
- a. jenis komoditi atau barang dagangan yang dijual merupakan barang-barang kebutuhan rumah tangga sehari-hari seperti produk makanan dan minuman dalam kemasan yang siap saji;-----

- b. kegiatan penjualan dilakukan secara eceran dan cara pelayanan dilakukan secara sendiri oleh konsumen dengan menggunakan keranjang jinjing atau peralatan lain (kereta dorong yang telah disediakan);-----
 - c. luas lantai usahanya maksimal 200 m²;-----
 - d. harga barang dagangan yang dijual dicantumkan secara jelas dan pasti;-----
 - e. jumlah *item* produk yang dijual antara 2.000 - 3.000 *item* produk;-----
 - f. keberadaan lokasi gerai di sekitar perumahan;-----
 - g. memiliki *cash register* maksimal dua mesin (Bukti B7);-----
- 1.2.2.2.2 Supermarket, memiliki ciri-ciri sebagai berikut:-----
- a. jenis komoditi atau barang dagangan yang dijual merupakan barang-barang atau kebutuhan rumah tangga sehari-hari termasuk kebutuhan sembilan bahan pokok;-----
 - b. kegiatan penjualan dilakukan secara eceran dan cara pelayanan dilakukan secara sendiri oleh konsumen dengan menggunakan keranjang jinjing atau peralatan lain (kereta dorong yang telah disediakan);-----
 - c. harga barang dagangan yang dijual dicantumkan secara jelas dan pasti pada kemasan barang pada suatu tempat tertentu yang mudah terlihat oleh konsumen;-----
 - d. luas lantai usahanya maksimal 4.000 m²;-----
 - e. jumlah *item* produk yang dijual antara 10.000 - 18.000 *item* produk (70% barang ritel dan 30% *fresh product*);-----
 - f. memiliki *cash register* lebih dari tiga mesin (Bukti B7);-----
- 1.2.2.2.3 Hypermarket, memiliki ciri-ciri sebagai berikut:-----
- a. jenis komoditi barang dagangan yang dijual merupakan kebutuhan rumah tangga sehari-hari seperti produk makanan dan minuman dalam

kemasan yang siap saji, kebutuhan sembilan bahan pokok serta *fresh product*, *household product* dan *electronics*;-----

- b. kegiatan penjualan dilakukan secara eceran dan cara pelayanan dilakukan secara sendiri oleh konsumen dengan menggunakan keranjang jinjing atau peralatan lain (kereta dorong yang telah disediakan);-----
- c. harga barang dagangan yang dijual dicantumkan secara jelas dan pasti pada kemasan pada suatu tempat tertentu yang mudah dilihat oleh konsumen;-
- d. luas lantai usahanya lebih dari 4.000 m² dan maksimal 8.000 m²;-----
- e. jumlah *item* produk yang dijual antara 19.000 - 40.000 *item* produk (70% barang ritel dan 30% *fresh product*);-----
- f. memiliki *cash register* sekurang-kurangnya dua puluh mesin (Bukti B7);-----

1.3 Perilaku Konsumen-----

1.3.1 Bahwa berdasarkan hasil penyelidikan yang dilakukan kepada konsumen, bentuk pasar modern mempengaruhi pola belanja konsumen;-----

1.3.2 Bahwa dalam berbelanja, konsumen mempertimbangkan setidaknya dua hal, yaitu:-----

1.3.2.1 Jumlah kebutuhan barang yang akan dibeli;-----

Konsumen berbelanja di minimarket untuk keperluan belanja harian, di supermarket untuk belanja mingguan dan di hypermarket untuk belanja bulanan;-----

1.3.2.2 Waktu yang dibutuhkan untuk berbelanja;-----

Waktu yang dibutuhkan untuk berbelanja di hypermarket lebih lama dibandingkan dengan di supermarket dan minimarket;-----

1.3.3 Bahwa bentuk pasar modern yang mempengaruhi pola belanja konsumen tidak mengakibatkan beralihnya konsumen dari satu kelompok pasar modern ke kelompok pasar modern yang lain;-----

1.4 Perilaku Peritel-----

1.4.1 Bahwa berdasarkan keterangan Saksi peritel, minimarket dan supermarket tidak bersaing secara langsung dengan hypermarket karena konsep minimarket dan supermarket tidak berimbang dengan konsep hypermarket;

- 1.4.2 Bahwa berdasarkan keterangan Saksi peritel yang pada awalnya hanya sebagai penyelenggara pasar modern dengan konsep supermarket namun selanjutnya pelaku usaha tersebut menyelenggarakan pasar modern dengan konsep hypermarket karena konsep supermarket kurang bersaing atau tidak berimbang dengan Terlapor;-----
- 1.4.3 Bahwa berdasarkan keterangan Saksi peritel tersebut di atas, dasar pertimbangan dalam mendirikan konsep hypermarket adalah agar dapat bersaing dengan Terlapor;-----
- 1.4.4 Bahwa persaingan diantara bentuk pasar modern juga dipengaruhi oleh konsumen yang dilayaninya;-----
- 1.4.5 Bahwa bentuk pasar modern yang melayani konsumen akhir tidak bersaing secara langsung dengan bentuk pasar yang melayani konsumen peritel;-----
- 1.4.6 Bahwa dalam menghadapi persaingan di pasar modern, masing-masing peritel modern memiliki strategi bisnis dengan mengurangi *margin* sehingga dapat menjual produk ke konsumen dengan harga jual lebih murah dalam rangka promosi;-----
- 1.5 Hubungan Usaha antara Terlapor dengan Pemasok-----
- 1.5.1 Bahwa hubungan usaha antara Terlapor dengan pemasok adalah jual beli barang yang pada umumnya dilakukan dengan sistem jual putus. Terlapor dalam hal ini sebagai pembeli dan pemasok sebagai penjual (Bukti B13, B18, B27);-----
- 1.5.2 Bahwa Terlapor dalam melakukan hubungan usaha dengan pemasok membuat suatu perjanjian tertulis yang di dalamnya memuat syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) (Bukti B27, B33, B38);-----
- 1.5.3 Bahwa Terlapor memiliki format perjanjian standar yang berlaku secara nasional yang di dalamnya memuat syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang dapat dinegosiasikan dengan pemasok antara lain *listing fee*, *fixed rebate*, *minus margin*, *term of payment*, *reguler discount*, *common assortment cost*, *opening cost/new store* dan *penalty* (Bukti B27, B33, B38);-----
- 1.5.4 Bahwa berdasarkan keterangan Terlapor dalam pemeriksaan, yang dimaksud dengan *listing fee* adalah biaya pemasok untuk memasok produk baru ke Terlapor. *Listing fee* juga berfungsi sebagai jaminan apabila barang tidak laku. Biaya ini hanya ditetapkan sekali. Secara umum, *listing fee* adalah bagian dari negosiasi yang akan dituangkan dalam syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) (Bukti B31);-----

- 1.5.5 Bahwa terdapat pengertian lain mengenai *listing fee* yang dipahami oleh sebagian pemasok yaitu biaya yang dikenakan oleh Terlapor kepada pemasok untuk mendaftarkan *item* produk yang dipasok di gerai Terlapor (Bukti B19, B25, B26, B38);-----
- 1.5.6 Bahwa Terlapor mengenakan *listing fee* kepada pemasok per *item* produk per gerai Terlapor (Bukti B31);-----
- 1.5.7 Bahwa besaran *listing fee* yang dibebankan Terlapor kepada pemasok besar dan pemasok kecil tidak sama. Perhitungan *listing fee* didasarkan atas tiga kriteria yang dilihat dari ukuran perusahaan yaitu A dengan nilai pembelian melebihi Rp. 10.000.000.000,- (sepuluh milyar Rupiah), B dengan nilai pembelian Rp. 1.000.000.000,- (satu milyar Rupiah) sampai dengan Rp. 10.000.000.000,- (sepuluh milyar Rupiah) dan C dengan nilai pembelian sampai dengan Rp. 1.000.000.000,- (satu milyar Rupiah) dan dari komoditi masing-masing perusahaan (Bukti B2);-----
- 1.5.8 Bahwa berdasarkan dokumen *invoice* Terlapor, pemasok dikenakan *listing cost* yang terdiri dari *registration fee* dan *listing fee* (Bukti C28);-----
- 1.5.9 Bahwa Terlapor tidak membebaskan *listing fee* kepada semua pemasok (Bukti B31);-----
- 1.5.10 Bahwa *listing fee* yang dibayarkan pemasok kepada Terlapor tidak dapat dikembalikan (*not refundable*) (Bukti B31);-----
- 1.5.11 Bahwa Terlapor memperoleh pendapatan dari persyaratan *listing fee* untuk tahun 2004 sebesar Rp. 25.684.784.554,- (dua puluh lima milyar enam ratus delapan puluh empat juta tujuh ratus delapan puluh empat ribu lima ratus lima puluh empat Rupiah) (Bukti C136, C137);-----
- 1.5.12 Bahwa sejak tahun 2004, Terlapor menambah persyaratan *minus margin* dalam formulir syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) (Bukti B31);-----
- 1.5.13 Bahwa penerapan persyaratan *minus margin* dalam syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) dapat dinegosiasikan antara Terlapor dengan pemasok (Bukti B31);-----
- 1.5.14 Bahwa menurut Terlapor, persyaratan *minus margin* adalah jaminan dari pihak pemasok bahwa harga jual produk kepada Terlapor adalah harga jual yang paling murah. Apabila Terlapor mendapatkan bukti tertulis bahwa pesaing Terlapor menjual produk yang sama kepada konsumen dengan harga yang lebih rendah daripada harga pembelian oleh Terlapor, maka Terlapor berhak untuk memperoleh kompensasi dari pemasok bersangkutan sebesar selisih antara harga beli Terlapor dengan harga jual pesaing Terlapor (Bukti B31);-----

- 1.5.15 Bahwa menurut pemasok, mengenai pengenaan sanksi persyaratan *minus margin*, Terlapor akan memotong *invoice* pemasok apabila Terlapor menemukan harga jual di gerai pesaing Terlapor lebih murah dibandingkan dengan harga jual di gerai Terlapor untuk produk yang sama (Bukti B38);--
- 1.5.16 Bahwa menurut pemasok, besarnya pemotongan *invoice* berkaitan dengan pengenaan sanksi *minus margin* dilakukan dengan cara mengalikan selisih harga dengan jumlah sisa produk pemasok di gerai Terlapor (Bukti B35);---
- 1.5.17 Bahwa Terlapor memperoleh pendapatan dari pengenaan sanksi *minus margin* dari seluruh pemasok yang menyetujui *item* persyaratan *minus margin* pada tahun 2004 sebesar Rp. 1.980.234.245,- (satu milyar sembilan ratus delapan puluh juta dua ratus tiga puluh empat ribu dua ratus empat puluh lima Rupiah) (Bukti C136, C137);-----
- 1.5.18 Bahwa persyaratan *minus margin* disepakati oleh sembilan puluh sembilan pemasok yang melakukan hubungan usaha dengan Terlapor (Bukti B31);---
- 1.5.19 Bahwa Terlapor tidak memberikan kesempatan kepada pemasok untuk membuktikan bahwa pemasok tidak melakukan diskriminasi harga jual terhadap Terlapor dan peritel modern lainnya dengan alasan pemasok telah menyetujui persyaratan *minus margin* dalam syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang dibuat dengan Terlapor (Bukti B31);-----
- 1.5.20 Bahwa terdapat pemasok yang lebih memilih dikenakan persentase yang tetap dari nilai penjualan dibandingkan apabila pemasok tersebut harus menyetujui persyaratan *minus margin* (Bukti B33);-----
- 1.5.21 Bahwa pemilihan tersebut di atas berdasarkan pertimbangan *cost* yang dikeluarkan pemasok akan lebih kecil bila dibandingkan dengan besarnya pemotongan *invoice* akibat dikenakan sanksi *minus margin* (Bukti B33);---
- 1.5.22 Bahwa pemasok memberikan harga jual produk yang sama kepada Terlapor dan peritel modern lainnya namun pemasok dapat memberikan *regular discount* yang besaran persentasenya dapat berbeda-beda kepada Terlapor dan peritel modern lainnya tergantung pada hasil negosiasi (Bukti B26);-----
- 1.5.23 Bahwa kebijakan penentuan harga jual produk ke konsumen di gerai Terlapor merupakan kewenangan Terlapor, pemasok hanya memberikan *recommended selling prices* (Bukti B23);-----
- 1.5.24 Bahwa syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang diterapkan Terlapor semakin memberatkan pemasok setiap tahunnya berupa penambahan jenis *item*, kenaikan biaya dan kenaikan besaran tarif (*fee percentage*) syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) (Bukti B26, B35);-----

1.5.25 Bahwa perbandingan *item* syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) Terlapor sejak tahun 2003 sampai dengan tahun 2005 adalah sebagai berikut (Bukti B35, C90, C91, C92):-----

No	Tahun		
	2003	2004	2005
1	Fixed Rebate	Fixed Rebate	Fixed Rebate
2	Conditional Rebate	Conditional Rebate	Conditional Rebate
3	Promotion Discount	Promotion Discount	Promotion Discount
4	Promotion Budget	Promotion Budget	Promotion Budget
5	Regular Discount	Regular Discount	Regular Discount
6	Common Assortment	Common Assortment	Common Assortment
7		Reduce Purchase Price	Reduce Purchase Price
8		<i>Minus margin</i>	<i>Minus margin</i>
9		Penalty Delay Delivery for Event	Penalty Delay Delivery for Event
10		Penalty on Short Level	Penalty on Short Level
11		Opening Cost	Opening Cost
12		Opening Discount for New	Opening Discount for New
13		Additional Discount for Other	Additional Discount for Other
14		Anniversary Discount	Anniversary Discount
15		Store Remodeling Discount	Store Remodeling Discount
16			Opening Listing Fee
17			Lebaran Discount

1.5.26 Bahwa Pendapatan Lain Terlapor yang diperoleh dari pemasok atas pengenaan syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang berlebihan bagi pemasok dalam tahun 2004 (*listing fee, common assortment cost, minus margin (negative margin), service level* dan *others*) sebesar Rp. 40.187.168.421,- (empat puluh milyar seratus delapan puluh tujuh juta seratus enam puluh delapan ribu empat ratus dua puluh satu Rupiah) (Bukti C137):-----

1.5.27 Bahwa persentase pendapatan lain-lain tersebut di atas dibandingkan dengan *operating income* sebesar 17,46%;-----

1.6 Hubungan Usaha Antara Peritel Modern Dengan Pemasok-----

1.6.1 Bahwa hubungan usaha antara peritel modern dengan pemasok adalah jual beli produk yang pada umumnya dilakukan dengan sistem jual putus. Peritel modern dalam hal ini sebagai pembeli dan pemasok sebagai penjual (Bukti B13, B18, B19, B31):-----

- 1.6.2 Bahwa dalam melakukan hubungan usaha sebagaimana dimaksud di atas, peritel modern membuat suatu perjanjian tertulis dengan pemasok yang di dalamnya memuat syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) (Bukti B2, B13, B18, B19, B31);-----
- 1.6.3 Bahwa syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang diterapkan oleh peritel modern kepada pemasok antara lain: *best prices guarantee, fixed rebate, regular discount, promotion discount, promotion support, opening fee, opening discount, listing fee, new item discount, volume incentive, damage goods allowances, carrier bag support, assorted allowances, marketing fund/advertising support, promotion display, anniversary support, new store opening support, remodeling* dan lain-lain (Bukti B2, B13, B15, B18, B25, B31);-----
- 1.6.4 Bahwa pada umumnya peritel modern menerapkan persyaratan *listing fee* dalam syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) kepada pemasok dan besaran *listing fee* yang akan disepakati dapat dinegosiasikan (Bukti B2, B13, B15, B31);-----
- 1.6.5 Bahwa terdapat peritel modern lain di pasar hypermarket yang tidak mengenakan persyaratan *listing fee* kepada pemasok tertentu (Bukti B13, B31);-----
- 1.6.6 Bahwa sebagai bentuk kompensasi tidak menyetujui persyaratan *listing fee*, pemasok tertentu tersebut memberikan persentase yang lebih besar ke *joint promo* dan *fix rebate* (Bukti B13, B31);-----
- 1.6.7 Bahwa berkaitan dengan persyaratan *listing fee* di pasar hypermarket, pada umumnya peritel modern mengenaikannya untuk tiap-tiap *item* produk per gerai (Bukti B31);-----
- 1.6.8 Bahwa terdapat juga peritel modern di pasar hypermarket yang mengenakan *listing fee* untuk tiap-tiap *item* produk untuk satu kali di seluruh gerai (Bukti B13);-----
- 1.6.9 Bahwa pesaing Terlapor juga memiliki upaya yang sama untuk menjaga agar pemasok tidak memberlakukan diskriminasi harga dengan cara menerapkan persyaratan *best price guarantee* dan *penalty* (Bukti B13, B18);-----
- 1.6.10 Bahwa persyaratan *best price guarantee* adalah jaminan harga murah dari peritel dalam bentuk promosi, dimana bila ditemukan ada harga yang lebih murah di gerai milik pesaingnya untuk barang yang sama dan dibeli pada hari yang sama, maka konsumen peritel tersebut akan menerima dua kali lipat dari harga pembelian. Bila ditemukan fakta bahwa selisih harga

tersebut diakibatkan karena pemasok melakukan diskriminasi harga kepada pesaingnya, maka pemasok tersebut akan diberikan sanksi (Bukti B13);-----

1.6.11 Bahwa persyaratan *penalty* adalah sanksi pengembalian selisih harga apabila ditemukan harga jual di gerai pesaingnya lebih murah untuk produk yang sama. Persyaratan *Penalty* ini merupakan ketentuan lisan yang ditetapkan peritel setelah dibuatkan *invoice* kepada pemasok. Sebelum diberlakukan persyaratan *penalty*, pemasok diberikan kesempatan untuk memberikan penjelasan kepada peritel mengenai dugaan diskriminasi harga untuk produk yang sama ke pesaingnya (Bukti B18);-----

1.7 Posisi Terlapor Dengan Pesaing Terlapor-----

1.7.1 Bahwa Terlapor memiliki kekuatan pasar (*market power*) yang lebih besar dibandingkan dengan peritel lain di pasar hypermarket, berdasarkan alasan sebagai berikut:-----

1.7.1.1 Terlapor merupakan peritel pasar modern yang terbesar di pasar hypermarket dengan memiliki enam belas gerai dan beberapa gerai Terlapor adalah yang terluas dibandingkan gerai peritel hypermarket lain (Bukti B13, B15, B19, B31);-----

1.7.1.2 Bahwa Terlapor termasuk pelopor/*incumbent* di pasar ritel modern dengan konsep hypermarket;-----

1.7.1.3 Posisi gerai Terlapor yang banyak terletak di lokasi strategis memberikan Terlapor akses yang signifikan kepada konsumen (Bukti B15, B31);-----

1.7.1.4 Gerai Terlapor memiliki tingkat kenyamanan dan kelengkapan fasilitas yang tinggi (Bukti B31);-----

1.7.1.5 Jenis *item* produk yang dijual di gerai Terlapor adalah termasuk yang paling lengkap (Bukti B31);-----

1.7.2 Bahwa berdasarkan kekuatan pasar (*market power*) yang dimiliki Terlapor tersebut menimbulkan ketergantungan bagi para pemasok untuk masuk ke gerai Terlapor berdasarkan alasan sebagai berikut:-----

1.7.2.1 Banyaknya gerai yang dimiliki Terlapor sehingga Terlapor memiliki kemampuan akses untuk menjual produk kepada konsumen yang lebih besar dibandingkan dengan pesaing Terlapor (Bukti B13, B15, B19, B31);-----

1.7.2.2 Kemampuan akses yang dimiliki Terlapor tersebut, memungkinkan pemasok menjual lebih banyak produknya melalui gerai-gerai Terlapor sehingga *turn over* penjualan produk pemasok lebih tinggi di gerai Terlapor (Bukti B26);-----

- 1.7.2.3 Gerai Terlapor sebagai tempat promosi untuk menaikkan citra produk pemasok dan promosi produk baru (Bukti B33);-----
- 1.7.2.4 Prosentase nilai penjualan produk pemasok di gerai Terlapor cukup signifikan dibandingkan dengan total nilai penjualan produk pemasok (Bukti C137);-----
- 1.7.2.5 Gerai Terlapor banyak terdapat di lokasi yang strategis (Bukti B15, B31);-----
- 1.7.2.6 Dengan masuknya produk di gerai Terlapor, Pemasok akan lebih mudah memasukkan produknya ke gerai pesaing Terlapor (Bukti B33);-----
- 1.7.3 Bahwa berdasarkan ketergantungan pemasok tersebut, pada umumnya para pemasok memiliki *bargaining power* yang lemah dalam bernegosiasi dengan Terlapor dalam menyepakati syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) (Bukti B33);-----
- 1.7.4 Bahwa dengan *bargaining power* yang dimiliki, Terlapor dapat mengeksekusi sebagian besar *item* persyaratan yang dimuat dalam *National trading terms* kepada pemasoknya dibandingkan dengan pesaing Terlapor (Bukti B19);-----
- 1.8 Perilaku Terlapor Dalam Menjalankan Kegiatan Usahanya-----
- 1.8.1 Bahwa berdasarkan *bargaining power* yang dimiliki Terlapor, Terlapor memiliki kemampuan untuk menekan pemasok dalam menegosiasikan syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) (Bukti B26, B29, B33, B35);-----
- 1.8.2 Bahwa tekanan tersebut dimaksudkan agar pemasok mau menerima penambahan *item* syarat-syarat perdagangan (*trading terms*), kenaikan biaya dan kenaikan besaran tarif (*fee percentage*) (Bukti B26, B35);-----
- 1.8.3 Bahwa bentuk tekanan yang dilakukan oleh Terlapor terhadap beberapa pemasok pada saat melakukan negosiasi syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) antara lain:-----
- 1.8.3.1 Menahan pembayaran yang telah jatuh tempo;-----
- 1.8.3.2 Memutuskan secara sepihak untuk tidak membeli produk pemasok dengan tidak mengeluarkan *purchase order* (PO);-----
- 1.8.3.3 Mengurangi jumlah pemesanan *item* produk pemasok (Bukti B26, B29, B33, B35, B38);-----
- 1.8.4 Bahwa syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang diterapkan oleh Terlapor kepada pemasok adalah syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang paling berat dibandingkan dengan pesaingnya (Bukti B26, B27);-----

- 1.8.5 Bahwa menurut beberapa pemasok, kenaikan besaran persentase persyaratan *fixed rebate* yang diminta Terlapor kepada pemasok berlebihan karena tidak sebanding dengan kenaikan target penjualan dari Terlapor (Bukti B26, B27);-----
- 1.8.6 Bahwa negosiasi syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) antara Terlapor dengan pemasok merupakan negosiasi yang paling berat dibandingkan dengan negosiasi antara pemasok dengan pesaing Terlapor (Bukti B26, B27);-----
- 1.8.7 Bahwa dalam hal pembukaan gerai baru, Terlapor mengenakan tiga *item* syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) sekaligus kepada pemasok, yaitu *listing fee*, *opening cost/new store* dan *opening discount*. Hal ini dianggap berlebihan oleh pemasok (Bukti B26, B27);-----
- 1.8.8 Bahwa persyaratan *listing fee* yang diterapkan oleh Terlapor memberatkan pemasok khususnya pemasok yang termasuk dalam kategori UKM karena *listing fee* merupakan investasi yang harus ditanggung oleh pemasok tanpa memperoleh nilai tambah (Bukti B35)-----
- 1.8.9 Bahwa Terlapor tidak mengenakan persyaratan *listing fee* kepada semua pemasok tetapi pemasok tersebut mengkompensasikan kepada biaya *item* syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) lainnya (Bukti B13, B31);-----
- 1.8.10 Bahwa persyaratan *Anniversary Discount* adalah diskon khusus yang diberikan pemasok kepada Terlapor terhadap semua nilai transaksi pembelian setiap bulan Agustus dan September sebagai partisipasi pada program promosi ulang tahun Terlapor. Perilaku penerapan *item* persyaratan ini dianggap berlebihan karena ulang tahun Terlapor hanya berlangsung satu hari, akan tetapi biaya perayaan ulang tahun dibebankan selama satu bulan kepada pemasok (Bukti C24);-----
- 1.8.11 Bahwa persyaratan *Common Assortment Cost* adalah biaya kompensasi terhadap *display* seluruh varian produk pemasok yang telah disepakati dengan pemasok. Perilaku penerapan *item* persyaratan ini dianggap berlebihan karena kebijakan membeli merupakan kebijakan bisnis dari Terlapor dan sudah selayaknya resiko tidak lakunya barang yang dibeli tersebut menjadi tanggungan Terlapor (Bukti C24);-----
- 1.8.12 Bahwa persyaratan *Store Remodeling Discount* adalah diskon tambahan khusus yang diberikan oleh pemasok untuk mendukung promosi di gerai Terlapor yang sedang diremajakan. Diskon dihitung dari jumlah gerai Terlapor yang diremajakan. Perilaku penerapan *item* persyaratan ini dianggap berlebihan karena peremajaan gerai Terlapor adalah kebijakan

dari Terlapor sendiri sehingga biaya yang dikeluarkan dalam peremajaan gerai Terlapor sepenuhnya menjadi tanggung jawab Terlapor. Apabila *item* persyaratan dagang ini dikatakan untuk mendukung promosi di gerai Terlapor, berarti ini merupakan tambahan biaya promosi selain diskon promosi (*promotion discount*) dan anggaran promosi (*promotion budget*) (Bukti C24);-----

1.8.13 Bahwa persyaratan *minus margin* yang diterapkan oleh Terlapor akan dikenakan apabila Terlapor menemukan harga jual yang lebih murah di gerai pesaing Terlapor maka Terlapor akan memotong *invoice* pemasok atas selisih harga tersebut. Perilaku penerapan *item* persyaratan *minus margin* yang diterapkan oleh Terlapor merupakan tindakan yang tidak wajar karena pemasok tidak dapat mengontrol harga jual yang ditetapkan oleh pesaing Terlapor. Harga jual produk ke konsumen merupakan kebijakan dari peritel yang menjadi pesaing Terlapor (Bukti B31, C133);---

1.8.14 Bahwa Terlapor menginginkan harga jual termurah, akibatnya jika mereka menemukan ada harga lebih murah dibanding dengan Terlapor, maka hal tersebut akan dipermasalahkan kepada pemasok oleh Terlapor meskipun saat itu sedang promosi (Bukti B31);-----

1.8.15 Bahwa persyaratan *minus margin* yang diterapkan oleh Terlapor kepada beberapa pemasok merupakan suatu tindakan yang secara tidak langsung menghambat pesaing Terlapor untuk tidak melakukan *minus margin* (dalam pengertian mengurangi *margin* keuntungan) sebagai strategi pemasaran dalam upaya kegiatan promosi untuk menarik konsumen (Bukti B23, B26, B27, B29);-----

1.8.16 Bahwa terdapat pemasok Terlapor yang mengalami pemotongan *invoice* walaupun persyaratan *minus margin* tidak disepakati dalam syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) antara Terlapor dan pemasok tersebut (Bukti B33);-----

1.9 Analisa Pasar Bersangkutan-----

1.9.1 Bahwa yang dimaksud dengan pasar bersangkutan sebagaimana dalam Pasal 1 angka 10 Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah pasar yang berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu oleh pelaku usaha atas barang dan atau jasa yang sama atau sejenis atau substitusi dari barang dan atau jasa tersebut;-----

1.9.2 **Bahwa pasar bersangkutan dalam perkara ini adalah pasar ritel Hypermarket yang bersaing secara langsung di wilayah Jakarta, Tangerang, Bandung, Surabaya dan Medan atas produk kebutuhan**

rumah tangga sehari-hari seperti produk makanan dan minuman dalam kemasan yang siap saji, kebutuhan sembilan bahan pokok serta fresh product, household product dan electronics;-----

1.9.3 Bahwa penentuan pasar bersangkutan sebagaimana tersebut di atas adalah berdasarkan pada pertimbangan sebagai berikut:-----

1.9.3.1 Persaingan antara pasar tradisional dan pasar modern;-----

1.9.3.1.1 Bahwa pasar ritel dibedakan atas pasar tradisional dan pasar modern;-----

1.9.3.1.2 Bahwa pasar tradisional dan pasar modern tidak bersaing secara langsung karena memiliki karakteristik yang berbeda dilihat dari sistem penjualan produk yang terletak di satu tempat atau beberapa tempat, dapat tidaknya konsumen menawar harga produk yang akan dibeli, ada tidaknya label harga, dapat tidaknya konsumen memilih sendiri produk yang akan dibeli dan kenyamanan berbelanja (Bukti B13);-----

1.9.3.1.3 **Bahwa berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan pelaku usaha pasar tradisional dengan pelaku usaha pasar modern tidak bersaing secara langsung;**-----

1.9.3.2 Persaingan antar Pasar Modern-----

1.9.3.2.1 Bahwa pasar modern dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu minimarket, supermarket dan hypermarket (Bukti B7);-----

1.9.3.2.2 Bahwa beberapa pelaku usaha pasar modern sendiri membedakan kelompok pasar modern menjadi minimarket, supermarket dan hypermarket (Bukti B13, B15, B18, B20, B31);-----

1.9.3.2.3 Bahwa ketiga kelompok pasar modern tersebut tidak bersaing secara langsung satu sama lain dilihat dari jumlah *item* produk yang dijual, luas bangunan gerai/toko dan jumlah mesin *cash register* (Bukti B2, B13, B15, B18, B19, B20, B31);-----

1.9.3.2.4 Bahwa secara khusus kemampuan bersaing masing-masing ketiga kelompok pasar modern tersebut berbeda-beda berdasarkan karakteristik bisnis dan

segmentasi konsumen. Karakteristik bisnis dimaksud antara lain berkaitan dengan *price strategy*, pola distribusi, kemampuan permodalan dan pola investasi. Sedangkan segmentasi konsumen yang dimaksud adalah berkaitan dengan pola belanja harian, mingguan dan bulanan (Bukti B7);-----

1.9.3.2.5 Bahwa masing-masing kelompok pasar modern memiliki konsumen masing-masing, sehingga tidak mempengaruhi beralihnya konsumen dari satu kelompok pasar modern ke kelompok pasar modern yang lain (Bukti B7, B13);-----

1.9.3.2.6 **Bahwa berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan pelaku usaha pasar modern minimarket, supermarket dan hypermarket tidak bersaing secara langsung;**-----

1.9.3.3 Persaingan antar Hypermarket-----

1.9.3.3.1 Bahwa AC Nielsen mengelompokan *brand store* yang termasuk dalam kategori hypermarket, yaitu: Terlapor, Makro, Giant, Hypermart, Alfa dan Clubstore (Bukti B7);-----

1.9.3.3.2 Bahwa Makro bukan merupakan pesaing langsung dari Terlapor karena Makro menjual produknya secara grosir, bukan secara eceran. Selain itu konsumen Makro merupakan peritel sedangkan konsumen Terlapor merupakan konsumen akhir (Bukti B18);-----

1.9.3.3.3 Bahwa Alfa bukan merupakan pesaing langsung dari Terlapor karena Alfa memiliki dua konsep yaitu, konsep toko gudang rabat dan konsep supermarket yang keduanya tidak bersaing secara langsung dengan konsep hypermarket (Bukti B25);-----

1.9.3.3.4 **Bahwa berdasarkan uraian di atas, pesaing Terlapor secara langsung di pasar bersangkutan adalah Giant, Hypermart dan Clubstore;**-----

1.9.3.4 *Geographical Market*-----

1.9.3.4.1 Bahwa syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) Terlapor kepada pemasok berlaku secara nasional

yang dituangkan dalam perjanjian nasional (*national contract*) (Bukti B2, B31);-----

1.9.3.4.2 Bahwa pesaing Terlapor dalam pasar bersangkutan sebagaimana diuraikan di atas adalah Giant, Hypermart dan Clubstore;-----

1.9.3.4.3 Bahwa Terlapor memiliki enam belas gerai yang terdiri dari sebelas gerai di Jakarta, satu gerai di Tangerang, satu gerai di Bandung, satu gerai di Surabaya, satu gerai di Palembang dan satu gerai di Medan (Bukti B2, B31);-----

1.9.3.4.4 Bahwa Giant memiliki sepuluh gerai yang terdiri dari dua gerai di Jakarta, satu gerai di Bogor, dua gerai di Tangerang, satu gerai di Bekasi, dua gerai di Bandung, satu gerai di Sidoarjo dan satu gerai di Surabaya (Bukti B15);-----

1.9.3.4.5 Bahwa Hypermart memiliki delapan gerai yang terdiri dari satu gerai di Jakarta, tiga gerai di Tangerang, satu gerai di Solo, satu gerai di Malang, satu gerai di Batam dan satu gerai di Makassar (Bukti B13);-----

1.9.3.4.6 Bahwa Clubstore memiliki empat gerai yang terdiri dari tiga gerai di Jakarta dan satu gerai di Medan (Bukti B19);-----

1.9.3.4.7 Bahwa berdasarkan uraian di atas untuk wilayah Sumatera Selatan, tidak terdapat gerai pesaing Terlapor sehingga wilayah ini dikeluarkan dari pasar bersangkutan;-----

1.9.3.4.8 **Bahwa berdasarkan uraian di atas, geographical market pasar bersangkutan adalah wilayah Jakarta, Tangerang, Bandung, Surabaya dan Medan;**-----

1.9.3.5 *Product Market*-----

1.9.3.5.1 Bahwa produk yang dijual Terlapor adalah produk kebutuhan rumah tangga sehari-hari meliputi produk makanan dan minuman dalam kemasan yang siap saji, kebutuhan sembilan bahan pokok serta *fresh product*, *household product* dan *electronics* adalah karena produk yang sama juga dijual di gerai pesaing

- Terlapor di pasar bersangkutan yang sama (Bukti B2, B7, B13, B15, B19, B31);-----
- 1.9.3.5.2 Bahwa produk yang dijual oleh Terlapor sama dengan produk yang dijual pesaing Terlapor;-----
- 1.9.3.5.3 Bahwa konsumen dalam menentukan pilihan untuk berbelanja pada satu gerai hypermarket tertentu berdasarkan pertimbangan antara lain: kelengkapan barang yang tersedia di gerai tersebut, kenyamanan dalam berbelanja, kelengkapan fasilitas pendukung, bentuk-bentuk kemudahan dalam melakukan pembayaran, lokasi gerai dan harga produk secara umum (Bukti B7);-----
- 1.9.3.5.4 Bahwa dalam hal konsumen membandingkan harga jenis produk tertentu diantara gerai peritel modern, maka konsumen membandingkan harga dan jenis produk yang sama;-----
- 1.9.3.5.5 **Bahwa berdasarkan uraian di atas, *product market* pasar bersangkutan dalam perkara ini adalah produk yang dijual di pasar hypermarket meliputi kebutuhan rumah tangga sehari-hari seperti produk makanan dan minuman dalam kemasan yang siap saji, kebutuhan sembilan bahan pokok serta *fresh product, household product* dan *electronics***;-----
- 1.10. Maksud Persyaratan *Listing Fee*-----
- 1.10.1 Bahwa berdasarkan keterangan Terlapor dalam pemeriksaan, yang dimaksud dengan *listing fee* adalah biaya pemasok untuk memasok produk baru ke Terlapor. *Listing fee* juga berfungsi sebagai jaminan apabila barang tidak laku. Biaya ini hanya ditetapkan sekali (Bukti B2, B31, C133);-----
- 1.10.2 Bahwa hubungan usaha antara Terlapor dengan pemasok adalah sistem jual putus, dengan demikian tidak tepat bila Terlapor mengaitkan *listing fee* dengan alasan menutupi kerugian apabila barang tidak laku;-
- 1.10.3 Bahwa terdapat pengertian lain mengenai *listing fee* yang dipahami oleh sebagian pemasok yaitu biaya yang dikenakan oleh Terlapor kepada pemasok untuk meregistrasi *item* produk yang dipasok di gerai Terlapor (Bukti B19, B25, B26, B38);-----

- 1.10.4 Bahwa walaupun Terlapor membebankan besaran *listing fee* yang berbeda-beda sesuai dengan ukuran pemasok dan jenis produknya, namun bagi beberapa pemasok besaran *listing fee* tersebut sangat memberatkan khususnya pemasok UKM, karena tidak sebanding dengan keuntungan yang diperoleh (Bukti B26, B27);-----
- 1.10.5 Bahwa Terlapor tidak mengenakan persyaratan *listing fee* kepada semua pemasok (Bukti B2, B31);-----
- 1.10.6 Bahwa pemasok yang tidak membayar *listing fee*, produknya tetap terdaftar dan dijual di gerai Terlapor, tidak berbeda halnya dengan pemasok yang membayar *listing fee* (Bukti B2, B31);-----
- 1.10.7 Bahwa dalam menjalin hubungan usaha dengan Terlapor, pemasok mempertimbangkan investasi yang saling menguntungkan dan memiliki nilai tambah (Bukti B31);-----
- 1.10.8 Bahwa terdapat pemasok yang menyatakan bahwa *listing fee* yang dibebankan oleh Terlapor bukanlah suatu hal yang menghasilkan nilai tambah (Bukti B35);-----
- 1.10.9 Bahwa *listing fee* yang merupakan investasi yang tidak memberikan nilai tambah bagi pemasok dapat digunakan Terlapor untuk mengurangi *item* produk pemasok yang akan masuk dan menghalangi pemasok masuk di gerai Terlapor;-----
- 1.10.10 Bahwa *listing fee* juga dikaitkan dengan keterbatasan *space* toko yang dimiliki oleh Terlapor. Apabila barang tidak laku, Terlapor bisa mengganti dengan barang yang lebih laku sehingga dapat memberikan produktifitas yang lebih baik (Bukti B31); -----
- 1.10.11 Bahwa hubungan usaha antara Terlapor dengan pemasok adalah sistem jual putus, dengan demikian tidak tepat bila Terlapor mengaitkan persyaratan *listing fee* dengan alasan keterbatasan *space* gerai;-----
- 1.10.12 Bahwa Terlapor menerapkan persyaratan *listing fee* sebagai prinsip *partnership win-win solution* bagi Terlapor dan pemasok (Bukti B31);-
- 1.10.13 Bahwa penerapan *listing fee* sebagai prinsip *partnership win-win solution* antara Terlapor dengan pemasok adalah tidak benar, karena beberapa pemasok justru merasa terbebani dan tidak memperoleh nilai tambah dari persyaratan *listing fee*;-----
- 1.10.14 Bahwa atas produk dari pemasok yang telah membayar *listing fee*, Terlapor wajib memajang produk tersebut di gerainya. Namun terdapat produk pemasok yang tidak dipajang di gerai Terlapor walaupun sudah membayar *listing fee* (Bukti B1);-----

- 1.10.15 Bahwa berdasarkan fakta-fakta yang diperoleh dari hasil pemeriksaan dan penyelidikan terdapat ketidakjelasan pengertian (definisi, sistem, penentuan besaran dan penerapannya) dari *listing fee*.-----
- 1.10.16 **Bahwa berdasarkan uraian di atas, *listing fee* yang dibebankan oleh Terlapor kepada pemasok secara implisit bertujuan untuk menghilangkan atau mengurangi resiko kerugian atas barang yang tidak terjual, mengurangi kerugian atas produktifitas *space* gerai yang tersedia serta menghalangi suatu produk pemasok dan pemasok tertentu untuk masuk di gerai Terlapor;**-----
- 1.11 Maksud Persyaratan *Minus margin*-----
- 1.11.1 Bahwa untuk menentukan maksud pelaku usaha monopolis atau yang memiliki posisi dominan untuk mengeluarkan atau menyingkirkan pesaingnya dari pasar atau untuk mempersulit pesaingnya dalam menjalankan kegiatan usahanya di pasar bersangkutan yang sama dapat digunakan dua cara pembuktian, yaitu bukti subjektif dan bukti objektif (*Herbert Hovenkamp, Antitrust, Third Edition, Black Letter Series West Group, St. Paul Minn, 1999*);-----
- 1.11.2 Bahwa yang dimaksud dengan bukti subjektif adalah bukti berupa dokumen atau pernyataan atau keterangan yang mengindikasikan bahwa Terlapor secara sadar memiliki maksud tertentu sedangkan bukti objektif adalah bukti yang dapat disimpulkan dari tindakan atau perilaku Terlapor (*Herbert Hovenkamp, Antitrust, Third Edition, Black Letter Series West Group, St. Paul Minn, 1999*);-----
- 1.11.3 Bahwa berdasarkan fakta-fakta yang diperoleh dari hasil pemeriksaan dan penyelidikan, yang merupakan bukti objektif dapat dijelaskan sebagai berikut:-----
- 1.11.3.1 Bahwa Terlapor menerapkan *item* persyaratan *minus margin* dalam syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) (Bukti B2, B31);-----
- 1.11.3.2 Bahwa penerapan persyaratan *minus margin* oleh Terlapor kepada pemasok dimaksudkan agar harga jual pesaing Terlapor tidak lebih murah dari harga jual Terlapor di pasar bersangkutan. Penerapan persyaratan *minus margin* ini adalah upaya Terlapor untuk mengontrol harga pesaingnya melalui pemasok di pasar bersangkutan;-----
- 1.11.3.3 Bahwa persyaratan *minus margin* ini secara tidak langsung mengakibatkan terhalangnya konsumen mendapatkan

barang yang bersaing dari segi harga di pasar bersangkutan;-----

1.11.3.4 Bahwa terdapat pemasok yang menghentikan pasokannya ke pesaing Terlapor yang menjual dengan harga yang lebih rendah untuk produk yang sama dibandingkan dengan harga jual di gerai Terlapor karena takut dikenakan sanksi *minus margin* (Bukti B29);-----

1.11.3.5 Bahwa dengan dihentikannya pasokan oleh pemasok tersebut di atas mengakibatkan:-----

1.11.3.5.1 pesaing Terlapor tidak dapat menjual produk yang sama;-----

1.11.3.5.2 persediaan varian produk di gerai pesaing Terlapor semakin berkurang, sehingga konsumen memiliki pilihan yang terbatas dalam berbelanja;-----

1.11.4 **Bahwa berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan perilaku Terlapor yang menerapkan persyaratan *minus margin* berpotensi untuk menghalangi pesaing Terlapor untuk menjalankan kegiatan usaha di pasar bersangkutan;**-----

1.12 Analisa Dampak-----

1.12.1 Bahwa Terlapor memiliki *bargaining power* yang lebih kuat dalam hubungannya dengan pemasok sehingga Terlapor dapat menekan pemasok untuk menyepakati syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang diinginkannya (Bukti B26, B29, B33, B35);-----

1.12.2 Bahwa salah satu *item* syarat-syarat perdagangan (*trading terms*), yaitu *listing fee*, berpotensi untuk menghambat pemasok dalam melakukan hubungan dagang dengan Terlapor;-----

1.12.3 Bahwa syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) Terlapor yang semakin memberatkan pemasok setiap tahun mengakibatkan *marketing cost* pemasok semakin tinggi namun tidak sebanding dengan nilai penjualan produk pemasok mengakibatkan sulit bagi pemasok untuk menjalankan kegiatan usahanya dan terdapat pemasok yang akhirnya keluar dari gerai Terlapor karena tidak sanggup memenuhi syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) Terlapor;-----

1.12.4 Bahwa dengan menerapkan syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang semakin berat kepada pemasok setiap tahunnya yang tidak diimbangi dengan peningkatan nilai penjualan produk pemasok,

menunjukkan bahwa Terlapor ingin mendapatkan pendapatan lain-lain yang makin besar;-----

- 1.12.5 Bahwa Pendapatan Lain Terlapor yang diperoleh dari pemasok atas pengenaan syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang berlebihan bagi pemasok dalam tahun 2004 (*listing fee, common assortment cost, minus margin (negative margin), service level dan others*) sebesar Rp. 40.187.168.421,- (empat puluh milyar seratus delapan puluh tujuh juta seratus enam puluh delapan ribu empat ratus dua puluh satu Rupiah) (Bukti C136, C137);-----
- 1.12.6 Bahwa persentase pendapatan lain-lain yang diperoleh Terlapor di atas dibandingkan dengan *operating income* adalah sebesar 17,46 %;-----
- 1.12.7 Bahwa harga jual produk ke konsumen di gerai peritel modern ditentukan oleh masing-masing peritel modern, pemasok hanya memberikan *recommended selling prices* (Bukti B23);-----
- 1.12.8 Bahwa persyaratan *minus margin* yang diterapkan Terlapor merupakan tindakan Terlapor yang membebankan resiko kalah bersaing kepada pemasok dalam hal harga jual pesaingnya lebih murah;-----
- 1.12.9 Bahwa dengan demikian persyaratan *minus margin* yang diterapkan oleh Terlapor kepada pemasok apabila pesaing Terlapor menjual dengan harga jual yang lebih rendah dibandingkan dengan harga jual di gerai Terlapor adalah merupakan suatu tindakan yang tidak *fair* karena Terlapor membebani pemasok atas sesuatu yang bukan merupakan bagian dari kewenangannya atau pengendaliannya;-----
- 1.12.10 Bahwa persyaratan *minus margin* Terlapor mengakibatkan terganggunya hubungan usaha antara pemasok dengan pesaing Terlapor;-----
- 1.12.11 Bahwa persyaratan *minus margin* yang diterapkan Terlapor kepada pemasok secara tidak langsung untuk menjaga harga jual produk di gerai pesaing Terlapor tidak lebih murah dibandingkan dengan harga jual di gerai Terlapor untuk produk yang sama;-----
- 1.12.12 Bahwa pengenaan persyaratan *minus margin* oleh Terlapor kepada pemasok mengakibatkan adanya pemasok yang menghentikan pasokannya ke pesaing Terlapor yang menjual produk pemasok tersebut dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga jual di gerai Terlapor (Bukti B29);-----

- 1.12.13 Bahwa dengan dihentikannya pasokan oleh pemasok, pesaing Terlapor tersebut tidak dapat menjual produk yang sama di gerainya sampai pesaing Terlapor menaikkan harga jual produk tersebut (Bukti B29);---
- 1.12.14 Bahwa kondisi di atas mengakibatkan terhalangnya pesaing Terlapor untuk memberikan harga yang bersaing di pasar bersangkutan;-----
- 1.12.15 Bahwa dengan dihentikannya pasokan oleh pemasok, maka jumlah *item* produk yang dijual di gerai pesaing Terlapor semakin berkurang, dan kondisi ini akan mengakibatkan semakin sulit bagi pesaing Terlapor bersaing di pasar bersangkutan;-----
- 1.12.16 Bahwa kondisi di atas juga mengakibatkan terhalangnya konsumen untuk memperoleh harga yang bersaing atas produk yang sama di gerai pesaing Terlapor;-----
- 1.12.17 Bahwa dalam hal pemasok menghentikan pasokan ke pesaing Terlapor, mengakibatkan konsumen tidak dapat memperoleh barang yang dibutuhkan di gerai pesaing Terlapor;-----
2. Menimbang bahwa Pasal 19 huruf a Undang-undang No 5 Tahun 1999 menyatakan:---
“Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat berupa menolak dan atau menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan.”-
3. Menimbang bahwa untuk membuktikan telah terjadi atau tidak terjadi pelanggaran terhadap pasal 19 huruf *a* Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999, Majelis Komisi mempertimbangkan unsur-unsur dalam Pasal 19 huruf *a* tersebut sebagai berikut:-----
- 3.1 Unsur pelaku usaha-----
- 3.1.1 Bahwa pelaku usaha menurut ketentuan pasal 1 angka 5 Undang-undang No. 5 tahun 1999 adalah *“setiap orang perorangan atau badan usaha baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.”*-----
- 3.1.2 Bahwa Terlapor didirikan sebagai PT. Contimas Utama Indonesia, atas dasar Akta Pendirian No. 212, tanggal 24 April 1995, sebagaimana diubah dengan Akta Perubahan Anggaran Dasar No. 178, tanggal 29 Nopember 1995 dan sah berdiri sebagai suatu perseroan terbatas sejak tanggal 6 Maret 1996;-----

- 3.1.3 Bahwa Terlapor adalah perusahaan penerimaan penggabungan dari PT. Contimas Utama Indonesia (CUI), PT. Cartisa Properti Indonesia (CPI) dan PT. Carti Satria Megaswalayan (CSM) berdasarkan Akta Penggabungan No. 20 tanggal 20 Nopember 2003 yang diumumkan dalam Berita Negara Nomor 3813 Tahun 2004 tentang Persetujuan Akta Perubahan Anggaran Dasar tanggal 23 Desember 2003 yang memiliki kegiatan usaha diantaranya dalam bidang perdagangan umum seperti toko serba ada, supermarket, hypermarket dan penderian gedung untuk digunakan sebagai tempat usaha (Bukti B3, C25);-----
- 3.1.4 **Bahwa dengan demikian unsur pelaku usaha terpenuhi.**-----
- 3.2 Unsur kegiatan menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan-----
- 3.2.1 Bahwa Terlapor dalam perkara ini adalah peritel modern yang termasuk dalam kategori hypermarket di pasar bersangkutan yang menjual produk kepada konsumen pengguna atau konsumen akhir (Bukti B7, B13, B15, B19, B31);-----
- 3.2.2 Bahwa pesaing Terlapor dalam pasar bersangkutan adalah Giant, Hypermart dan Clubstore ;-----
- 3.2.3 Bahwa dalam menjalankan kegiatan usaha, Terlapor melakukan hubungan dagang dengan pemasok yang dituangkan dalam perjanjian tertulis yang memuat syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) (Bukti B2, B31);-----
- 3.2.4 Bahwa salah satu *item* syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang dikenakan Terlapor kepada pemasok adalah persyaratan *minus margin* (Bukti B2, B31);-----
- 3.2.5 Bahwa Terlapor telah menerapkan persyaratan *minus margin* kepada sembilan puluh sembilan pemasok (Bukti B31, C133);-----
- 3.2.6 Bahwa penerapan persyaratan *minus margin* oleh Terlapor mengakibatkan salah satu pemasok menghentikan pasokannya ke salah satu pesaing Terlapor yang menjual produk pemasok tersebut dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga jual di gerai Terlapor (Bukti B29);-----
- 3.2.7 Bahwa dengan dihentikannya pasokan kepada pesaing Terlapor tersebut mengakibatkan kelengkapan jumlah produk yang dijual di gerai pesaing Terlapor berkurang;-----

- 3.2.8 Bahwa pemasok tersebut memasok kembali produknya ke gerai pesaing Terlapor setelah pesaing Terlapor tersebut menaikkan harga jualnya (Bukti B29);-----
- 3.2.9 Bahwa dengan demikian pemasok menganggap harga jual Terlapor adalah sebagai pedoman harga;-----
- 3.2.10 Bahwa harga jual di gerai Terlapor merupakan pedoman harga bagi pemasok untuk menghindari pengenaan sanksi persyaratan *minus margin* oleh Terlapor;-----
- 3.2.11 Bahwa tujuan Terlapor menerapkan persyaratan *minus margin* kepada pemasok adalah untuk menjaga harga jual produk di gerai Terlapor sebagai harga jual yang termurah di pasar bersangkutan;-----
- 3.2.12 Bahwa berkurangnya *item* produk di gerai pesaing Terlapor mengakibatkan berkurangnya daya saing pesaing Terlapor di pasar bersangkutan;-----
- 3.2.13 Bahwa dijadikannya harga jual produk Terlapor sebagai pedoman harga bagi pemasok mengakibatkan pesaing Terlapor tidak bebas untuk menentukan harga jual yang lebih bersaing kepada konsumen di pasar bersangkutan;-----
- 3.2.14 Bahwa berdasarkan uraian di atas kegiatan penerapan persyaratan *minus margin* oleh Terlapor telah menghalangi pesaing Terlapor untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan;-----
- 3.2.15 Bahwa dengan demikian unsur kegiatan menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan **terpenuhi**;-----
- 3.3 Unsur Pasar Bersangkutan-----
- 3.3.1 Bahwa pasar bersangkutan dalam perkara ini sebagaimana telah diuraikan dalam poin 1.9.;-----
- 3.3.2 Bahwa pasar bersangkutan dalam perkara ini adalah pasar ritel hypermarket yang bersaing secara langsung di wilayah Jakarta, Tangerang, Bandung, Surabaya dan Medan atas produk kebutuhan rumah tangga sehari-hari seperti produk makanan dan minuman dalam kemasan yang siap saji, kebutuhan sembilan bahan pokok serta *fresh product, household product dan electronic*;-----
- 3.3.3 Bahwa dengan demikian unsur pasar bersangkutan **terpenuhi**;-----
- 3.4 Unsur Persaingan Usaha tidak Sehat-----
- 3.4.1 Bahwa yang dimaksud dengan Persaingan Usaha tidak Sehat dalam Pasal 1 angka 6 adalah;-----

“Persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.”--

- 3.4.2 Bahwa kegiatan usaha Terlapor adalah memasarkan kebutuhan rumah tangga sehari-hari seperti produk makanan dan minuman dalam kemasan yang siap saji, kebutuhan sembilan bahan pokok serta *fresh product*, *household product* dan *electronic* (Bukti B2);-----
- 3.4.3 Bahwa *product market* dalam perkara ini adalah produk makanan dan minuman dalam kemasan yang siap saji, kebutuhan sembilan bahan pokok serta *fresh product*, *household product* dan *electronic*;-----
- 3.4.4 Bahwa pokok permasalahan dalam perkara ini adalah persaingan antara Terlapor dengan pesaing Terlapor dalam memasarkan *product market* di pasar bersangkutan;-----
- 3.4.5 Bahwa pesaing Terlapor di pasar bersangkutan adalah Giant, Hypermart dan Clubstore;-----
- 3.4.6 Bahwa dalam rangka menghadapi persaingan di pasar bersangkutan, masing-masing peritel modern menerapkan strategi pemasaran untuk menarik konsumen dengan cara memberikan harga yang termurah;-----
- 3.4.7 Bahwa kebijakan dalam menentukan harga jual produk ke konsumen merupakan wewenang masing-masing peritel modern (Bukti B23, B29);-
- 3.4.8 Bahwa pemasok bukan sebagai pihak yang menentukan harga jual produk ke konsumen tetapi pemasok hanya dapat mempengaruhi peritel modern dalam menentukan harga jual dengan cara memberikan *recommended selling price* (Bukti B23);-----
- 3.4.9 Bahwa disamping strategi harga, peritel modern juga harus menjaga kelengkapan jenis produk yang dijual di gerainya sebagai daya tarik bagi konsumen untuk berbelanja (Bukti B7);-----
- 3.4.10 Bahwa konsumen dalam memilih tempat berbelanja di pasar bersangkutan sangat mempertimbangkan harga yang murah dan kelengkapan jenis produk (Bukti B7);-----
- 3.4.11 Bahwa penerapan persyaratan *minus margin* oleh Terlapor adalah dalam rangka menghadapi persaingan di pasar bersangkutan (Bukti B31);-----
- 3.4.12 Bahwa penerapan persyaratan *minus margin* adalah upaya Terlapor agar harga jual pesaing Terlapor tidak lebih murah dibandingkan dengan harga jual Terlapor di pasar bersangkutan;-----
- 3.4.13 Bahwa penerapan persyaratan *minus margin* oleh Terlapor mengakibatkan berkurangnya *item* produk di gerai pesaing Terlapor

mengakibatkan berkurangnya daya saing pesaing Terlapor di pasar bersangkutan;-----

3.4.14 Bahwa penerapan persyaratan *minus margin* oleh Terlapor juga mengakibatkan harga jual produk Terlapor dijadikan sebagai pedoman harga bagi pemasok sehingga pesaing Terlapor tidak bebas untuk menentukan harga jual yang lebih bersaing kepada konsumen di pasar bersangkutan;-----

3.4.15 Bahwa penerapan persyaratan *minus margin* oleh Terlapor sebagaimana diuraikan dalam poin 3.3.13 dan 3.3.14 telah mengakibatkan terhambatnya persaingan usaha di pasar bersangkutan;-----

3.4.16 **Bahwa berdasarkan uraian di atas unsur persaingan usaha tidak sehat terpenuhi**;-----

3.5 Menimbang bahwa berdasarkan analisa pemenuhan unsur-unsur di atas, maka unsur-unsur Pasal 19 huruf *a* **terpenuhi**. -----

4 Menimbang bahwa Pasal 19 huruf *b* Undang-undang No 5 Tahun 1999 menyatakan:----
"Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat berupa menghalangi konsumen atau pelanggan pelaku usaha pesaingnya untuk tidak melakukan hubungan usaha dengan pelaku usaha pesaingnya"-----

5 Bahwa untuk membuktikan terjadi atau tidak terjadi pelanggaran Pasal 19 huruf *b*, maka Majelis Komisi mempertimbangkan unsur-unsur dalam Pasal 19 huruf *b* Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 sebagai berikut:-----

5.1 Unsur pelaku usaha-----

5.1.1 Bahwa sebagaimana diuraikan di atas unsur pelaku usaha **terpenuhi**;-----

5.2 Unsur menghalangi konsumen untuk tidak melakukan hubungan dengan pesaing Terlapor-----

5.2.1 Bahwa kegiatan usaha Terlapor dalam perkara ini adalah penyelenggara pasar modern hypermarket yang menjual produk ke konsumen pengguna atau konsumen akhir;-----

5.2.2 Bahwa pelanggan pesaing Terlapor adalah konsumen akhir-----

5.2.3 Bahwa persyaratan *minus margin* yang diterapkan oleh Terlapor mengakibatkan pemasok terhalangi melakukan hubungan usaha dengan pesaing Terlapor;-----

5.2.4 Bahwa dengan demikian Terlapor tidak menghalangi konsumen untuk melakukan hubungan usaha dengan pesaing Terlapor namun melakukan

- persyaratan *minus margin* yang mengakibatkan terhalangnya pesaing Terlapor berhubungan usaha dengan pemasok;-----
- 5.2.5 Bahwa berdasarkan uraian di atas unsur menghalangi konsumen untuk tidak melakukan hubungan dengan pesaing Terlapor **tidak terpenuhi**;-----
- 5.2.6 Bahwa dengan demikian unsur menghalangi konsumen atau pelanggan pelaku usaha pesaingnya untuk melakukan hubungan usaha dengan pelaku usaha pesaingnya sebagaimana ketentuan pasal 19 huruf *b* Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 **tidak terpenuhi**;-----
- 5.3 Menimbang bahwa tidak terpenuhinya unsur menghalangi konsumen untuk tidak melakukan hubungan dengan pesaing Terlapor, maka unsur-unsur lainnya tidak perlu diuraikan;-----
- 5.4 Menimbang bahwa berdasarkan analisa pemenuhan unsur-unsur di atas, maka unsur-unsur Pasal 19 huruf *b* **tidak terpenuhi**;-----
- 6 Menimbang bahwa Pasal 25 ayat (1) huruf *a* Undang-undang No 5 Tahun 1999 menyatakan:-----
“Pelaku usaha dilarang menggunakan posisi dominan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menetapkan syarat-syarat perdagangan dengan tujuan untuk mencegah dan atau menghalangi konsumen memperoleh barang dan atau jasa yang bersaing, baik dari segi harga maupun kualitas.”-----
- 7 Bahwa untuk membuktikan terjadi atau tidak terjadi pelanggaran pasal 25 ayat (1) huruf *a*, maka Majelis Komisi mempertimbangkan unsur-unsur dalam Pasal 25 ayat (1) huruf *a* Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 sebagai berikut:-----
- 7.1 Unsur pelaku usaha-----
Bahwa sebagaimana diuraikan di atas unsur pelaku usaha **terpenuhi**;-----
- 7.2 Unsur posisi dominan-----
- 7.2.1. Bahwa yang dimaksud dengan posisi dominan sebagaimana dimaksud dalam pasal 1 angka (4) adalah: -----
“Keadaan dimana pelaku usaha tidak mempunyai pesaing yang berarti di pasar bersangkutan dalam kaitan dengan pangsa pasar yang dikuasai, atau pelaku usaha mempunyai posisi tertinggi di antara pesaingnya di pasar bersangkutan dalam kaitan dengan kemampuan keuangan, kemampuan akses pada pasokan atau penjualan, serta kemampuan untuk menyesuaikan pasokan atau permintaan barang atau jasa tertentu.”-----
- 7.2.2. Bahwa Terlapor merupakan peritel modern yang terbesar di pasar bersangkutan dengan memiliki lima belas gerai dan beberapa gerai

- Terlapor adalah yang terluas dibandingkan gerai peritel modern lain (Bukti B2, B13, B15, B19, B31);-----
- 7.2.3. Bahwa kepemilikan jumlah gerai dari masing-masing peritel modern di pasar bersangkutan adalah sebagai berikut: Terlapor memiliki lima belas gerai, Giant memiliki tujuh gerai, Hypermart memiliki empat gerai dan Clubstore memiliki empat gerai (Bukti B2, B13, B15, B19, B31);-----
- 7.2.4. Bahwa posisi gerai Terlapor yang terletak di lokasi strategis yang banyak memberikan Terlapor akses yang signifikan kepada konsumen (Bukti B15, B31);-----
- 7.2.5. Bahwa gerai Terlapor memiliki tingkat kenyamanan dan kelengkapan fasilitas yang tinggi (Bukti B31);-----
- 7.2.6. Bahwa jenis *item* produk yang dijual di gerai Terlapor adalah termasuk yang paling lengkap (Bukti B15, B31);-----
- 7.2.7. Bahwa berdasarkan uraian poin 7.2.2. s/d 7.2.6., Terlapor memiliki kekuatan pasar (*market power*);-----
- 7.2.8. Bahwa berdasarkan kekuatan pasar (*market power*) tersebut, pemasok memiliki ketergantungan untuk produknya dijual di gerai Terlapor;-----
- 7.2.9. Bahwa ketergantungan para pemasok mengakibatkan Terlapor memiliki daya tawar (*bargaining power*) yang tinggi terhadap pemasok dalam menegosiasikan syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) kepada pemasok termasuk persyaratan *minus margin* yang bertujuan agar pemasok tidak memberikan diskriminasi harga (Bukti B2, B31);-----
- 7.2.10. Bahwa pesaing Terlapor juga menerapkan jenis *item* syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang hampir sama dengan *item* syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) Terlapor (Bukti B13, B15, B18, B19);-----
- 7.2.11. Bahwa pesaing Terlapor juga menerapkan syarat perdagangan (*trading terms*) yang bertujuan agar pemasok tidak memberikan diskriminasi harga berupa persyaratan *best price guarantee* dan persyaratan *penalty* (Bukti B13, B18);-----
- 7.2.12. Bahwa penerapan persyaratan *minus margin* oleh Terlapor dan penerapan persyaratan sejenis oleh pesaing Terlapor di pasar bersangkutan menunjukkan Terlapor memiliki pesaing yang berarti di pasar bersangkutan;-----
- 7.2.13. Bahwa berdasarkan uraian di atas, meskipun Terlapor memiliki kekuatan pasar namun tidak memiliki posisi dominan di pasar bersangkutan;-----

- 7.2.14. Bahwa dengan demikian unsur posisi dominan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 angka 4 **tidak terpenuhi**.-----
- 7.3 Menimbang bahwa dengan tidak terpenuhinya unsur posisi dominan, maka unsur-unsur lainnya tidak perlu diuraikan;-----
- 7.4 Menimbang bahwa berdasarkan analisa pemenuhan unsur-unsur di atas, maka unsur-unsur Pasal 25 ayat (1) huruf a **tidak terpenuhi**;-----
- 8 Menimbang bahwa sebelum memutuskan perkara ini, Majelis Komisi mempertimbangkan hal-hal yang meringankan Terlapor sebagai berikut:-----
- 8.1 Bahwa selama dalam proses pemeriksaan, Terlapor menunjukkan sikap dan tindakan yang kooperatif;-----
- 8.2 Bahwa Terlapor beritikad untuk mempertimbangkan kembali penerapan persyaratan *minus margin* kepada pemasok yang belum menyetujui persyaratan *minus margin* dan menyatakan tidak lagi memberlakukan persyaratan *minus margin* kepada beberapa pemasok yang telah menyetujui dalam kontrak yang masih berlaku (Bukti A130, A132);-----
- 9 Menimbang bahwa sebelum memutuskan perkara ini, Majelis Komisi memperhatikan hal-hal lain sebagai berikut:-----
- 9.1 Bahwa pelaku usaha yang memiliki kekuatan pasar (*market power*) berpotensi untuk menyalahgunakan kekuatan pasar (*market power*) yang dimilikinya dalam menjalankan kegiatan usahanya;-----
- 9.2 Bahwa Terlapor memiliki kekuatan pasar dalam pasar bersangkutan;-----
- 9.3 Bahwa berdasarkan kekuatan pasar (*market power*) yang dimiliki, Terlapor memiliki daya tawar (*bargaining power*) yang digunakan untuk menekan pemasok dalam menegosiasikan syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang semakin memberatkan pemasok berupa penambahan jumlah *item* syarat-syarat perdagangan (*trading terms*), peningkatan besaran biaya dan persentase *fee trading terms* setiap tahunnya;-----
- 9.4 Bahwa maksud Terlapor dalam menerapkan syarat-syarat perdagangan yang semakin memberatkan pemasok adalah untuk memperoleh pendapatan lain (*other income*) yang lebih besar dan menyingkirkan pemasok yang tidak sesuai dengan harapan Terlapor;-----
- 9.5 Bahwa harga jual produk di pasar tradisonal tidak dapat bersaing dengan pasar modern dengan alasan jalur distribusi produk dari produsen ke peritel di pasar tradisional lebih panjang dibandingkan dengan jalur distribusi produk dari produsen ke peritel di pasar modern. Kondisi tersebut mengancam keberadaan pasar tradisional di pasar ritel secara umum;-----

- 9.6 Bahwa banyak gerai peritel modern yang letaknya sangat berdekatan dengan lokasi pasar tradisional, sehingga mengancam keberadaan pasar tradisional;-----
- 9.7 Bahwa terdapat ketentuan Peraturan Daerah (PERDA) DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 dan SK Gubernur DKI Jakarta No. 44 Tahun 2003 yang mengatur perpasaran swasta diantaranya mengenai:-----
- 9.7.1. Jarak antara penyelenggaraan usaha perpasaran swasta dengan pasar lingkungan;-----
- 9.7.2. Kewajiban bagi penyelenggaraan usaha perpasaran swasta untuk menyediakan ruang tempat usaha kecil atau usaha informal / pedagang kaki lima;-----
- 9.7.3. Harga jual barang-barang sejenis yang dijual di mini swalayan dan pasar swalayan tidak boleh jauh lebih rendah sebesar 10% dari harga jual di warung dan toko di sekitar lokasi (Bukti C52, C53);-----
- 9.8 Bahwa terdapat ketidakjelasan definisi, sistem, penentuan besaran dan penerapan *listing fee* oleh peritel modern sehingga dapat digunakan sebagai alat untuk menghalangi produk pemasok dan atau pemasok yang ingin produknya dijual di gerai peritel modern-----
- 10 Menimbang bahwa Majelis Komisi memandang perlu untuk dilakukan monitoring terhadap peritel modern yang menetapkan persyaratan *best price guarantee* dan *penalty* untuk menilai apakah persyaratan tersebut memberikan dampak terhadap persaingan usaha;-----
- 11 Menimbang bahwa Majelis Komisi memperhatikan Terlapor memiliki kekuatan pasar (*market power*) di pasar bersangkutan sehingga Terlapor dalam menjalankan kegiatan usahanya perlu memperhatikan hal-hal sebagai berikut:-----
- 11.1 setiap *item* syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang diterapkan kepada pemasok harus memberikan nilai tambah baik bagi Terlapor maupun pemasok (*partnership win-win solution*);-----
- 11.2 tidak melakukan penekanan kepada pemasok khususnya pemasok yang termasuk kategori UKM pada saat melakukan negosiasi;-----
- 11.3 tidak menerapkan syarat-syarat perdagangan (*trading terms*) yang berlebihan kepada pemasok;-----
- 12 Menimbang bahwa Majelis Komisi menilai berbagai peraturan perundang-undangan yang menyangkut penyelenggaraan perpasaran swasta belum dilaksanakan secara efektif;-----
- 13 Menimbang bahwa Majelis Komisi memberikan saran dan pertimbangan kepada Pemerintah untuk:-----
- 13.1 Menjalankan peraturan perpasaran swasta yang sudah ada secara efektif;-----

- 13.2 Membuat dan menerbitkan peraturan mengenai perpasaran swasta yang berlaku secara nasional;-----
- 13.3 Membuat dan menerbitkan ketentuan yang mengatur mengenai definisi, sistem, penentuan besaran dan penerapan *listing fee* terhadap pemasok khususnya yang termasuk kategori UKM sehingga tidak dapat digunakan sebagai alat untuk menghalangi pemasok yang ingin produknya dipasarkan di pasar peritel modern;-----
- 14 Menimbang bahwa berdasarkan fakta serta kesimpulan di atas, dan dengan mengingat Pasal 43 ayat (3) Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999, Majelis Komisi:-----

MEMUTUSKAN

1. **Menyatakan bahwa Terlapor terbukti secara sah dan meyakinkan melanggar Pasal 19 huruf a Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999;**-----
2. **Menyatakan bahwa Terlapor tidak terbukti melanggar Pasal 19 huruf b Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999;**-----
3. **Menyatakan bahwa Terlapor tidak terbukti melanggar Pasal 25 ayat (1) huruf a Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999;**-----
4. **Memerintahkan kepada Terlapor untuk menghentikan kegiatan pengenaan persyaratan *minus margin* kepada pemasok;**-----
5. **Menghukum Terlapor membayar denda sebesar Rp. 1.500.000.000,- (satu miliar lima ratus juta Rupiah) yang harus disetorkan ke Kas Negara sebagai setoran penerimaan negara bukan pajak Departemen Keuangan Direktorat Jenderal Perbendaharaan Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Jakarta I yang beralamat di Jl. Ir. H. Juanda No 19, Jakarta Pusat melalui Bank Pemerintah dengan kode penerimaan 1212;**-----

Demikian putusan ini ditetapkan melalui musyawarah dalam Sidang Majelis Komisi pada hari Selasa, tanggal 16 Agustus 2005 dan dibacakan di muka persidangan yang dinyatakan terbuka untuk umum pada hari Jum'at, tanggal 19 Agustus 2005 oleh Majelis Komisi yang terdiri dari Ir. Tadjuddin Noer Said sebagai Ketua Majelis, Dr. Ir. Bambang P. Adiwiyoto, M.Sc. dan Ir. H. Mohammad Iqbal, masing-masing sebagai Anggota Majelis, dibantu oleh Gopprera Panggabean, S.E., Ak., Drs. Malino Pangaribuan, Zaki Zein Badroen, S.E., Helli

Nurchahyo, S.H., LL.M. dan Marcus Pohan, S.H. masing-masing sebagai Investigator, serta Arnold Sihombing, S.H. dan Dinni Melanie, S.H. masing-masing sebagai Panitera.-----

Ketua Majelis,

t.t.d.

Ir. Tadjuddin Noer Said

Anggota Majelis,

Anggota Majelis,

t.t.d.

t.t.d.

Dr. Ir. Bambang P. Adiwiyoto M.Sc.

Ir. H. Mohammad Iqbal

Panitera,

t.t.d.

t.t.d.

Arnold Sihombing, S.H.

Dinni Melanie, S.H.