

LAPORAN AKHIR PENELITIAN

**PEMBUKTIAN KARTEL DENGAN BUKTI TIDAK LANGSUNG
DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA DI INDONESIA**



Dr. Hesty D. Lestari, S.H.,LL.M.,MES.

Semester Genap 2020/2021

**PROGRAM STUDI MAGISTER HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**

PRAKATA

Puji dan syukur Penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkat, rahmat dan karunianya, sehingga Penulis dapat merampungkan penelitian hukum ini, yang diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam khasanah hukum persaingan usaha di Indonesia.

Salah satu isu yang mengemuka dalam hukum persaingan usaha adalah mengenai adanya perjanjian penetapan harga (*price fixing*) antara para pelaku usaha yang saling bersaing, atau biasa disebut kartel harga. Kartel termasuk pelanggaran berat dalam hukum persaingan usaha, karena dampaknya terhadap penurunan *social welfare* dianggap cukup nyata.

Meskipun kartel sangat merugikan masyarakat, pembuktian adanya praktik kartel tidaklah mudah. Alat bukti yang dikenal dalam penegakan hukum meliputi bukti langsung maupun bukti tidak langsung. Perdebatan yang selalu muncul adalah apakah bukti tidak langsung dapat dijadikan alat untuk membuktikan pelanggaran kartel? Pasal 5 (1) Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tidak menyetujui bukti tak langsung dijadikan satu-satunya alat bukti pelanggaran kartel.

Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan sumbangan pemikiran untuk menjawab permasalahan yang ada, sehingga tujuan hukum persaingan usaha untuk menciptakan kesejahteraan konsumen dapat tercapai.

Jakarta, 16 Agustus 2021

Dr. Hesty D. Lestari, SH, LLM, MES

DAFTAR ISI

BAB I.	PENDAHULUAN	1
BAB II.	PENGATURAN KARTEL HARGA DALAM UU NO.5/1999	4
BAB III.	PEMBUKTIAN KARTEL HARGA SEPEDA MOTOR SKUTIK 110-125 CC DI INDONESIA	11
BAB IV.	KESESUAIAN PEMBUKTIAN KPPU DENGAN UU NO.5/1999	18
BAB V.	KESIMPULAN	22
	DAFTAR PUSTAKA.....	24

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejak tahun 2013, harga sepeda motor jenis skuter matik (skutik) 110-125 CC di Indonesia mengalami kenaikan yang tidak wajar. Karena itulah, pada tahun 2014 Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) mulai melakukan investigasi ada tidaknya pengaturan harga di antara para produsen sepeda motor skutik 110-125 CC tersebut.¹ Dari investigasi awal KPPU menemukan, bahwa pasar motor skutik 110-125 CC dikuasai oleh PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (Yamaha) dan PT Astra Honda Motor (Honda), di mana Yamaha memiliki 29% pangsa pasar dan Honda menguasai 68%. KPPU juga menemukan adanya kenaikan harga motor skutik dari kedua produsen tersebut yang saling beriringan.²

Dari hasil investigasi tersebut, KPPU kemudian menggelar sidang yang menghadirkan saksi-saksi dari pihak Yamaha dan Honda. Setelah serangkaian sidang tersebut, pada tanggal 20 Februari 2017 KPPU memutuskan, bahwa Yamaha dan Honda terbukti telah melakukan penetapan harga sepeda motor skutik 110-125 CC, dan dengan demikian melanggar Pasal 5 (1) Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (UU No.5/1999). KPPU juga menjatuhkan sanksi administratif berupa denda kepada Yamaha sebesar Rp. 25 miliar dan Honda sebesar Rp. 22,5 miliar.³

Penetapan harga (*price fixing*) merupakan salah satu bentuk kartel yang sangat dilarang dalam Hukum Persaingan Usaha. Kartel merupakan kolusi antara satu pelaku usaha dengan pelaku usaha pesaingnya untuk mengkoordinasikan harga, produksi, dan wilayah pemasaran suatu barang atau jasa.⁴ Koordinasi

¹ KPPU, "Cium Kartel Harga Motor Skutik Yamaha dan Honda, KPPU Gelar Sidang Perdana," diakses dari website <http://www.kppu.go.id/id/blog/2016/07/cium-kartel-harga-motor-skutik-yamaha-dan-honda-kppu-gelar-sidang-perdana/>, tanggal 25 April 2017.

² *Ibid.*

³ Putusan KPPU pada Perkara Nomor 04/KPPU-I/2016, tanggal 20 Februari 2017.

⁴ Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 4 Tahun 2010 tentang Pedoman Pelaksanaan Ketentuan Pasal 11 tentang Kartel dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

tersebut bertujuan untuk menghilangkan persaingan di antara mereka, sehingga akan tercapai praktek monopoli oleh para pelaku usaha anggota kartel. Praktek monopoli tersebut akan menyebabkan anggota kartel memperoleh keuntungan di atas keuntungan yang wajar, sedangkan konsumen menderita kerugian karena harus membayar suatu produk lebih mahal dengan kualitas yang belum tentu lebih baik.

Terjadinya kartel ditandai dengan adanya kolusi di antara para pelaku usaha anggota kartel. Ada dua bentuk kolusi dalam kartel, yaitu:⁵

- a. Kolusi eksplisit, di mana para anggota mengkomunikasikan kesepakatan mereka secara langsung yang dapat dibuktikan dengan adanya dokumen perjanjian, data mengenai audit bersama, kepengurusan kartel, kebijakan-kebijakan tertulis, data penjualan dan data-data lainnya.
- b. Kolusi diam-diam, di mana pelaku usaha anggota kartel tidak berkomunikasi secara langsung, pertemuan-pertemuan juga diadakan secara rahasia. Biasanya yang dipakai sebagai media adalah asosiasi industri, sehingga pertemuan-pertemuan anggota kartel dikamufleskan dengan pertemuan-pertemuan yang legal seperti pertemuan asosiasi. Bentuk kolusi yang kedua ini sangat sulit untuk dideteksi oleh penegak hukum. Namun pengalaman dari berbagai negara membuktikan bahwa setidaknya 30% kartel adalah melibatkan asosiasi.

Penetapan harga atau kartel harga mengakibatkan harga tinggi di atas biaya produksi yang sangat merugikan konsumen. Akan tetapi, pembuktian adanya kartel harga tersebut tidaklah mudah. Dalam hal ini, dikenal ada 2 macam alat bukti, yaitu bukti langsung (*hard evidence*), dan bukti tidak langsung (*circumstantial evidence*).⁶ Bukti langsung adalah bukti yang dapat menjelaskan secara terang adanya perjanjian atau kesepakatan baik tertulis maupun tidak tertulis di antara para pelaku usaha untuk mengkoordinasikan harga. Sedangkan bukti tidak langsung adalah bukti yang tidak menjelaskan secara terang dan

⁵ *Ibid.*, hal. 7-8.

⁶ Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pedoman Pelaksanaan Ketentuan Pasal 5 (Penetapan Harga) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

spesifik adanya penetapan harga, yang terdiri dari bukti ekonomi dan bukti komunikasi.⁷

Mengingat sulitnya pembuktian akan adanya kartel harga ini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang proses pembuktian adanya kartel harga di Indonesia, khususnya kartel harga sepeda motor skutik 110-125 CC yang mengakibatkan tingginya harga motor jenis ini di Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka permasalahan yang akan diajukan oleh penulis adalah:

1. Bagaimanakah pembuktian kartel harga sepeda motor skutik 110-125 cc di Indonesia?
2. Apakah pembuktian KPPU dalam Perkara No. 04/KPPU-I/2016 telah sesuai dengan UU No.5/1999?

C. Metode Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diteliti oleh penulis, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode yuridis normatif, yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka yang ada.⁸ Tahap pertama dari penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan hukum objektif (norma hukum). Sedangkan tahap kedua dari penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan hukum subjektif yaitu hak dan kewajiban.

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu menggambarkan gejala-gejala di lingkungan masyarakat terhadap suatu kasus yang diteliti. Pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan kualitatif yang merupakan tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif.⁹

⁷ A. Junaidi, "Pembuktian Kartel dalam UU No. 5/1999," *Kompetisi*, Edisi 11, 2008, hal. 9.

⁸ Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, cetakan ke-11, hal. 13-14.

⁹ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, hal. 32.

II. PENGATURAN KARTEL HARGA DALAM UU NO.5/1999

Kartel harga diatur dalam Pasal 5 (1) UU No.5/1999 yang menentukan: “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama.”

Sedangkan yang dimaksud dengan ‘perjanjian’ sebagaimana dirumuskan dalam Pasal 1 angka 7 UU No.5/1999, adalah perbuatan satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikatkan diri terhadap satu atau lebih usaha lain dengan nama apapun, baik tertulis maupun tidak tertulis.

Kartel merupakan suatu perbuatan yang melawan hukum, maka adalah wajar apabila para pelaku kartel akan berusaha agar tidak mudah untuk dideteksi oleh penegak hukum. Oleh karenanya kesepakatan-kesepakatan atau kolusi antar pelaku usaha ini jarang berbentuk tertulis agar tidak mudah untuk terdeteksi dan tidak terdapat bukti-bukti tertulis.

A. Penjabaran Unsur

Penjabaran unsur-unsur yang ada dalam Pasal 5 (1) UU No.5/1999 adalah sebagai berikut:¹⁰

1. Unsur Pelaku Usaha

Pelaku usaha menurut Pasal 1 angka 5 UU No.5/1999 adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum 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.

¹⁰ Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pedoman Pelaksanaan Ketentuan Pasal 5 (Penetapan Harga) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, hal. 6-7.

2. Unsur Perjanjian

Perjanjian menurut Pasal 1 angka 7 UU No.5/1999 adalah suatu perbuatan satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikatkan diri terhadap satu atau lebih usaha lain dengan nama apapun, baik tertulis maupun tidak tertulis.

3. Unsur Pelaku Usaha Pesaing

Pelaku usaha pesaing adalah pelaku usaha lain yang berada di dalam satu pasar bersangkutan yang sama.

4. Unsur Harga Pasar

Harga adalah biaya yang harus dibayar dalam suatu transaksi barang dan jasa sesuai kesepakatan antara para pihak di pasar bersangkutan.

5. Unsur Barang

Barang menurut Pasal 1 angka 16 UU No.5/1999 adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha.

6. Unsur Jasa

Jasa menurut Pasal 1 angka 17 UU No.5/1999 adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang diperdagangkan dalam masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha.

7. Unsur Konsumen

Sesuai dengan pasal 1 angka 15 dari UU No.5 Tahun 1999, Konsumen adalah setiap pemakai dan atau pengguna barang dan atau jasa baik untuk kepentingan diri sendiri maupun untuk kepentingan pihak lain.

8. Unsur Pasar Bersangkutan

Pasar bersangkutan, menurut ketentuan pasal 1 angka 10 dari UU No.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.

B. Ketentuan Lain yang Relevan

Dalam UU No 5/1999 terdapat beberapa pasal yang memiliki keterkaitan erat dengan praktek Penetapan Harga. Beberapa pasal tersebut di antaranya adalah:¹¹

1. Pasal 8 yang berbunyi:

“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa penerima barang dan atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang dan atau jasa yang diterimanya, dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.”

Pengaturan dalam pasal 8 berlaku untuk perjanjian horizontal (sesama pesaing) atau secara vertikal dengan perusahaan di bawahnya. Dalam hal perjanjian dilakukan secara horizontal, maka hal tersebut juga bertentangan dengan pasal 5. *Resale price maintenance* dalam praktek sering menjadi fasilitas kolusi yang salah satu bentuknya adalah kolusi penetapan harga.

2. Pasal 9 mengenai pembagian wilayah yang berbunyi:

“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya yang bertujuan untuk membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar terhadap barang dan atau jasa sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.”

Baik pasal 5 maupun pasal 9 sesungguhnya merupakan bentuk dari praktek kartel. Hanya saja secara spesifik dalam pasal 5 yang diatur adalah penetapan harga, sementara dalam pasal 9 yang diatur adalah tentang pembagian wilayah. Bukan tidak mungkin dalam prakteknya proses pembagian wilayah disertai oleh kegiatan penetapan harga.

¹¹ *Ibid.*, hal. 8-10.

3. Pasal 11 tentang Kartel yang berbunyi:

“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian, dengan pelaku usaha pesaingnya, yang bermaksud untuk mempengaruhi harga dengan mengatur produksi dan atau pemasaran suatu barang dan atau jasa, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.”

Sesungguhnya pasal 5 pada hakikatnya juga merupakan pengaturan tentang kartel, hanya saja kartel yang dimaksud adalah kartel harga. Sementara kartel dalam pasal 11 yang diatur adalah kartel produksi dan pemasaran yang tujuan akhirnya mempengaruhi harga. Jadi kalau pasal 5 mengatur secara langsung larangan pengaturan harga, maka dalam pasal 11 yang diatur adalah kartel produksi dan pemasaran yang akhirnya berpengaruh pada harga produk.

4. Pasal 16 tentang Perjanjian dengan Luar Negeri yang berbunyi:

“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pihak lain di luar negeri yang memuat ketentuan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.”

Kaitan antara pasal 5 dan pasal 16 adalah karena sangat mungkin perjanjian penetapan harga merupakan salah satu bentuk perjanjian dengan pihak lain di luar negeri.

5. Pasal 26 tentang Jabatan Rangkap yang berbunyi:

“Seseorang yang menduduki jabatan sebagai direksi atau komisaris dari suatu perusahaan, pada waktu yang bersamaan dilarang merangkap menjadi direksi atau komisaris pada perusahaan lain, apabila perusahaan-perusahaan tersebut :

- a. berada dalam pasar bersangkutan yang sama; atau
- b. memiliki keterkaitan yang erat dalam bidang dan atau jenis usaha; atau
- c. secara bersama dapat menguasai pangsa pasar barang dan atau jasa tertentu,

yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.”

Keterkaitan pasal 5 dengan pasal 26 adalah bahwa perilaku penetapan harga sebagaimana diatur dalam pasal 5 akan menjadi lebih mudah dilakukan apabila

terdapat jabatan rangkap pada perusahaan yang saling bersaing. Melalui jabatan rangkap inilah yang akhirnya justru akan memfasilitasi proses penetapan harga sebagaimana diatur dalam pasal 5.

6. Pasal 27 tentang Kepemilikan Silang yang berbunyi:

“Seseorang yang menduduki jabatan sebagai direksi atau komisaris dari suatu perusahaan, pada waktu yang bersamaan dilarang merangkap menjadi direksi atau komisaris pada perusahaan lain, apabila perusahaan-perusahaan tersebut :

- a. berada dalam pasar bersangkutan yang sama; atau
- b. memiliki keterkaitan yang erat dalam bidang dan atau jenis usaha; atau
- c. secara bersama dapat menguasai pangsa pasar barang dan atau jasa tertentu, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.”

Keterkaitan antara pasal 5 dan Pasal 27 adalah bahwa perilaku penetapan harga akan menjadi semakin mudah dilakukan apabila terjadi kepemilikan silang antara pelaku usaha yang seharusnya bersaing. Pengaturan menjadi semakin mudahdilakukan antar perusahaan yang kepemilikannya justru sama.

KPPU dapat menerapkan Pasal 5 baik sebagai dugaan pelanggaran tunggal maupun secara bersama-sama dengan pasal lain yang terkait sebagaimana dijelaskan tersebut di atas sebagai dugaan pelanggaran berlapis.

C. Pembuktian Pelanggaran Pasal 5

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, secara teoritis perilaku penetapan harga merupakan bentuk nyata dari koordinasi yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang ada di pasar untuk memperoleh hasil kolusi. Dengan demikian pemahaman mengenai pembuktian terhadap pelanggaran pasal 5 mengenai perjanjian penetapan harga tidak terlepas dari pemahaman terhadap pedoman pasal 11 mengenai kartel.

Untuk membuktikan bahwa telah terjadi pelanggaran terhadap pasal 5 UU No. 5 Tahun 1999 maka pembuktian adanya *perjanjian* diantara pelaku usaha independen yang sedang bersaing dalam menetapkan harga atas barang dan atau

jasa menjadi hal yang sangat penting. Perilaku penetapan harga para pelaku usaha di pasar tersebut dilakukan secara bersama-sama (*concerted*). Tindakan perusahaan yang bersifat independen dari perilaku perusahaan lain bukan merupakan pelanggaran terhadap hukum persaingan.

Bentuk perjanjian tertulis tidak menjadi keharusan dalam membuktikan adanya suatu perjanjian perilaku penetapan harga sebagaimana dinyatakan dalam pasal 1 Angka 7 UU No.5 Tahun 1999: “Perjanjian adalah suatu perbuatan satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikatkan diri terhadap satu atau lebih pelaku usaha lain dengan nama apa pun, baik tertulis maupun tidak tertulis”.

Yang diperlukan adalah bukti bahwa penetapan harga secara bersama-sama disepakati dan para pelaku usaha mematuhi (*conformed*) kesepakatan tersebut. Bukti yang diperlukan dapat berupa: i) Bukti langsung (*hard evidence*), dan ii) Bukti tidak langsung (*circumstantial evidence*).

Bukti Langsung (*Hard evidence*) adalah bukti yang dapat diamati (*observable elements*) dan menunjukkan adanya suatu perjanjian penetapan harga atas barang dan atau jasa oleh pelaku usaha yang bersaing. Di dalam bukti langsung tersebut terdapat kesepakatan dan substansi dari kesepakatan tersebut. Bukti langsung dapat berupa: bukti *fax*, rekaman percakapan telepon, surat elektronik, komunikasi video, dan bukti nyata lainnya.

Bukti Tidak Langsung (*Circumstantial evidence*) adalah suatu bentuk bukti yang tidak secara langsung menyatakan adanya kesepakatan penetapan harga. Bukti tidak langsung dapat digunakan sebagai pembuktian terhadap terjadinya suatu keadaan/kondisi yang dapat dijadikan dugaan atas pemberlakuan suatu perjanjian yang tidak tertulis. Bukti tidak langsung dapat berupa: (i) bukti komunikasi (namun tidak secara langsung menyatakan kesepakatan), dan (ii) bukti ekonomi. Tujuan dari pembuktian bukti tidak langsung dengan menggunakan bukti ekonomi adalah upaya untuk mengesampingkan kemungkinan terjadinya perilaku penetapan harga yang bersifat independen. Suatu bentuk bukti tidak langsung yang sesuai dan konsisten dengan kondisi persaingan dan kolusi sekaligus belum dapat dijadikan bukti bahwa telah terjadi pelanggaran atas pasal 5 UU No.5 Tahun 1999.

Pedoman ini akan banyak menitikberatkan pemahaman mengenai penggunaan bukti tidak langsung sebagai dugaan telah terjadinya perjanjian penetapan harga atas barang dan jasa oleh pelaku usaha di pasar.

Oleh karena bukti tidak langsung dapat berarti mengacu pada kondisi persaingan dan kolusi sekaligus maka pembuktian telah terjadi perilaku/strategi yang paralel (*parallel business conduct*) tidak dapat dijadikan bukti yang cukup untuk menyatakan adanya perjanjian penetapan harga. Contoh bukti tidak langsung yang konsisten dengan kondisi persaingan dan kolusi dapat diilustrasikan berikut ini. Misalkan beberapa perusahaan besar di pasar XYZ memutuskan untuk sepakat mengenakan margin sebesar dua kali dari biaya produksi. Apabila seluruh perusahaan yang terlibat dalam kesepakatan memiliki biaya produksi yang sama, maka kesepakatan akan menghasilkan tingkat harga jual yang sama.

Namun di pasar lain, yaitu ABC, dimana seluruh perusahaan bersaing secara intensif sehingga tekanan persaingan memaksa perusahaan untuk mengenakan harga sebesar biaya produksi. Kedua pasar tersebut memiliki kesamaan dalam menghasilkan harga yang seragam (*parallel price*) bagi perusahaan-perusahaan di pasar. Perbedaannya adalah apabila di pasar XYZ, kesamaan harga terjadi karena kesepakatan (*collusion agreement*) sementara di pasar ABC, kesamaan harga justru karena perilaku kompetitif.¹²

¹² *Ibid.*, hal. 16-18.

III. PEMBUKTIAN KARTEL HARGA SEPEDA MOTOR SKUTIK 110-125 CC DI INDONESIA

Dalam Perkara Nomor 04/KPPU-I/2016, KPPU berhasil membuktikan bahwa Honda dan Yamaha telah melakukan perjanjian penetapan harga atau kartel harga untuk sepeda motor skuter matik 110-125 CC. Proses pembuktian tersebut, antara lain dengan mengungkapkan data-data sebagai berikut:

A. Para Pelaku Usaha

Berdasarkan data yang diperoleh dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), industri kendaraan bermotor roda dua dikuasai oleh 6 pelaku usaha. Namun, berdasarkan hasil penyelidikan dan pemeriksaan KPPU hanya 4 pelaku usaha yang mengeluarkan dan memasarkan produk sepeda motor skuter matik 110-125 CC, yaitu PT Astra Honda Motor Indonesia, PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing, PT Indomobil Suzuki International dan PT TVS Motor Company Indonesia.

Berdasarkan data penjualan masing masing produsen sepeda motor matik diperoleh pangsa pasar masing masing pelaku usaha yaitu:

	2012	2013	2014
Honda	68%	70%	73%
Yamaha	30%	28%	26%
Suzuki	2%	2%	1%

Dengan demikian pelaku usaha dominan pada industri sepeda motor matik pada periode 2012-2014 adalah Honda, sedangkan pesaing terdekatnya adalah Yamaha. Kedua perusahaan tersebut dapat dikatakan sebagai pelaku usaha dominan dalam industri sepeda motor matik di Indonesia.

B. Perilaku Pasar

Dengan hanya terdapat 4 pelaku usaha yang memproduksi Sepeda Motor Matik sebagaimana disebutkan diatas maka menunjukkan industri Sepeda Motor

Matik berada dalam pasar oligopolistik. Jika industri Sepeda Motor Matik masuk ke dalam pasar oligopolistik, maka pelaku usaha memiliki ruang yang cukup untuk menentukan harga dan kuantitas yang akan dijualnya meskipun tidak seluas Pelaku Usaha yang berada di Pasar Persaingan Sempurna atau Pasar Monopolistik untuk menentukan harga dan kuantitas yang akan dijual.

Pada industri Sepeda Motor Matik yang oligopolistik, suatu perusahaan dalam menentukan harga jual (*pricing strategy*) akan sangat tergantung dengan perusahaan lain dalam industri yang sama.

C. Alat Bukti

1. Bukti Langsung

KPPU menemukan bukti bahwa Sdr. Yoichiro Kojima selaku Presiden Direktur PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing ketika itu dan Toshiyuki Inuma selaku Presiden Direktur PT Astra Honda Motor ketika itu telah melakukan pertemuan di dalam lapangan golf pada tahun 2013 sampai dengan November 2014, dimana pertemuan tersebut menurut Saksi Yutaka Terada (Direktur Marketing PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing), membahas mengenai adanya pembicaraan kesepakatan bahwa PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing akan mengikuti harga jual motor dari PT Astra Honda Motor.

Hasil dari pertemuan tersebut kemudian ditindaklanjuti dengan adanya perintah melalui surat elektronik yang pada akhirnya terdapat penyesuaian harga jual produk PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing yang mengikuti harga jual produk PT Astra Honda Motor.

Berdasarkan keterangan saksi Terada, adanya kebijakan kenaikan harga yang mengikuti Honda telah terlaksana pada tahun 2014. Kemudian Saksi menolak untuk mengikuti kenaikan harga Honda pada tahun 2015 pada bulan Januari. Bahwa Yamaha mengikuti pola kenaikan harga Honda semakin terbukti dalam keterangannya saksi Terada lainnya menyatakan bahwa Yamaha mengikuti pola kenaikan Honda.

2. Bukti Tidak Langsung

a. Bukti Komunikasi

Berdasarkan bukti email internal PT Yamaha yang dikirim oleh saksi Sdr. Yukata Terada, Presdir Kojima telah meminta marketing management group untuk mengikuti pola kenaikan harga mulai dari Januari 2014 sebagai janji kepada Presdir Honda Sdr. Inuma. Berikut email lengkap saksi Sdr. Terada:

President Kojima san has requested us to follow Honda price increase many times since January 2014 because of his promise with Mr. Inuma President of AHM at Golf Course. As we know this is illegal. We never follow such price negotiation process. YMC also educated all employees not to negotiate prices with competitors.

Pada hari Senin tanggal 28 April 2014 pukul 05.07 PM, Bapak Dyonisius Beti (Vice President PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing menggunakan alamat email dyon@indosat.blackberry.commem) mem-forward email dari Mr. Yoichiro Kojima (Presiden Direktur PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing – alamat email kojimayo@yamaha-motor.co.id) dengan subject email Fw:Pricing Issue, yang ditujukan kepada Mr. Terada (Direktur Marketing PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing) alamat email teradayu@yamaha-motor.co.id, Mr. Yuji Tokunaga (Direktur Marketing PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing) dengan alamat email tokunagayu@yamaha-motor.co.id, Bapak Sutarya (Direktur Sales PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing) dengan alamat email sutarya@yamaha-motor.co.id, Bapak Hendri Wijaya (General Manager Marketing PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing) dengan alamat email hendri_mkt@yamaha-motor.co.id, dan Bapak Ichsan Nulhakim (Chief DDS 3 PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing) dengan alamat email ichsan_mkt@yamaha-motor.co.id. Isi email tersebut diatas adalah sebagai berikut:

Please find attached the IDN price comparison material presented by YMC at Asean Mtg just after GEC. As You can notice, prices of

some models are lower Honda, such as Vixion, Fino, etc. We need to send message to Honda that Yamaha follows H price increase to countermeasure exchange rate fluctuation / labor cost increase as a common issue for the industry. So please review the current pricing and where there is a room, please adjust the price. I understand that to maintain the volume, if necessary, we use the amount of price increase for promotion of the models at least for the time being. Thanks, Kojima (see attached file : Price position IDN 2014. Pptx)

b. Bukti Ekonomi

Perbandingan harga dari Honda dan Yamaha yang diperoleh KPPU adalah sebagai berikut:

1) Harga Skutik Kapasitas 110 CC dari Yamaha XEON RC, Honda VARIO TECHNO FI dan Honda VARIO TECHNO FI CBS ISS

		Tahun 2013											
MERK		JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGUST	SEPT	OKT	NOV	DES
XEON RC		15.100	15.150	15.150	15.150	15.150	15.150	15.150	15.150	15.150	15.200	15.200	15.200
VARIO TECHNO FI		15.100	15.100	15.450	15.450	15.450	15.550	15.550	15.550	15.550	15.550	15.550	15.550
VARIO TECHNO FI CBS ISS		15.900	15.900	16.350	16.350	16.350	16.450	16.450	16.450	16.450	16.450	16.450	16.450

		Tahun 2014											
MERK		JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGUST	SEPT	OKT	NOV	DES
VARIO TECHNO FI		15.800	15.800	16.100	16.100	16.100	16.200	16.400	16.400	16.400	16.600	16.600	16.600
VARIO TECHNO FI CBS ISS		16.700	16.700	16.800	16.800	16.800	16.900	17.100	17.100	17.100	17.300	17.300	17.300

2) Harga Skutik Kapasitas 125 CC dari Yamaha Mio J CW Teen, Yamaha Mio GT, Honda BEAT FI CW dan Honda BEAT FI CBS

		Tahun 2013											
MERK		JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGST	SEPT	OKT	NOV	DES
Mio J CW Teen		13.100	13.250	13.250	13.250	13.250	13.250	13.250	13.300	13.300	13.350	13.350	13.350
Mio GT		-	13.350	13.350	13.350	13.350	13.350	13.350	13.500	13.500	13.550	13.550	13.550
BEAT FI CW		12.900	12.900	13.000	13.000	13.000	13.150	13.150	13.150	13.150	13.250	13.250	13.250
BEAT FI CBS		13.500	13.500	13.650	13.650	13.650	13.800	13.800	13.800	13.800	13.800	13.800	13.800

		Tahun 2014											
MERK		JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGUST	SEPT	OKT	NOV	DES
MIO J CW TEEN		13.350	13.350	13.350	13.350	13.350	13.350	13.450	13.350	13.350	13.350	13.350	13.350
MIO GT		13.650	13.650	13.650	13.650	13.650	13.750	13.750	13.750	13.850	13.850	13.850	13.850
BEAT FI CW		13.500	13.500	13.750	13.750	13.750	13.850	13.850	13.850	13.850	13.850	13.850	13.850
BEAT FI CBS		14.050	14.050	14.300	14.300	14.300	14.400	14.400	14.400	14.400	14.400	14.400	14.400

Pada prinsipnya dalam pasar oligopoli yang bersaing, perusahaan yang memiliki pangsa pasar dominan dalam industri sepeda motor matik dalam hal ini Honda dan Yamaha akan bersaing merebutkan pangsa pasar dan saling melihat *pricing strategy* yang dilakukan masing-masing sebelum menetapkan harga jual dalam hal ini menaikkan atau menurunkan harga jual. Hal tersebut berarti kenaikan harga atau penurunan harga yang dilakukan suatu perusahaan akan menyebabkan reaksi dari perusahaan pesaingnya.

Hal ini juga sesuai dengan keterangan dari Vice President Yamaha yang menyatakan bahwa Yamaha berorientasi kepada market share dan lebih fokus untuk memperhatikan strategi bisnis yang dilakukan oleh Honda.

Di lain sisi pada pasar oligopolistik yang bersaing, perusahaan yang tidak dominan dalam pangsa pasar seperti Suzuki dan TVS akan sangat tergantung dengan harga dari Yamaha dan Honda dan seharusnya akan cenderung menjadi *follower* dari Pelaku Usaha Dominan terutama dalam hal harga selama masih menguntungkan dan tidak mengurangi pangsa pasarnya.

Jika Honda menaikkan harga, maka sudah seharusnya di pasar oligopoli yang bersaing, Yamaha akan menahan kenaikan harga atau setidaknya menaikkan harga tetapi tidak mengikuti pola kenaikan harga yang dilakukan oleh Honda mengingat Yamaha dapat mengambil peluang dari kenaikan harga Honda untuk meningkatkan pangsa pasarnya.

Hal tersebut menjadi relevan mengingat produk dalam industri sepeda motor matik tidak memiliki derajat diferensiasi yang rendah dan lebih mengarah kepada produk yang homogen. Sehingga dengan homogenya produk Sepeda Motor Matik menyebabkan kurva Permintaan menjadi sangat elastis yang berarti konsumen akan sangat sensitif terhadap harga jual suatu produk dengan harga jual produk substitusinya.

Dalam persidangan, Honda menyatakan akan mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar dan Yamaha akan berusaha meningkatkan pangsa pasarnya atau setidaknya merebut pasarnya kembali.

Kebijakan Yamaha untuk meningkatkan pangsa pasar dalam prakteknya sebagaimana diperoleh dari proses persidangan, tidak sinergi dengan strategi *pricing* yang dilakukannya dan cenderung bertentangan dengan teori oligopoli sebagaimana dijabarkan diatas.

Sebagai perusahaan yang tergolong dominan di pasar, Yamaha jika ingin merebut pangsa pasar maka strategi harga yang diambil jika Honda menaikkan harga adalah dengan menahan kenaikan harga atau setidaknya tidak mengikuti pola kenaikan harga dari Honda. Tetapi pada tahun 2014, dimana merupakan dugaan perilaku kartel terjadi, Yamaha memiliki strategi harga yang cenderung mengikuti kenaikan harga dari Honda.

Di sisi lain, Suzuki dan TVS yang seharusnya berperan sebagai Follower terhadap kenaikan harga Honda lebih memilih tidak menaikkan harga di tahun 2014 karena pertimbangan untuk mempertahankan market share.

Pada tahun 2014 harga dari Suzuki dan TVS cenderung tidak mengalami kenaikan, sedangkan harga dari Yamaha dan Honda sepanjang tahun sering mengalami kenaikan. Yamaha dan Honda mengatakan bahwa kenaikan harga yang dilakukan disebabkan kenaikan UMR, Inflasi, Nilai Tukar Rupiah Terhadap Dollar, Pajak dan Bahan Baku Produksi. Kenaikan harga sebagaimana disebutkan di atas merupakan faktor eksternal atau faktor makro. Kenaikan faktor-faktor tersebut di tahun 2014 seharusnya juga berdampak tidak hanya terhadap harga dari Yamaha dan Honda tetapi juga berdampak terhadap harga dari Suzuki dan TVS.

Dengan mengikuti pergerakan kenaikan harga Honda, kebijakan untuk meningkatkan pangsa pasar Yamaha tidak dapat tercapai. Hal tersebut terbukti berdasarkan data penjualan 2014 jika dibandingkan Year on

Year dengan tahun 2013 maka Yamaha mengalami penurunan pangsa pasar sebagaimana ditunjukkan dalam tabel di bawah ini:

Tahun	Honda	Yamaha	Suzuki	TVS	Total
2012	2.859.989	1.252.831	95.429	-	4.208.249
2013	3.425.075	1.388.896	75.996	397	4.890.364
2014	3.880.269	1.362.509	74.255	6.258	5.323.291

Dengan demikian, strategi harga yang dilakukan oleh Yamaha menunjukkan kejanggalan dan telah terjadi perilaku kolusif dengan Honda. Karena dalam pasar oligopoli yang bersaing, seharusnya Honda akan tidak mudah untuk menaikkan harga berkali-kali pada tahun 2014 karena terdapat pesaing terdekatnya Yamaha yang akan bereaksi terhadap kenaikan harga tersebut mengingat kebijakan Yamaha yang berorientasi pada kenaikan pangsa pasar. Apalagi Suzuki dan TVS akan juga menikmati kemungkinan peningkatan pangsa pasar apabila Honda menaikkan harga. Dengan *pricing strategy* Yamaha yang ternyata mengikuti harga dari Honda pada periode tahun 2014 maka perilaku Yamaha menjadi tidak rasional dan cenderung memperlihatkan ada perilaku kolusif harga di antara Yamaha dan Honda sehingga tidak terdapat khawatiran di antara keduanya untuk menaikkan harga berkali-kali pada tahun 2014.

IV. KESESUAIN PEMBUKTIAN KPPU DENGAN UU NO. 5/1999

Adanya fenomena kenaikan harga motor skutik Honda yang beriringan dengan kenaikan harga motor skutik Yamaha sepanjang tahun 2013-2014 tidak serta merta menunjukkan adanya kartel harga motor skutik antara Honda dan Yamaha. Untuk menentukan adanya pelanggaran Pasal 5 (1) UU No.5/1999 maka KPPU harus membuktikan bahwa kenaikan harga yang beriringan (*parallel pricing*) tersebut adalah hasil dari perjanjian atau kolusi antara Honda dan Yamaha. Jika harga yang paralel tersebut adalah tindakan independen dari masing-masing pelaku usaha justru karena ketatnya persaingan di antara mereka, maka tidak ada pelanggaran Pasal 5 (1) UU No.5/1999.

Karena kartel harga adalah tindakan yang ilegal, maka pelaku usaha yang berniat untuk melakukan perjanjian penetapan harga dengan pelaku usaha pesaingnya akan berusaha melakukannya secara rahasia dan tanpa meninggalkan jejak agar tindakan tersebut tidak dapat dideteksi oleh otoritas persaingan usaha. Bukti-bukti tertulis adanya perjanjian semacam itu sangat sulit didapatkan, bahkan cenderung tidak ada. Oleh karena itu, dalam kasus-kasus kartel adanya bukti tidak langsung sangat diperlukan karena bukti langsung sangat sulit didapatkan.

Sebagaimana telah dipaparkan dalam Bab III, KPPU menggunakan bukti langsung dan bukti tidak langsung dalam mengungkap adanya kartel harga motor skutik antara Honda dan Yamaha. Hal ini sejalan dengan UU No.5/1999 yang tidak menghendaki bukti tidak langsung dijadikan satu-satunya alat bukti dalam pembuktian kartel harga.

A. Bukti Langsung

Parallel pricing pada motor skutik 110-125 cc dari Honda dan Yamaha merupakan pelanggaran Pasal 5 (1) UU No.5/1999 jika bisa dibuktikan bahwa hal tersebut merupakan hasil perjanjian antara Honda dan Yamaha. Berkaitan dengan itu, KPPU berhasil mengungkap adanya pertemuan antara Presiden

Direktur PT Yamaha Motor Indonesia dan Presiden Direktur PT Astra Honda Motor yang diadakan beberapa kali di lapangan golf sepanjang tahun 2013-2014.

Meskipun tidak ada perjanjian tertulis di antara kedua pihak tentang kesepakatan penetapan harga, berdasarkan keterangan saksi dan email internal Yamaha diperoleh keterangan bahwa dalam pertemuan-pertemuan tersebut kedua belah pihak sepakat untuk menetapkan harga. Bukti perjanjian lisan tersebut sesuai dengan definisi perjanjian dalam Pasal 1 angka 7 UU No.5/1999 yang meliputi perjanjian tertulis dan tidak tertulis.

B. Bukti tidak Langsung

Isu yang mengemuka dalam hukum persaingan usaha yang berkaitan dengan bukti tidak langsung adalah kredibilitas analisis ekonomi yang digunakan otoritas persaingan dalam membuktikan adanya kolusi di antara para pelaku usaha yang bersaing untuk menetapkan harga. Analisis ekonomi tersebut juga harus dikonfirmasi dengan bukti adanya komunikasi di antara para pelaku usaha untuk bersama-sama menetapkan harga jual produk mereka.

1. Bukti Komunikasi

Baik dalam UU No.5/1999 maupun dalam Pedoman Pelaksanaan Pasal 5 UU No.5/1999, perihal bukti komunikasi tidak dijabarkan secara panjang lebar. Pedoman hanya menyebutkan bahwa bukti komunikasi tidak secara langsung menyatakan kesepakatan. Oleh karena itu, bukti yang diajukan oleh KPPU berupa email internal PT Yamaha yang membahas kesepakatan antara Presiden Direktur PT Yamaha Motor Indonesia dan Presiden Direktur PT Astra Honda Motor tentang penetapan harga motor skutik 110-125 cc dari Honda dan Yamaha sudah memadai untuk dikategorikan sebagai bukti komunikasi.

2. Bukti Ekonomi

Struktur pasar motor skutik 110-125 cc di Indonesia berbentuk oligopoli, di mana hanya ada 4 pemain, yaitu Honda, Yamaha, Suzuki, dan TVS. Menganalisis fenomena harga pada pasar yang bersifat oligopolistik tidaklah mudah.¹³ Salah satu fenomena itu adalah sebagaimana yang dicontohkan oleh Prof. Hovenkamp sebagai berikut:

“[If] four gasoline stations on an intersection invariably wait for A to post its price every Monday morning, and then all of them precisely match it, an observer might say that the convention has become the equivalent of a verbal agreement. Further, B, C, and D all know that if they post a higher price they will make no sales; if they post a lower price it will be immediately matched or undercut.”¹⁴

Sebagaimana telah dipaparkan dalam Bab I, ada 2 macam kolusi dalam kartel, yaitu kolusi diam-diam dan kolusi eksplisit. Fenomena di atas dapat dikategorikan sebagai kolusi diam-diam. Pertanyaannya, dalam situasi semacam ini apakah telah terjadi pelanggaran Pasal 5 (1) UU No.5/1999? Analisis tentang kolusi diam-diam tidak dapat dijadikan dasar untuk menetapkan telah terjadi pelanggaran. Otoritas persaingan harus menyajikan bukti langsung adanya kolusi tersebut.

Di Amerika, situasi yang mirip dengan ilustrasi dari Prof. Hovenkamp terdapat dalam kasus *Montana v. SuperAmerica*.¹⁵ Pengadilan dalam kasus ini menyatakan bahwa bukanlah perbuatan melawan hukum bagi suatu perusahaan dalam menentukan harga produknya dengan mempertimbangkan harga dari pesaingnya, atau mengikuti atau meniru harga dari pesaingnya, sepanjang keputusan tersebut adalah hasil dari keputusan bisnisnya sendiri dan bukan hasil dari kolusi.¹⁶

Dalam kasus kartel harga motor skutik 110-125 cc di Indonesia, kenaikan harga motor skutik Yamaha beriringan dengan kenaikan harga motor skutik Honda. Berkaca dari kasus *Montana v. SuperAmerica*, maka Yamaha tidak

¹³ Chang-Su Choe, *Antitrust Economics for Proof of Concerted Price-Fixing: Practical Points for U.S. and Korean Antitrust Jurisprudence*, 8 *BYU Int'l L. & Mgmt. R.* 1 (2012), hal. 3, diunduh dari <http://digitalcommons.law.byu.edu/ilmr/vol8/iss2/2>, tanggal 5 Juni 2017.

¹⁴ Herbert Hovenkamp, *Book Review: The Rationalization of Antitrust*, 116 *Harv. L. Rev.* 917, 922–23 (2003).

¹⁵ *Montana v. SuperAmerica*, 559 F.Supp. 298, 303 (D.Mont. 1983).

¹⁶ *Ibid.*, hal. 301–02.

melakukan perbuatan melawan hukum untuk mengikuti atau meniru strategi harga dari Honda, sepanjang ia tidak membuat kesepakatan apa pun tentang harga jual motor skutik dengan Honda.

Dalam kasus ini Yamaha berargumen, ia tidak mungkin mengadakan kolusi dengan Honda karena ia dalam persaingan yang ketat dengan Honda dan ia ingin menaikkan pangsa pasarnya. Persaingan yang ketat tersebut dibuktikan dengan biaya promosi besar-besaran dan bahkan kampanye negatif terhadap produk pesaingnya.

Namun sebagaimana yang dikemukakan KPPU, jika Yamaha bersaing ketat dengan Honda dan ingin meningkatkan pangsa pasarnya, seharusnya ketika Honda menaikkan harga, Yamaha tidak mengikutinya agar dapat merebut pangsa pasar dari Honda. Terlebih lagi, data penjualan Yamaha di tahun 2014 mengalami penurunan, sehingga argumen Yamaha tersebut menjadi tidak berdasar. Di samping itu, pemain lain yakni Suzuki tidak mengikuti kenaikan harga tersebut karena ingin menaikkan pangsa pasarnya. Indikasi adanya kolusi penetapan harga semakin kuat.

Analisis ekonomi dari KPPU sudah cukup *credible* untuk membuktikan adanya kolusi penetapan harga antara Honda dan Yamaha. Diperkuat dengan adanya bukti komunikasi serta bukti langsung berupa perjanjian lisan antara Presiden Direktur PT Yamaha Motor Indonesia dan Presiden Direktur PT Astra Honda Motor sebagaimana dipaparkan di atas, KPPU sudah tepat memutuskan adanya pelanggaran Pasal 5 (1) UU No.5/1999.

V. KESIMPULAN

A. Pembuktian Kartel Harga Sepeda Motor Skutik 110-125 cc di Indonesia

Untuk membuktikan adanya kartel harga antara Honda dan Yamaha pada industri sepeda motor skutik 110-125 cc di Indonesia, KPPU mengajukan bukti-bukti sebagai berikut:

1. Bukti langsung berupa perjanjian lisan atau perjanjian tidak tertulis antara Presiden Direktur PT Yamaha Motor Indonesia dan Presiden Direktur PT Astra Honda Motor yang diadakan beberapa kali di lapangan golf sepanjang tahun 2013-2014. Dalam perjanjian lisan tersebut disepakati bahwa Yamaha akan mengikuti kenaikan harga dari Honda.
2. Bukti tidak langsung meliputi bukti komunikasi dan bukti ekonomi:
 - a. Bukti komunikasi yang diungkap KPPU adalah email internal PT Yamaha yang menyebutkan adanya perintah dari Presiden Direktur PT Yamaha Motor Indonesia agar Yamaha menyesuaikan kenaikan harga dari Honda sesuai dengan kesepakatan antara Presiden Direktur PT Yamaha Motor Indonesia dan Presiden Direktur PT Astra Honda Motor.
 - b. Bukti ekonomi yang diajukan KPPU antara lain adalah analisis terhadap strategi harga (*pricing strategy*) dari Yamaha yang tidak wajar. Dalam pasar oligopoli, ketika Honda menaikkan harga seharusnya Yamaha sebagai pesaing utamanya menahan kenaikan harga untuk merebut pangsa pasar dari Honda. Tindakan Yamaha yang mengikuti kenaikan harga dari Honda adalah indikasi adanya kolusi penetapan harga di antara mereka.

B. Kesesuaian Pembuktian KPPU dengan UU No.5/1999

UU No.5/1999 dan Pedoman Pelaksanaan Pasal 5 UU No.5/1999 memperkenankan dipergunakannya bukti tidak langsung dalam mengungkap adanya kartel harga mengingat sulitnya mendapatkan bukti langsung adanya

tindakan tersebut. Namun UU No.5/1999 tidak menghendaki bukti tidak langsung dijadikan satu-satunya alat bukti, sehingga otoritas persaingan tetap harus mengajukan bukti langsung.

Sebagaimana dipaparkan di atas, KPPU mengajukan baik bukti langsung maupun bukti tidak langsung adanya kolusi antara Honda dan Yamaha untuk menaikkan harga motor skutik 110-125 cc di Indonesia. Dengan demikian, pembuktian yang dilakukan oleh KPPU dalam Perkara No. 04/KPPU-I/2016 telah sesuai dengan UU No.5/1999.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Junaidi, "Pembuktian Kartel dalam UU No. 5/1999," *Kompetisi*, Edisi 11, 2008.
- Chang-Su Choe, *Antitrust Economics for Proof of Concerted Price-Fixing: Practical Points for U.S. and Korean Antitrust Jurisprudence*, 8 *Brigham Young University International Law & Management Review* 1 (2012), diunduh dari <http://digitalcommons.law.byu.edu/ilmr/vol8/iss2/2>, tanggal 5 Juni 2017.
- Herbert Hovenkamp, *Book Review: The Rationalization of Antitrust*, 116 *Harvard Law Review* 917, (2003).
- KPPU, Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 4 Tahun 2010 tentang Pedoman Pelaksanaan Ketentuan Pasal 11 tentang Kartel dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
- , Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pedoman Pelaksanaan Ketentuan Pasal 5 (Penetapan Harga) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
- , "Cium Kartel Harga Motor Skutik Yamaha dan Honda, KPPU Gelar Sidang Perdana," diakses dari website <http://www.kppu.go.id/id/blog/2016/07/cium-kartel-harga-motor-skutik-yamaha-dan-honda-kppu-gelar-sidang-perdana/>, tanggal 25 April 2017.
- Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta, UI Press, 1986.
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, cetakan ke-11, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2009.