

ABSTRAK

Resale Price Maintenance (RPM) menurut Pasal 8 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah larangan pelaku usaha untuk membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa pelaku usaha lain dilarang menjual barang dibawah harga yang telah diperjanjikan. Praktek dilapangan menunjukan bahwa penerapan RPM telah banyak dilakukan oleh sejumlah Perusahaan di Indonesia dalam praktek perdagangan barang mereka yang digunakan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal dan umumnya untuk menghindari adanya persaingan barang dengan merek yang sama (*Intrabrand competition*), dimana sistem penentuan harga yang ditentukan oleh Perusahaan di hulu yang harus diikuti oleh konsumen yang bertindak sebagai eksekutor dalam proses distribusi. Kondisi ini menunjukan bahwa RPM dianggap membatasi hak pelaku usaha dibawahnya atas barang tersebut. Pengaturan RPM di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dan secara khusus diatur dalam Peraturan KPPU Nomor 8 Tahun 2011.

Tujuan penulisan hukum ini yaitu untuk mengetahui penerapan RPM dalam praktek perdagangan barang dan pengaturan RPM dalam hukum persaingan usaha di Indonesia. Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian hukum ini adalah yuridis normatif dengan spesifikasi penelitian berupa deskriptif analitis yang menggunakan jenis data primer dan data sekunder, kemudian dianalisis menggunakan metode analisis kualitatif.

Hasil penelitian dan pembahasan menunjukan bahwa penerapan RPM telah dilakukan oleh Perusahaan dengan sistem *Multi Level Marketing* (MLM), khususnya MLM PT. JAFRA Cosmetics Indonesia. Penerapan RPM oleh PT. JAFRA Cosmetics Indonesia dituangkan melalui perjanjian tertulis dengan konsultan (*member*) JAFRA, dimana segala bentuk penetapan baik harga, komisi dan bonus sudah ditentukan dari pusat. Salah satu klausul yang termuat dalam perjanjian JAFRA mengatakan bahwa “ *konsultan dilarang menjual dibawah harga*”, dimana klausul ini menimbulkan penafsiran kearah adanya *minimum* RPM, akan tetapi untuk pembuktian adanya *minimum* RPM itu sendiri harus dikaji terkait dampaknya dalam dunia bisnis, karena RPM diterapkan sebagai *rule of reason*. Pengaturan RPM diatur dalam Pasal 8 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dan secara khusus diatur dalam Peraturan KPPU Nomor 8 Tahun 2011 yang dibentuk KPPU dalam rangka menjelaskan secara lebih rinci terkait cakupan, pengertian dan batasan. Sanksi bagi para pihak yang melanggar yaitu sanksi administrasi, sanksi pidana pokok dan sanksi pidana tambahan yang diatur dalam Pasal 47-49 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

Kata Kunci : *Pasal 8 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, Resale Price Maintenance*