

ABSTRAK

Adanya laporan penyalahgunaan posisi dominan oleh PT. Forisa Nusapersada dengan produk pop ice, kemudian menghasilkan putusan KPPU Nomor: 14/KPPU-L/2015 yang menyatakan bahwa PT. Forisa Nusapersada bersalah melanggar Pasal 25 ayat (1) huruf (a) dan (c). Permasalahannya bagaimana kedudukan (*Internal Office Memo*) IOM sebagai dasar penentu adanya posisi dominan dalam perpektif hukum persaingan usaha. Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kedudukan (*Internal Office Memo*) IOM dalam hukum persaingan usaha dapat menjadi dasar penentu adanya posisi dominan meskipun (*Internal Office Memo*) IOM itu sebagai bukti tidak langsung. Dengan adanya komunikasi di dalam management PT. Forisa Nusapersada dalam mempertahankan posisi dominan maka hal tersebut dianggap telah terjadi penyalahgunaan posisi dominan yang mengakibatkan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

Kata Kunci : Penyalahgunaan Posisi Dominan, Posisi Dominan,
Internal Office Memo

ABSTRACT

The existence of reports of abuse of dominant position by PT. Forisa Nusapersada with pop ice product, then resulted the decision of KPPU Number: 14 / KPPU-L/2015 stating that PT. Forisa Nusapersada is guilty of violating Article 25 paragraph (1) letters (a) and (c). The problem is how IOM (Internal Office Memo) position as the basis for determining the dominant position in the competition law perspective. This research is a normative legal research by using approach of legislation. The results of this study indicate that IOM's (Internal Office Memo) in business competition law can be the basis for determining the dominant position even though IOM's (Internal Office Memo) as indirect evidence. With the communication in the management of PT. Forisa Nusapersada in maintaining a dominant position then it is considered to have occurred abuse of dominant position which resulted in monopolistic practices and unfair business competition.

*Keywords: Abuse of Dominant Position, Dominant Position,
Internal Office Memo*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
 BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.5 Keaslian.....	11
1.6 Metode penelitian.....	13
1.6.1 Jenis Penelitian.....	13
1.6.2 Pendekatan Penelitian	13
1.6.3 Bahan Hukum.....	14
1.6.4 Analisis Bahan Hukum	15
 BAB II : ASPEK HUKUM PASAR BERSANGKUTAN DAN POSISI DOMINAN	
2.1 Pengertian Pasar Bersangkutan.....	16
2.2 Pengertian Posisi Dominan	20
2.3 Penyalahgunaan Posisi Dominan	22
2.3.1 Penyalahgunaan Posisi Dominan Di Indonesia..	22
2.3.2 Bentuk-Bentuk Penyalahgunaan Posisi Dominan	25
2.4 Alat Bukti KPPU	34
 BAB III : <i>INTERNAL OFFICE MEMO (IOM)</i> SEBAGAI PENENTU ADANYA POSISI DOMINAN	
3.1 <i>Internal Office Memo</i> No.15/IOM/MKT-DB/XII/2014	39
3.2 <i>Internal Office Memo</i> No.15/IOM/MKT-DB/XII/2014 Sebagai Penyalahgunaan Posisi Dominan.....	57
 BAB IV : KESIMPULAN	
4.1 Kesimpulan	61
4.2 Saran.....	61

DAFTAR PUSTAKA	62
BIODATA PENULIS	65

DAFTAR BAGAN

Bagan I : Latar Belakang Menduduki Posisi Dominan.....	21
Bagan II : Hambatan Pelaku Usaha Untuk Mencapai Posisi Dominan	23
Bagan III : Struktur Organisasi Divisi Sales Marketing PT. Forisa Nusapersada	40
Bagan IV : <i>Internal Office Memo (IOM)</i>	43