

BISNIS RITEL MODERN, Dominasi Carrefour Rugikan Pemasok (Bagian Dua dari Tiga Tulisan)

Oleh M Ali dan Andriyanto Suwismo

Sumber: *Investor Daily*

[http://www.investorindonesia.com/index.php?option=com_content
&task=view&id=60655](http://www.investorindonesia.com/index.php?option=com_content&task=view&id=60655)

15/08/2008

JAKARTA, *Investor Daily*

Para pemasok ritel modern menilai, rencana Grup Carrefour untuk mengambil alih saham PT Makro Indonesia berpotensi merugikan mereka. Sebab, posisi Carrefour akan bertambah kuat pascaakuisisi Makro Indonesia, sehingga dapat menekan pemasok domestik dengan cara menetapkan persyaratan perdagangan (*trading term*) yang lebih memberatkan.

Demikian rangkuman wawancara *Investor Daily* dengan Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Pemasok Pasar Modern Indonesia (AP3MI) Susanto dan Direktur Eksekutif Asosiasi Industri Pengolahan Daging Indonesia (Nampa) Haniwar Syarif secara terpisah di Jakarta, Kamis (15/8).

"Carrefour memiliki modal besar guna memperkuat bisnis ritelnya di Tanah Air, dan itu merupakan hak mereka. Tapi, yang tidak boleh adalah menyalahgunakan kekuatan dominan (*abuse of dominant power*) dalam menekan pemasok lokal seperti yang pernah dilakukan belum lama ini," kata Susanto.

Dia mengakui, pemasok dalam negeri tidak berhak menghalangi ambisi peritel nomor dua terbesar di dunia itu untuk mencaplok Makro Indonesia. Namun, langkah Carrefour yang begitu agresif itu harus dicermati oleh pihak-pihak terkait. Sebab, perusahaan asal Prancis tersebut telah menguasai 78,89% saham PT Alfa Retailindo Tbk melalui anak usahanya, PT Carrefour Indonesia.

"Sebelum Perpres Pasar Modern (Peraturan Presiden No 112/2007) diterbitkan, *kan* tidak ada aturannya, sehingga Carrefour menerapkan *trading term* sesuai kemauan sendiri," ujar dia.

Haniwar mengatakan, dominasi Carrefour pada bisnis ritel nasional harus diawasi secara ketat. Sebab, langkah tersebut berpotensi memberatkan

posisi pemasok. Jika Carrefour, tegas dia, sukses mengambil alih saham Makro Indonesia, itu dapat merugikan pemasok.

Dia mencontohkan, sebagian besar anggota Nampa sudah menolak biaya *trading term* yang diajukan Carrefour Indonesia tahun ini. Soalnya, syarat perdagangan yang diajukan Carrefour Indonesia lebih tinggi sekitar 5-6% dibandingkan tahun sebelumnya.

Ketentuan persyaratan perdagangan, lanjut dia, dinilai cukup memberatkan pemasok domestik, mengingat kondisi ekonomi sedang lesu, ditambah lagi kenaikan harga bahan bakar (BBM), sehingga ongkos produksi melonjak tajam. "Tapi, kami (anggota Nampa) justru diancam. Bila tidak mau tanda tangan, mereka disuruh membuat surat penolakan dan mengundurkan diri. *Nah*, sampai sekarang masalah ini belum selesai," papar Haniwar.

Nampa memasok sekitar 60-70% produksinya kepada Carrefour Indonesia, sisanya untuk hotel dan katering. Carrefour kini merupakan salah satu tumpuan utama penjualan produk olahan daging, karena membutuhkan lemari pendingin. Asosiasi itu tidak dapat memasok kepada Indomaret atau Alfamart, karena tidak memiliki lemari pendingin.

Sebelumnya, Anggota Tim Ahli Ekonomi Kamar Dagang dan Industri Indonesia (Kadin) Mudrajad Kuncoro juga meminta Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) untuk mencermati rencana Carrefour mengakuisisi Makro Indonesia. Sebab, langkah ini berpotensi menimbulkan praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat.

Aturan Jelas

Menurut Haniwar, ketergantungan pasokan Nampa pada Carrefour dapat menyebabkan posisi industri pengolahan daging semakin lemah saat bernegosiasi dengan peritel asing itu. Nampa beranggotakan 20 perusahaan pengolah daging dan mempekerjakan 10 ribu orang.

Dia menjelaskan, Departemen Perdagangan melalui Dirjen Perdagangan Dalam Negeri sebenarnya sudah mengirim surat No 270/PDN/2008 kepada seluruh peritel agar tidak menaikkan syarat perdagangan yang lebih tinggi tahun 2008 daripada 2007. "Tapi, belum apa-apa, Carrefour justru menolaknya," ucap dia.

Atas dasar itu, ia memdesak KPPU untuk membuat batasan yang jelas terkait dominasi peritel nasional, terutama Carrefour. Oleh karena itu, KPPU harus membuat aturan tegas yang mampu mencegah penguasaan pangsa pasar ritel oleh perusahaan asing seperti Carrefour.

Kasus Alfa Jangan Terulang

Sementara itu, Ketua KPPU Muhammad Iqbal menegaskan, rencana Carrefour mengambil alih Makro Indonesia harus dilaporkan terlebih dulu

kepada lembaga tersebut. Pasalnya, KPPU tidak menginginkan kasus akuisisi Carrefour terhadap Alfa Retailindo terulang kembali. Saat mengakuisisi saham Alfa Retailindo, Carefour baru melaporkan kepada KPPU setelah akuisisi rampung.

Jika niat Carrefour mengakuisisi Makro Indonesia benar, lanjut dia, pihaknya akan mengkaji terlebih dahulu dan meneliti dampak negatif terhadap persaingan usaha ritel. Di samping itu, KPPU dapat melakukan *substansial test* guna mengetahui persaingan usaha yang ditimbulkan rencana akuisisi itu.

KPPU juga berharap, pemerintah sebaiknya lebih gencar untuk mengundang investor lain masuk kepada sektor perdagangan ritel. Apalagi, lembaga itu lebih senang bila saham Makro Indonesia jatuh ke tangan pemodal baru seperti Wall Mart.

Director Corporate and Affairs Carrefour Indonesia Irawan Kadarman enggan berkomentar terkait rencana Grup Carrefour untuk mencaplok Makro Indonesia. "Saya tidak mau berkomentar tentang rumor yang beredar," papar dia kepada *Investor Daily*, belum lama ini.

Bila Grup Carrefour berniat mengakuisisi Makro Indonesia, kata Irawan, hal tersebut akan langsung ditangani oleh manajemen Carrefour Indonesia. Sebab, saat akuisisi Alfa Retailindo beberapa waktu lalu, Carrefour Indonesia langsung menangani prosesnya.

Ketua Harian Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) Tutum Rahanta mengakui, dia belum mendengar rencana akuisisi Carrefour untuk mencaplok Makro Indonesia.

Ketika ditanya apakah rencana Carrefour mengakuisisi Makro Indonesia berpeluang mengarah ke praktik monopoli atau menyebabkan persaingan usaha yang tidak sehat, Tutum mengatakan, pemerintah dan KPPU yang berhak menilainya. "Kami sesama anggota Aprindo tidak boleh saling menilai, yang berhak adalah pemerintah dan KPPU," jelas dia.

Aprindo hanya berharap, iklim usaha yang kondusif dan sehat pada bisnis ritel terjadi, sehingga semua anggota dapat tumbuh bersama-sama.

