

## **PENGARUH TYING SALES DALAM KASUS MINYAKITA TERHADAP IKLIM PERSAINGAN USAHA**

Priscilla Yovia <sup>1)</sup>

Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Depok, Indonesia <sup>1)</sup>

Corresponding Author:

[priscilla.yovia11@ui.ac.id](mailto:priscilla.yovia11@ui.ac.id) <sup>1)</sup>

### **Abstrak**

Fokus dari penelitian ini adalah untuk membahas praktik *tying sales* di Indonesia dan klausa dan ketentuan larangan dalam peraturan perundang-undangan. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis-normatif dengan kajian pustaka. Kesimpulan dari penelitian adalah *tying sales* berdampak negatif terhadap iklim kompetisi bisnis; *tying sales* sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pengawasan yang ketat dan kebijakan yang tegas diperlukan untuk menangani isu ini.

**Kata Kunci:** *Tying Sales; Kompetisi; Antimonopoli; Regulasi*

### **Abstract**

This research is focused on addressing tying sales practice in Indonesia and the prohibition clauses and terms in regulations. The methods used in this research is normative-juridical with reviews of literary (written) materials. This research has come to conclude that tying sales impacted negatively to the business competition climate; it has been regulated in Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Strict supervision and firmer policies are necessary to tackle this issue.

**Keywords:** *Tying sales; Competition; Antimonopoly; Regulation*

## **PENDAHULUAN**

Sekitar tahun 2021-2022, Indonesia tengah menghadapi kasus peningkatan harga minyak goreng yang berujung pada kelangkaan. Pada bulan Agustus 2021, tercatat bahwa harga minyak goreng yang semulanya adalah 14 ribu rupiah per liter naik menjadi 20 ribu rupiah per liter (Ade, 2022). Usaha terus dilakukan oleh Kementerian Perdagangan yang mengeluarkan sejumlah kebijakan untuk mengatasi permasalahan kenaikan harga dan kelangkaan minyak goreng ini. Beberapa di antaranya mencakup Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 1 Tahun 2022 tentang Peraturan Menteri Perdagangan tentang Penyediaan Minyak Goreng Kemasan Sederhana Untuk Kebutuhan Masyarakat dalam Kerangka Pembiayaan oleh Badan Pengelola Dana Perkebunan Kelapa Sawit. Kementerian Perdagangan juga mengeluarkan peraturan

### **History:**

Received : 25 Juni 2023

Revised : 10 Oktober 2023

Accepted: 25 Desember 2023

Published: 26 Desember 2023

**Publisher:** LPPM Universitas Darma Agung

**Licensed:** This work is licensed under

[Attribution-NonCommercial-No](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

[Derivatives 4.0 International \(CC BY-NC-ND 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



seperti Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 41 Tahun 2022 tentang Tata Kelola Minyak Goreng Kemasan Rakyat, yang kemudian diperbaharui dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 49 Tahun 2022 tentang Tata Kelola Program Minyak Goreng Rakyat.

Peraturan Menteri Perdagangan mendefinisikan minyak goreng sebagai minyak yang diproduksi dengan bahan baku dasar kelapa sawit. Eksistensi dari minyak goreng sekarang ini sudah menjadi suatu kebutuhan pokok yang diperlukan oleh masyarakat Indonesia. Selain kelapa sawit, pada dasarnya minyak goreng diproduksi dengan bahan nabati lainnya seperti kopra, kacang kedelai, biji jagung (lembaganya), biji zaitun, biji bunga matahari, dan lain sebagainya. Badan Standardisasi Nasional membuat pedoman (*guidelines*) terkait dengan pengujian minyak goreng pada tahun 2013 sebagai revisi standard pada tahun 2002.

Sejak disahkan dan berlaku efektifnya Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 49 Tahun 2022 tentang Tata Kelola Program Minyak Goreng Rakyat, salah satu ketentuan dalam pendistribusian dan penjualan minyak goreng dalam bentuk kemasan adalah penggunaan merek “MINYAKITA” sesuai dengan ketentuan hukum. Ini merupakan merek dagang minyak yang sudah terdaftar di Kementerian Hukum dan HAM dengan harga eceran tertinggi (HET) 14 ribu rupiah per liter. Namun sangat disayangkan bahwa pada praktiknya, pengusaha tetap menggunakan usaha praktik monopoli, yaitu *tying sales*.

Program Minyakita, yang semula diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 2/MDAG/PER/1/2009 tentang Minyak Goreng Kemasan Sederhana serta Peraturan Menteri Keuangan No. 231/PMK.011/2008 tentang Pajak Pertambahan Nilai Ditanggung Pemerintah Atas Penyerahan Minyak Goreng Sawit Dalam Negeri Untuk Tahun Anggaran 2009 bertujuan untuk menjaga ketersediaan produk minyak (terutama minyak goreng kemasan sederhana) yang bersih dan higienis, serta terjangkau masyarakat, terutama dari kalangan kurang mampu. Peraturan Menteri Perdagangan tentang Minyak Goreng Sawit Kemasan Sederhana mengatur bahwa merek “Minyakita” sendiri merupakan merek untuk minyak sawit yang berkemasan sederhana. Minyak ini dimiliki oleh Departemen Perdagangan serta Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri. Selain itu, telah didaftarkan juga di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia. Ada larangan bagi produsen yang apabila tidak mendaftarkan produk minyak goreng kemasan sederhananya di Departemen Perdagangan, akan berkonsekuensi dilarangnya menggunakan serta mengedarkan merek Minyakita. Selain itu, sanksi juga akan dikenakan sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan ini.

*Tying sales* (atau yang sering diterjemahkan sebagai “penjualan bersyarat”) merupakan praktik dimana untuk membeli suatu barang, seseorang harus membeli barang lain yang dijual oleh pedagang. Pembelian barang tersebut bersifat kondisional, untuk meningkatkan konsumsi dari barang yang dipasarkan. *Tying sales* pada dasarnya

merupakan praktik yang dilarang dalam hukum antimonopoli dan persaingan usaha. Praktik ini dianggap sebagai alat pembatas perdagangan (*trade-restraining device*). Sebuah laporan berjudul *Report of Attorney General's Committee to Study the Antitrust Laws* menyatakan bahwa tujuan utama dari praktik *tying sales* adalah eksploitasi monopoli.

Kurangnya studi akademis mengenai *tying sales* dalam kaitannya dengan hukum persaingan usaha di Indonesia membuat konsep ini asing di mata publik, meskipun istilahnya sering digunakan dalam berita dan media sosial. Untuk itu, tulisan ini akan membahas pertanyaan penelitian yang terbagi menjadi 2 (dua) hal, yaitu:

1. Bagaimana posisi *tying sales* dalam hukum persaingan usaha di Indonesia?
2. Apa upaya yang telah dilakukan pemerintah dalam menghadapi fluktuasi harga minyak goreng dan praktik *tying sales* di Indonesia?
3. Dalam kasus Minyakita, seperti apa pengaruh dari praktik *tying sales* terhadap pasar dan iklim persaingan usaha di Indonesia?

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode yuridis-normatif. Data utama dalam penelitian ini adalah data sekunder yang meliputi bahan-bahan pustaka seperti buku, peraturan perundang-undangan, artikel jurnal, kamus, dan lain sejenisnya (Andre, 2023). Penelitian dilakukan mulai dari bulan April 2023 di Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia. Data diperoleh melalui penelusuran di perpustakaan Universitas Indonesia, akses ke jurnal-jurnal internasional seperti *Oxford Journal*, dan artikel ilmiah lainnya yang dapat ditemukan melalui *google search engine*. Setelah data diperoleh, dilakukan pengolahan data dimulai dengan membuat *framework* secara keseluruhan tentang apa yang dimaksud sebagai praktik *tying sales* dari perspektif para ahli. Kemudian, pembahasan masuk kepada praktik *tying sales* dari kacamata peraturan perundang-undangan dan kebijakan di Indonesia, seperti *Domestic Market Obligation* (DMO). Upaya yang telah dilakukan pemerintah sebagai pihak pembuat kebijakan dibahas lebih lanjut terutama dalam hal mendukung kebijakan produk yang lebih efektif dalam pasar di Indonesia, dari sisi hulu maupun sisi hilir. Pembahasan dilanjutkan dengan membahas *tying sales* dalam kasus Minyakita di Indonesia, dampak yang ditimbulkan, dan lain sebagainya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Hasil**

Fluktuasi harga minyak kian terus terjadi di Indonesia meskipun sudah dikeluarkannya ketentuan sebelum tahun 2010, seperti Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 2/MDAG/PER/1/2009 tentang Minyak Goreng Kemasan Sederhana serta Peraturan Menteri Keuangan No. 231/PMK.011/2008 tentang Pajak Pertambahan Nilai Ditanggung Pemerintah Atas Penyerahan Minyak Goreng Sawit Dalam Negeri Untuk

Tahun Anggaran 2009. Namun, harga terus bersifat fluktuatif dan mengalami naik turun sampai dengan tahun 2023 ini.

Program Minyakita ada sebagai kebijakan solusi dari pemerintah untuk mengatasi fluktuasi harga yang ada, melalui Peraturan Menteri Perdagangan Nomor : 02/M-DAG/PER/1/2009 tentang Minyak Goreng Sawit Kemasan Sederhana, program Minyakita ditujukan sebagai merek yang pengaturannya dipegang oleh pemerintah.

Namun sayangnya, program Minyakita yang semula bertujuan baik, menjadi tidak efektif seiring perjalanannya karena banyaknya praktik penimbunan dan praktik curang lainnya di lapangan. Salah satu praktik yang menyebabkan kurang berjalannya program Minyakita adalah praktik *tying sales* atau pembelian bersyarat.

*Tying sales* merupakan praktik dimana untuk membeli suatu barang, konsumen disyaratkan untuk membeli barang yang lain. *Tying sales* berbeda dengan *bundling* dalam sifat individualitas dan substitutif barangnya. *Tying sales* merupakan praktik yang dilarang di Indonesia, berdasarkan Pasal 15 ayat (2) UU Persaingan Usaha. Himbuan dari sejumlah ahli di KPPU juga menegaskan bahwa praktik *tying sales*, secara hukum persaingan usaha, dilarang di Indonesia.

## **B. Pembahasan**

*Tying sales* merupakan suatu bentuk kontrak atau perikatan antara konsumen dan penjual dimana konsumen bisa mendapatkan barang yang diinginkan (*tying good*) hanya ketika konsumen tersebut setuju untuk membeli barang lain dari penjual (*tied good*).

Salah satu hipotesis terkait dengan *tying sales* adalah bahwa kaitannya erat dengan diskriminasi harga (*price discrimination*). Hipotesis ini pada awalnya dibahas dan dipelopori oleh Aaron Director dalam tulisan Barzel.

Pelaku yang mempraktikkan *tying sales* pada umumnya memiliki kekuatan monopoli pasar. *Tied good* bersifat komplementer alih-alih substitutif. Meskipun demikian, Yoram Barzel dalam tulisannya berargumentasi bahwa praktik *tying* dapat juga dilakukan di bawah kondisi ekonomi yang kompetitif, serta *tied good* bisa menjadi komiditas pengganti (*substitute*) selain komplementer. Konteks dari tulisan Barzel adalah pembahasan mengenai asuransi kesehatan (*medical insurance*).

Liebowitz berusaha mengkaitkan antara praktik *tying sales* dengan *price discrimination* yang sempat disinggung Barzel dalam tulisannya. Di akhir tulisannya, Liebowitz berkesimpulan sebagai berikut: "*For those cases where the tying contract does raise the price of the tied good relative to the tying good, the previous analysis does provide possible explanations.*"

Lebih lanjut, Liebowitz menjelaskan bahwa untuk memahami konsep *tie in* secara keseluruhan, seseorang harus mempelajari lebih dalam tentang pola depresiasi (*depreciated pattern*), kebijakan perdagangan (*sales policy*), dan tarif diskonto (*discount rate*). Dalam kesimpulannya, Liebowitz menekankan kembali tentang pentingnya data

tentang depresiasi ini. Hal-hal ini harus menjadi pertimbangan dalam pembuatan kebijakan publik.

Sedangkan di Amerika Serikat, doktrin *antitrust* terkait *tie-in sales* umumnya didasarkan pada argumen hukum seperti pembedaan produk (*distinct product*) dan pemaksaan (*forcing*), konsep yang sedikit ambigu dalam konteks ekonomi. Jean Tirole dalam tulisannya berusaha menganalisis *tie-in* dari perspektif *rule of reason* sebagai standard. Menurut Tirole, *tying* semestinya tidak menjadi pelanggaran yang berdiri sendiri melainkan suatu mekanisme *predation*. Mekanisme *predation* ini berkaitan erat dengan monopoli pasar. Menurut Ordoover dan Willig, apabila penegak hukum ingin membuktikan bilamana pelaku usaha sudah menggunakan praktik *tie-in sales* yang erat kaitannya dengan monopoli pasar, maka penting untuk melihat prakondisi yang membuat seseorang tersebut mempunyai kekuatan monopoli; apakah sulit bagi pelaku usaha lain untuk masuk ke dalam pasar tersebut? Adakah batasan dan halangan (*barriers to reentry*) bagi pelaku usaha untuk kembali masuk ke pasar tersebut?

Selain itu, Tirole juga memberikan definisi tersendiri terkait apa yang dimaksud sebagai *tying*, yaitu sebagai berikut: "*Tying refers to the behavior of selling one product (the tying product), conditional on the purchase of another product (the tied product).*"

*Tying* berbeda dengan *bundling* dalam hal *tied good* tersedia secara mandiri dan dapat berdiri lepas, sedangkan dalam *bundling* tidak. Namun meskipun demikian, Tirole mengakui bahwa definisi ini sedikit "*inconsequential*" yang mengakibatkan *tied product* kurang bernilai tanpa *tying product*. Dalam *bundling*, beberapa produk yang dikombinasikan akan dikenakan harga yang lebih murah dibanding membeli produk tersebut sendiri-sendiri.

Jean Tirole mengatakan dalam tulisannya bahwa dalam situasi tertentu, praktik *tying* dapat melemahkan kesejahteraan sosial, dimana para pesaing dalam bisnis tertentu dari *tying* atau *tied good* keluar dari pasar atau menerapkan harga yang lebih tinggi, secara konsekuen menaikkan harga dibandingkan dengan situasi dimana praktik *tying* tidak ada. Daniel Carlton dan Michael Waldman setuju dengan Tirole, namun menambahkan bahwa situasi dimana *tying* dapat memberikan dampak negatif bagi kompetisi pasar dan melemahkan kesejahteraan sosial lebih luas dari itu. Secara tambahan, Carlton dan Waldman mengambil kasus Microsoft sebagai contoh, dimana produk Microsoft dikategorikan dengan *upgrade* dan *switching costs*.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat ("**UU Persaingan Usaha**") mengatur mengenai larangan bagi pelaku usaha untuk membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain dalam melakukan penguasaan produksi. Bunyi pasalnya adalah sebagai berikut: "*Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.*"

UU Persaingan Usaha juga mengatur larangan terhadap pelaku usaha untuk mempersyaratkan pembelian suatu produk tertentu untuk membeli sesuatu. Pasal 15 ayat (2) berbunyi sebagai berikut: “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pihak lain yang memuat persyaratan bahwa pihak yang menerima barang dan atau jasa tertentu harus bersedia membeli barang dan atau jasa dari pelaku usaha pemasok.”

Aaron Director dalam tulisan Barzel membuat hipotesis bahwa *tie-in sales* memiliki kaitan erat dengan diskriminasi harga (*price discrimination*). Di dalam UU Persaingan Usaha sendiri, yang dimaksud dengan “diskriminasi harga” adalah situasi dimana terdapat larangan bagi pelaku usaha untuk membuat satu pembeli dan pembeli lain membayar dengan harga yang berbeda daripada yang seharusnya dibayar, untuk barang dan/atau jasa yang sama.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) mengeluarkan Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 5 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 15 Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 (“**Pedoman KPPU**”). Pedoman ini resmi memberikan gambaran bagi apa yang dimaksud dengan *tying agreement*, yaitu bentuk perjanjian distribusi, dimana distributor dibolehkan untuk membeli satu barang (*tying good*) dengan syarat harus membeli barang yang lain (*tied product*). Lebih jauh, dijelaskan dalam Pedoman KPPU bahwa kewajiban untuk membeli *tied product* ini akan mengakibatkan penjual memiliki posisi tawar yang lebih dominan (*dominant bargaining position*). Perjanjian kemudian akan menjadi berat sebelah dan nilai tawar yang dimiliki penjual akan jadi tinggi.

Demi menstabilkan harga minyak goreng, kebijakan yang dapat diambil oleh pemerintah bisa melalui *input* (sisi hulu). Contoh-contoh dari kebijakan tersebut adalah *Domestic Market Obligation* (DMO) untuk komoditas minyak mentah sawit/*crude palm oil* (CPO). Selain itu, ada juga kebijakan Pajak Ekspor Progressive. Dari sisi *output* (hilir), kebijakan melalui operasi pasar dapat dilakukan dengan minyak yang disubsidi. Pembebasan PPN juga dapat dilakukan. Minyakita adalah contoh dari program yang dikeluarkan pemerintah untuk mendistribusikan minyak goreng curah ke masyarakat setempat.

*Domestic Market Obligation* (DMO) adalah kebijakan yang bisa diambil pemerintah untuk menstabilkan harga minyak goreng secara tidak langsung. Mulanya didasarkan pada kesepakatan atau komitmen antara para produsen CPO, kebijakan ini kemudian mewajibkan para produsen CPO tersebut untuk memasok bahan baku. Secara umum sendiri, kebijakan produk yang efektif dalam pasar produk dapat mendorong investor untuk berinvestasi.

Pajak Ekspor Progresif (*progressive export tax*) sejak tahun 2007 telah mengubah komposisi dari volume atau jumlah ekspor selama beberapa tahun belakangan. Tujuan dari PE adalah untuk menjamin ketersediaan minyak sawit di pasar domestik, untuk mengontrol harga dari minyak sawit, dan secara spesifik untuk membuat harga minyak goreng menjadi stabil, untuk mengembangkan industri hilir dari minyak sawit dimana

nilainya menjadi terus bertambah, dan untuk mendukung ekspor supaya nilainya terus bertambah.

Pemerintah juga mengeluarkan kebijakan untuk menanggung Pajak Pertambahan Nilai (PPN) melalui Keputusan Menteri Keuangan Nomor 188/011/2007. Mekanismenya, setiap faktur Pajak Keluaran penjual minyak goreng dan produsen diberi cap bertuliskan DTP.

Di satu sisi, *tying sales* memiliki dampak positif terhadap persaingan pasar. Dalam Pedoman KPPU, disebutkan bahwa apabila produknya memiliki kualitas yang memang lebih baik, akan menjadi wajar apabila pembeli lebih ingin untuk membeli produk tersebut. Artinya, persaingan terjadi sebagaimana mestinya dan tidak diposisikan secara tidak adil.

Pada awal bulan Ramadhan, pedagang sulit mendapatkan stok Minyakita, sehingga harganya melambung dari seharusnya. Kejadian ini ada di daerah Bojonegoro, dimana kisaran harga rata-rata antara Rp13.000,00 sampai Rp14.000,00 menjadi sekitar Rp17.000,00 sampai Rp18.000,00, semuanya per liter. Dilansir dari berita di Pasar Jaya Enjo, Jakarta Timur, banyak pedagang yang enggan menjual Minyakita dengan harga Rp14.000,00 per liter.

Pasokan Minyakita yang sulit didapatkan secara tidak langsung juga berpengaruh terhadap biaya sembako dan kebutuhan lain. Per Maret 2023, harga telur di Pasar Kota Bojonegoro sudah mencapai Rp30.000,00/kg, sedangkan di pasar Sumberejo sampai Rp29.000,00/kg. Sebelumnya tercatat di kota tersebut bahwa harganya hanya Rp23.000,00-Rp25.000,00/kg.

Sejumlah berita menyebutkan bahwa terjadinya usaha penimbunan dan praktik *tying sale* mengakibatkan *supply* Minyakita mengalami kelangkaan. KPPU sendiri, di Kanwil I Medan menemukan bahwa ada upaya penjualan Minyakita dengan persyaratan bahwa toko pengecer harus membeli produk lainnya dari distributor. Hal ini ditemukan ketika salah satu tim KPPU melakukan pengecekan ke pedagang yang ada di Pusat Pasar kota Medan. *Tying agreement* terjadi melalui persyaratan bahwa setiap pembelian 10 *pack* Minyakita (dengan isi enam botol per *pack*), diwajibkan seorang pedagang untuk membeli 1 kotak margarin merek tertentu (dengan isi sebanyak 60 bungkus) dari distributor. Praktik serupa juga ditemukan di Yogyakarta. Di Sulawesi Selatan juga pembelian produk Minyakita cenderung dibarengi dengan penjualan margarin, sabun, atau lain-lain.

## SIMPULAN

Banyak dampak dari praktik *tying sales* di Indonesia, terkhusus banyak terhadap fluktuasi harga yang semakin naik. Hal ini membuat masyarakat dari kalangan kurang mampu kesulitan untuk memperoleh minyak goreng untuk menunjang kehidupan sehari-hari. Namun, sulit bagi pemerintah untuk menangkap satu per satu pelaku usaha yang melakukan praktik *tying sales*. Pengawasan yang ketat dan kebijakan yang

lebih tegas mengenai sanksi perlu diambil untuk memberantas praktik *tying sales* di Indonesia.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih hendak peneliti berikan kepada dosen pembimbing dari tulisan ini, yaitu Bapak Ditha Wiradiputra, S.H., M.E., atas bimbingan dan masukannya selama penelitian ini dibuat. Ucapan terima kasih juga hendak penulis sampaikan bagi Mas Agung, staf biro pendidikan Fakultas Hukum Universitas Indonesia di Salemba, DKI Jakarta, yang telah dengan telaten membantu peneliti dalam berkorespondensi untuk mendapatkan pembimbing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ade, A. M. (2022). *Sagu Nusantara*. Samudra Biru.
- Ahmad, Ifan. "Minyakita Langka, KPPU Temukan Indikasis Tying-In Paksa," <https://www.beritasatu.com/ekonomi/1026804/minyakita-langka-kppu-temukan-indikasi-tyingin-paksa>. Diakses 23 Mei 2023.
- Andre, F. J. (2023). *Perlindungan Hukum Bagi Korban Tindak Pidana Penyalahgunaan Terhadap Data Pribadi (Studi Kasus Nomor 209/Pid. Sus/2021/PN. Rkb)*. Universitas Kristen Indonesia.
- Arfiansyah, Taufieq Renaldi. "Mengenal Apa Itu Minyakita dan Cara Mendapatkannya," <https://www.kompas.com/tren/read/2022/07/13/070500965/mengenal-apa-itu-minyakita-dan-cara-mendapatkannya>. Diakses 24 Februari 2023.
- Barzel, Y. (1981). "Competitive Tying Arrangements: The Case of Medical Insurance" *Economic Inquiry*.
- Carlton, Dennis dan Michael Waldman. (2005). "How Economics Can Improve Antitrust Doctrine towards Tie-In Sales" *Competition Policy International*.
- Choi, J. P., & Stefanadis, C. (2001). Tying, Investment, and the Dynamic Leverage Theory. *The RAND Journal of Economics*, 32(1). Hlm. 52-71.
- CNN Indonesia. "KPPU Temukan Pelanggaran Penjualan Minyakita di Medan," <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230209150222-92-911027/kppu-temukan-pelanggaran-penjualan-minyakita-di-medan>. Diakses 23 Mei 2023.
- Cooper, Marjorie J., Charlene Spoede Budd. (2007). "Tying the pieces together: A normative framework for integrating sales and project operations," *Industrial Marketing Management* Vol. 36, Issue 2. Hlm. 173-182.
- Craswell, Richard. (1982). "Tying Requirements in Competitive Markets: The Consumer Protection Issues," *Boston University Law Review* Vol. 62 Number 3. Hlm. 661.
- Hapsa, Ahmad Baidawi, dan Salmia. (2022). "Responsibilitas Pemerintah Daerah Dalam Mengatasi Ketidakstabilan Harga Minyak Goreng di Provinsi Jambi" *Jurnal Sains Sosio Humaniora* Vol. 6 No. 1.

- Hilton, G. W. (1958). Tying Sales and Full-Line Forcing. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 81, 265–276.
- Ibrahim, Adi Maulana. “Kronologi Hingga Jokowi Turun Gunung Jinakkan Harga Minyak Goreng,” <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220422194631-92788578/kronologi-hingga-jokowi-turun-gunung-jinakkan-harga-minyak-goreng>. Diakses 24 Februari 2023.
- Immanuel, Suharno, dan Amzul Rifin. (2019). “The Progressive Export Tax and Indonesia’s Palm Oil Product Export Competitiveness.” *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan* Vol. 13 No. 2.
- Indonesia. *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia tentang Minyak Goreng Sawit Kemasan Sederhana*, Permendag Nomor : 02/M-DAG/PER/2/2009.
- Indonesia. *Peraturan Menteri Perdagangan tentang Tata Kelola Program Minyak Goreng Rakyat*, Permendag No. 49 Tahun 2022, BN No. 1008 Tahun 2022.
- Indonesia. *Undang-Undang tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, UU No. 5 Tahun 1999, LN No. 33 Tahun 1999, TLN No. 3817.
- Indonesia. *Undang-Undang tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah*, UU No. 42 Tahun 2009, LN No. 150 Tahun 2009, TLN No. 5069.
- Ketaren, S. *Minyak dan Lemak Pangan*. (Jakarta: UI Press, 2008).
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Pedoman Pasal 15 (Penjanjian Tertutup) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
- Liebowitz, S. J. (1983). “Tie-In Sales and Price Discrimination,” *Economic Inquiry*, *Western Economic Association International*, vol. 21(3).
- Liebowitz, S. J. , dan S. E. Margolis. (2009). “BUNDLES OF JOY: THE UBIQUITY AND EFFICIENCY OF BUNDLES IN NEW TECHNOLOGY MARKETS.” *Journal of Competition Law and Economics*, Vol. 5. Hlm. 1-47.
- Mathewson, F., & Winter, R. (1997). Tying as a Response to Demand Uncertainty. *The RAND Journal of Economics*, 28(3), 566–583.
- Nalebuff, Barry. (2005). Tied and True Exclusion: Comment on Tirole's 'an Analysis of Tying Cases: A Primer.’’ *Competition Policy International*, Vol. 1, No. 1. Hlm. 41-53.
- Ordoover, Janusz A., dan Robert D Willig. (1981). “An Economic Definition of Predation: Pricing and Product Innovation” *The Yale Law Journal Company*.
- Pangaribowo, Wisang Seto. “Ada Praktik ‘Tying’ dalam Penjualan Minyakita di DIY, Disperindag Pencawan, Yoseph. “Praktik Tying Minyakita di Medan, PT VAL Berdalih Ulah Sales,” <https://mediaindonesia.com/nusantara/559310/praktik-tying-minyakita-di-medan-pt-val-berdalih-ulah-sales>. Diakses 24 Februari 2023.
- Product Export Competitiveness. (2019). *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*.
- Quignon, Aurelien. (2022). “Market Regulation and Innovation: Direct and Indirect Effects” *Journal of Industry, Competition and Trade*.

- Rizky, Martyasari. "Minyakita Bikin Runyem RI! Stok Langka & Harganya Kebangetan," <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230426160542-4-432490/minyakita-bikin-runyem-ri-stok-langka-harganya-kebangetan>. Diakses 23 Mei 2023.
- Rofiq, Ainur. "Efek Domino Minyakita Langka di Bojonegoro, Barang Lainnya Ikutan Mahal!" <https://www.detik.com/jatim/bisnis/d-6634362/efek-domino-minyakita-langka-di-bojonegoro-barang-lainnya-ikutan-mahal>. Diakses 23 Mei 2023.
- Sopianti, Densi Selpia, Herlina, Handi Tri Saputra. (2017). "Penetapan Kadar Asam Lemak Bebas pada Minyak Goreng" *Jurnal Elektronik Kopertis Wilayah X*.
- Tirole, Jean. (2005). "The Analysis of Tying Cases: A Primer" *Competition Policy International Vol. 1 Number 1*.
- Whinston, Michael D. *Tying, Foreclosure, and Exclusion*. (Cambridge: National Bureau of Economic Research, 1989).