

Pelanggaran Perjanjian Distribusi Eksklusif: Studi Kasus PT Unilever Indonesia Tbk vs PT Indomarco Prismaatama

Lila Graciella Yuwono¹ Gunardi Lie²

Jurusan Hukum, Universitas Tarumanagara, Kota Jakarta Barat, Provinsi DKI Jakarta, Indonesia^{1,2}

Email: lila.205230337@stu.untar.ac.id¹ gunardi.lie@stu.untar.ac.id²

Abstrak

Pelanggaran perjanjian distribusi eksklusif merupakan salah satu isu kritis yang sering muncul dalam hubungan bisnis antara produsen dan distributor, terutama dalam industri yang kompetitif seperti barang konsumsi cepat saji (fast-moving consumer goods). Kasus yang melibatkan PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indomarco Prismaatama (Indomaret) adalah contoh nyata dari sengketa semacam ini, di mana perselisihan timbul akibat dugaan pelanggaran perjanjian distribusi eksklusif oleh Indomaret. Unilever mengklaim bahwa Indomaret, yang bertindak sebagai salah satu distributor utama mereka, telah menjual produk-produk Unilever di luar ketentuan yang diatur dalam perjanjian eksklusif, termasuk menjual produk tersebut di bawah harga yang disepakati atau bahkan kepada pihak ketiga yang tidak termasuk dalam jaringan distribusi resmi. Studi ini mengkaji secara mendalam aspek hukum dari perjanjian distribusi eksklusif dalam konteks sengketa bisnis di Indonesia, dengan fokus pada putusan Mahkamah Agung (MA) nomor 1559 K/Pdt/2015 yang menguatkan klaim Unilever atas pelanggaran kontrak yang dilakukan oleh Indomaret. Melalui analisis yuridis normatif, penelitian ini berusaha mengeksplorasi implikasi dari putusan tersebut terhadap praktek distribusi produk di Indonesia, serta bagaimana pelanggaran semacam ini dapat memengaruhi hubungan bisnis jangka panjang antara produsen dan distributor. Hasil analisis menunjukkan bahwa perjanjian distribusi eksklusif merupakan instrumen kontrak yang memiliki dampak signifikan terhadap persaingan di pasar. Ketika salah satu pihak melanggar ketentuan yang disepakati, baik dalam hal harga, area distribusi, maupun persyaratan lainnya, dampaknya tidak hanya terbatas pada aspek hukum, tetapi juga menyentuh pada aspek reputasi dan hubungan bisnis. Pada kasus ini, Mahkamah Agung memutuskan bahwa PT Indomarco Prismaatama bersalah atas pelanggaran perjanjian dan diwajibkan untuk memberikan kompensasi kepada PT Unilever Indonesia Tbk. Putusan ini menegaskan pentingnya kepatuhan terhadap kontrak distribusi eksklusif dan perlunya sanksi yang tegas untuk menjaga integritas pasar. Dampak lebih luas dari pelanggaran ini juga mencakup aspek persaingan usaha yang sehat. Penelitian ini menyoroti bagaimana praktik distribusi yang tidak sesuai perjanjian dapat memengaruhi dinamika pasar, terutama jika distributor besar seperti Indomaret terlibat. Dalam kondisi seperti ini, pelanggaran distribusi eksklusif dapat menciptakan kondisi yang tidak adil bagi pelaku usaha lain yang beroperasi sesuai dengan aturan yang ada. Oleh karena itu, selain implikasi hukum terhadap pelanggaran kontrak, studi ini juga mengusulkan adanya regulasi yang lebih ketat dan mekanisme pengawasan yang efektif untuk mencegah praktik-praktik semacam ini terjadi di masa mendatang. Selain itu, penelitian ini juga memberikan wawasan tentang bagaimana hubungan bisnis antara produsen dan distributor seharusnya dijaga melalui mekanisme kontrak yang jelas dan transparan. Salah satu temuan utama dari penelitian ini adalah pentingnya perjanjian yang mendetail dan sanksi yang tegas terhadap pelanggaran, serta perlunya pengawasan ketat terhadap implementasi kontrak, terutama dalam industri yang sangat kompetitif. Hal ini tidak hanya berlaku di sektor barang konsumsi, tetapi juga pada sektor lain yang bergantung pada sistem distribusi yang luas dan kompleks. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi bagi pemahaman tentang pentingnya perjanjian distribusi eksklusif dalam menjaga keseimbangan antara kepentingan bisnis produsen dan distributor, serta dalam memastikan terciptanya iklim usaha yang kompetitif dan adil. Penelitian ini juga memperkaya literatur hukum bisnis dan distribusi di Indonesia, serta memberikan pandangan praktis bagi perusahaan yang terlibat dalam perjanjian distribusi untuk menghindari potensi sengketa di masa mendatang.

Kata Kunci: Pelanggaran perjanjian distribusi eksklusif, kontrak bisnis, persaingan usaha, distribusi produk, hubungan produsen-distributor, pelanggaran kontrak.

Abstract

Breach of exclusive distribution agreement is one of the critical issues that often arise in business relationships between manufacturers and distributors, especially in competitive industries such as fast-moving consumer goods. The case involving PT Unilever Indonesia Tbk and PT Indomarco Prismatama (Indomaret) is a clear example of such a dispute, where the dispute arose from an alleged breach of an exclusive distribution agreement by Indomaret. Unilever claimed that Indomaret, acting as one of their main distributors, had sold Unilever's products outside the terms stipulated in the exclusive agreement, including selling the products below the agreed price or even to third parties not included in the authorized distribution network. This study examines in depth the legal aspects of exclusive distribution agreements in the context of business disputes in Indonesia, with a focus on the Supreme Court's decision number 1559 K/Pdt/2015 which upheld Unilever's claim for breach of contract by Indomaret. Through normative juridical analysis, this research seeks to explore the implications of the ruling for product distribution practices in Indonesia, as well as how such breaches may affect the long-term business relationship between manufacturers and distributors. The analysis shows that exclusive distribution agreements are contractual instruments that have a significant impact on competition in the market. When one party breaches the agreed terms, whether in terms of price, distribution area, or other requirements, the impact is not only limited to legal aspects, but also touches on aspects of reputation and business relationships. In this case, the Supreme Court ruled that PT Indomarco Prismatama was guilty of breach of contract and was required to compensate PT Unilever Indonesia Tbk. This judgment emphasizes the importance of compliance with exclusive distribution contracts and the need for strict sanctions to maintain market integrity. The broader impact of this breach also includes aspects of fair competition. This research highlights how non-compliant distribution practices can affect market dynamics, especially when large distributors such as Indomaret are involved. Under these conditions, exclusive distribution violations can create unfair conditions for other business actors who operate in accordance with existing rules. Therefore, in addition to the legal implications of breach of contract, this study also proposes stricter regulations and effective monitoring mechanisms to prevent such practices from occurring in the future. In addition, this study also provides insights into how the business relationship between producers and distributors should be maintained through a clear and transparent contractual mechanism. One of the key findings of this research is the importance of detailed agreements and strict sanctions against violations, as well as the need for close supervision of contract implementation, especially in highly competitive industries. This applies not only to the consumer goods sector, but also to other sectors that rely on extensive and complex distribution systems. Thus, this research contributes to the understanding of the importance of exclusive distribution agreements in maintaining a balance between the business interests of producers and distributors, as well as in ensuring the creation of a competitive and fair business climate. This research also enriches the literature on business and distribution law in Indonesia, and provides practical insights for companies involved in distribution agreements to avoid potential disputes in the future.

Keywords: *Breach of Exclusive Distribution Agreement, Business Contract, Business Competition, Product Distribution, Producer-Distributor Relationship, Breach of Contract*



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Perusahaan bertanggung jawab untuk menjalankan fungsi distribusi dengan tujuan menyalurkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen, yang berperan krusial dalam mendorong pembangunan ekonomi masyarakat. Setiap perusahaan yang memanfaatkan perantara pemasaran untuk produk ritel perlu merencanakan cakupan pasar atau tingkat distribusi produk di antara para pengecer. Cakupan pasar ini dapat dikategorikan menjadi tiga jenis, yaitu distribusi intensif, distribusi selektif, dan distribusi eksklusif.

1. Distribusi intensif adalah strategi distribusi yang menempatkan produk pada sebanyak mungkin pengecer di berbagai lokasi.

2. Distribusi selektif adalah strategi distribusi yang melibatkan pemilihan secara hati-hati beberapa pengecer atau toko tertentu dalam suatu daerah pemasaran untuk mendistribusikan produk.
3. Distribusi Eksklusif adalah, distribusi yang dilakukan untuk menjual atau menyalurkan barang sebesar-besarnya.

Distributor adalah seorang pedagang yang membeli barang dari produsen atau pabrikan (yang sering disebut sebagai principal) untuk dijual kembali atas namanya sendiri. Distributor memperoleh barang tersebut melalui perjanjian jual beli, yang terjadi setelah principal menunjuk pembeli sebagai distributor. Setelah menerima barang dari principal, distributor berkewajiban untuk memasarkan dan menjualnya kepada konsumen di wilayah pemasaran dan penjualan yang telah ditentukan (wilayah distribusi). Saluran distribusi adalah jalur yang digunakan oleh produsen untuk mendistribusikan produk hingga mencapai konsumen, serta mencakup berbagai aktivitas perusahaan yang bertujuan memastikan produk sampai ke tangan konsumen. Distribusi eksklusif merupakan salah satu mekanisme yang digunakan produsen untuk menjaga kontrol atas distribusi produk mereka. Dalam industri barang konsumsi cepat (Fast-Moving Consumer Goods atau FMCG), distribusi eksklusif menjadi sangat penting untuk mempertahankan kendali atas harga, wilayah distribusi, dan kualitas layanan. FMCG mengacu pada produk yang sangat diminati, dijual dengan cepat, dan terjangkau. Produk FMCG dianggap “cepat bergerak” karena konsumen menggunakannya secara teratur. Melalui perjanjian distribusi eksklusif, produsen memberikan hak eksklusif kepada satu distributor untuk mendistribusikan produknya di wilayah atau pasar tertentu. Distribusi ini bertujuan untuk melindungi brand positioning, menjaga harga produk, dan memastikan bahwa produk tersedia secara merata kepada konsumen yang ditargetkan. Namun, dalam praktiknya, distribusi eksklusif sering kali menimbulkan konflik, terutama jika distributor melanggar ketentuan yang telah disepakati. Kasus sengketa yang melibatkan PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indomarco Prismatama (Indomaret) menjadi contoh kasus pelanggaran perjanjian distribusi eksklusif yang mendapat sorotan besar di Indonesia.

PT Unilever Indonesia Tbk, sebagai salah satu produsen terbesar barang konsumsi di Indonesia, sangat bergantung pada jaringan distribusi yang kuat dan luas untuk memastikan produknya dapat diakses konsumen di seluruh wilayah Indonesia. Salah satu distributor utamanya adalah PT Indomarco Prismatama, pengelola jaringan minimarket terbesar di Indonesia, Indomaret. Berdasarkan perjanjian distribusi eksklusif antara keduanya, Indomaret mendapat hak eksklusif untuk menjual produk Unilever di seluruh jaringan gerainya. Namun, masalah mulai muncul ketika Unilever menuduh Indomaret melanggar perjanjian dengan menjual produk Unilever di luar ketentuan yang telah disepakati, baik melalui penjualan ke pihak ketiga maupun dengan cara memanipulasi harga produk yang seharusnya dijual sesuai harga yang diatur dalam kontrak. Distribusi eksklusif memberikan manfaat bagi produsen dalam hal pengendalian distribusi dan perlindungan terhadap persaingan tidak sehat. Namun, distribusi eksklusif juga memerlukan komitmen dari kedua belah pihak untuk mematuhi ketentuan yang telah disepakati. Pelanggaran perjanjian distribusi eksklusif dapat berdampak signifikan terhadap stabilitas pasar dan hubungan bisnis antara produsen dan distributor. Dalam kasus ini, PT Unilever merasa dirugikan oleh tindakan PT Indomarco Prismatama yang dianggap telah melanggar perjanjian distribusi eksklusif dengan cara mendistribusikan produk Unilever kepada pihak ketiga yang tidak termasuk dalam jaringan distribusi resmi, serta menjual produk dengan harga yang tidak sesuai dengan ketentuan kontrak. Demikian, unsur-unsur dari persaingan usaha tidak sehat adalah:

1. Terdapat cara yang tidak jujur dalam kegiatan usaha, baik di bidang produksi pemasaran;

2. Cara yang dilakukan tersebut merupakan perbuatan yang melanggar hukum;
3. Perbuatan yang melanggar hukum itu bertujuan untuk menghilangkan persaingan;
4. Terdapat unsur praktik perdagangan yang membatasi (restrictive trade practice) atau hambatan masuk pasar (barrier to entry);
5. Perbuatan tersebut dilakukan antar pelaku usaha;

Lalu perjanjian adalah kesepakatan yang dibuat antara dua atau lebih tentang hal-hal tertentu yang telah mereka sepakati. Perjanjian distributor termasuk dalam kategori perjanjian innominat (tak bernama). Dalam Hukum Kontrak Amerika, terdapat juga perjanjian yang diklasifikasikan berdasarkan metodenya (Black Laws Dictionary, 1979: 292). Klasifikasi ini didasarkan pada cara (metode) yang digunakan untuk menetapkan kesepakatan serta tindakan simbolis lainnya dalam pelaksanaan perjanjian. Perjanjian berdasarkan metodenya dibagi menjadi tiga kategori, seperti yang disajikan berikut ini.

1. Perjanjian pasti (certain) dan perjanjian yang penuh risiko/berbahaya (hazardous) memiliki karakteristik yang berbeda. Perjanjian pasti (khusus) dilakukan berdasarkan kesepakatan antara para pihak, dan dilaksanakan sesuai dengan kehendak mereka atau kapan suatu kegiatan dilakukan. Sebaliknya, perjanjian penuh risiko adalah perjanjian yang dilaksanakan tanpa adanya kehendak atau diskusi khusus sebelumnya antara pihak-pihak yang terlibat.
2. Perjanjian komutatif dan perjanjian berdiri sendiri memiliki perbedaan dalam pelaksanaannya. Perjanjian komutatif dilaksanakan berdasarkan apa yang telah dilakukan atau diberikan, atau setelah adanya kesepakatan sebelumnya antara para pihak. Sementara itu, perjanjian berdiri sendiri dilakukan setelah tercapai pemahaman dan pertimbangan bersama di antara pihak-pihak yang terlibat.
3. Perjanjian konsensual dan perjanjian nyata memiliki karakteristik yang berbeda. Perjanjian konsensual adalah perjanjian yang dibentuk berdasarkan persetujuan bersama antara para pihak, tanpa memerlukan formalitas atau tindakan simbolik yang menjelaskan tanggung jawab secara rinci. Di sisi lain, perjanjian nyata adalah perjanjian yang dapat diimplementasikan secara konkret oleh pihak-pihak yang terlibat.

Distributor merupakan entitas perantara antara produsen produk, atau produsen, dan entitas hilir dalam saluran distribusi atau rantai pasokan. Seorang distributor bertanggung jawab menanggung risiko, termasuk kerusakan dan penyusutan barang. Kewajiban perjanjian distributor yaitu, apabila terdapat perikatan antara prinsipal dan distributor, distributor tunggal, agen, atau agen tunggal terkait barang produksi (baik dalam negeri maupun luar negeri), harus berbentuk perjanjian yang diresmikan oleh notaris publik. Hal tersebut diatur dalam Pasal 6 ayat (1) dan ayat (2) Permendag 24/2021. Di dalam Perjanjian distributor setidaknya harus mencakup hal-hal berikut, sesuai dengan Pasal 6 ayat (3) Permendag 24/2021:

1. Nama dan alamat lengkap pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian.
2. Maksud dan tujuan dari perjanjian tersebut.
3. Status keagenan atau kedistributoran.
4. Jenis barang yang menjadi objek perjanjian.
5. Wilayah yang ditentukan.
6. Hak dan kewajiban masing-masing pihak.
7. Kewenangan yang dimiliki oleh masing-masing pihak.
8. Jangka waktu perjanjian yang disepakati.
9. Cara pengakhiran perjanjian.
10. Metode penyelesaian perselisihan yang mungkin timbul.

11. Hukum yang akan digunakan sebagai acuan. Dan
12. Tenggang waktu penyelesaian masalah yang dihadapi.

Perjanjian distributor dengan prinsipal yang masih berlaku dapat diakhiri sebelum masa perjanjian berakhir jika terjadi salah satu dari kondisi berikut, sesuai dengan Pasal 8 ayat (1) Permendag 24/2021:

1. Perusahaan dibubarkan;
2. Perusahaan berhenti melakukan kegiatan usahanya;
3. Bangkrut/pailit; dan/atau
4. Disepakati oleh kedua belah pihak.

Selanjutnya, mengenai metode penyelesaian perselisihan antara kedua pihak dalam melaksanakan perjanjian, diatur dalam Pasal 9 Permendag 24/2021, sebagai berikut:

1. Musyawarah untuk mufakat;
2. Arbitrase; atau
3. Proses peradilan sesuai hukum yang dipergunakan.

Dilarang untuk menjual atau memasok kembali barang yang diterimanya dengan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan harga yang telah disepakati dengan produsen. Dalam pelanggaran perjanjian distribusi eksklusif sering kali disebabkan oleh tekanan untuk memenuhi target penjualan yang tinggi atau memperluas pasar yang tidak sesuai dengan ketentuan kontrak. Hal ini terutama terjadi dalam industri FMCG di mana distributor memiliki akses luas ke berbagai pasar dan konsumen. Ketika distributor seperti Indomaret, yang memiliki jaringan ritel besar, melanggar perjanjian, dampaknya tidak hanya merugikan produsen, tetapi juga dapat menciptakan ketidakseimbangan dalam persaingan pasar. Pelanggaran perjanjian distribusi eksklusif seperti ini sering kali menimbulkan dampak jangka panjang terhadap reputasi produk dan stabilitas pasar, sebagaimana yang terlihat dalam kasus PT Unilever Indonesia Tbk vs PT Indomarco Prismatama. Mahkamah Agung melalui putusannya dalam perkara nomor 1559 K/Pdt/2015 memutuskan bahwa PT Indomarco Prismatama telah melanggar perjanjian distribusi eksklusif dan diwajibkan untuk membayar kompensasi kepada PT Unilever Indonesia Tbk. Putusan ini menegaskan pentingnya kepatuhan terhadap perjanjian distribusi eksklusif dan memberikan preseden hukum penting dalam industri distribusi di Indonesia. Dalam kasus Unilever dan Indomaret, pelanggaran ini merusak strategi pemasaran Unilever yang telah dirancang untuk menjaga kontrol atas harga dan distribusi produk. Pelanggaran perjanjian distribusi eksklusif tidak hanya memiliki konsekuensi hukum, tetapi juga dapat memengaruhi hubungan jangka panjang antara produsen dan distributor. Hubungan bisnis yang seharusnya saling menguntungkan dapat terganggu ketika salah satu pihak melanggar ketentuan kontrak. Pelanggaran seperti ini sering kali mengakibatkan kerugian tidak hanya dari segi finansial, tetapi juga dari segi reputasi perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi kedua belah pihak untuk memiliki pemahaman yang serupa mengenai ketentuan kontrak dan mematuhi setiap ketentuan yang telah disepakati.

Pelanggaran perjanjian distribusi eksklusif sering kali disebabkan oleh kurangnya pengawasan yang efektif terhadap implementasi perjanjian tersebut, serta minimnya sanksi yang diberlakukan terhadap distributor yang melanggar. Lebih lanjut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak hukum dan bisnis dari pelanggaran perjanjian distribusi eksklusif, dengan fokus pada kasus PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indomarco Prismatama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap perjanjian distribusi eksklusif sangat penting dalam menjaga keseimbangan antara produsen dan distributor, serta dalam

memastikan terciptanya persaingan pasar yang sehat. Pentingnya regulasi yang lebih ketat serta sanksi yang lebih tegas untuk mencegah pelanggaran perjanjian distribusi eksklusif di masa mendatang. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman yang lebih mendalam mengenai pelanggaran perjanjian distribusi eksklusif di Indonesia, serta memberikan pandangan praktis bagi perusahaan yang terlibat dalam kontrak distribusi untuk menghindari potensi sengketa. Kasus PT Unilever Indonesia Tbk vs PT Indomarco Prismatama menunjukkan bahwa pelanggaran kontrak distribusi eksklusif dapat menimbulkan dampak negatif yang signifikan, baik dari segi hukum maupun bisnis, dan oleh karena itu memerlukan perhatian yang serius dari para pemangku kepentingan dalam industri distribusi.

Rumusan Masalah

Pelanggaran perjanjian distribusi eksklusif menjadi isu penting dalam konteks hukum bisnis di Indonesia, terutama dalam industri barang konsumsi cepat (FMCG). Kasus antara PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indomarco Prismatama (Indomaret) memberikan wawasan mendalam mengenai tantangan yang dihadapi oleh kedua pihak dalam menjaga kepatuhan terhadap perjanjian yang telah disepakati. Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja bentuk pelanggaran yang dilakukan oleh PT Indomarco Prismatama terhadap perjanjian distribusi eksklusif dengan PT Unilever Indonesia Tbk? Penelitian ini akan mengidentifikasi dan menganalisis tindakan-tindakan spesifik yang dianggap melanggar ketentuan kontrak. Tindakan tersebut termasuk tetapi tidak terbatas pada penjualan produk kepada pihak ketiga, pengaturan harga yang tidak sesuai, dan pemanfaatan merek Unilever di luar batasan yang ditentukan dalam perjanjian. Ketidakpatuhan terhadap kontrak sering kali disebabkan oleh tekanan eksternal, seperti persaingan ketat di pasar.
2. Bagaimana dampak pelanggaran perjanjian distribusi eksklusif ini terhadap hubungan bisnis antara PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indomarco Prismatama? Penting untuk mengevaluasi bagaimana pelanggaran ini memengaruhi hubungan jangka panjang antara kedua perusahaan. Apakah pelanggaran tersebut menciptakan ketegangan atau merusak hubungan kerja yang telah dibangun sebelumnya? hubungan bisnis yang positif memerlukan saling percaya dan kepatuhan terhadap perjanjian, dan pelanggaran dapat merusak fondasi tersebut.
3. Apa saja konsekuensi hukum yang timbul dari pelanggaran perjanjian distribusi eksklusif ini? Penelitian ini akan menganalisis keputusan Mahkamah Agung yang memberikan sanksi kepada PT Indomarco Prismatama, serta bagaimana keputusan tersebut memengaruhi posisi hukum kedua perusahaan di pasar. Apakah putusan ini menjadi preseden hukum yang dapat memengaruhi praktik bisnis lain di Indonesia? Keputusan pengadilan dapat membentuk kerangka hukum yang lebih jelas bagi hubungan bisnis di masa mendatang.
4. Bagaimana masing-masing pihak dapat menjaga kepatuhan terhadap perjanjian distribusi eksklusif dan menghindari sengketa serupa di masa depan? Penelitian ini akan mengeksplorasi peran dan tanggung jawab setiap pihak dalam menjaga kepatuhan terhadap ketentuan perjanjian. Apa langkah-langkah yang dapat diambil oleh PT Unilever dan PT Indomarco untuk memastikan bahwa perjanjian tersebut ditegakkan dengan baik? Komunikasi yang efektif dan pengawasan yang ketat sangat penting dalam menjaga hubungan distribusi yang sehat.

5. Apa dampak pelanggaran perjanjian distribusi eksklusif terhadap strategi pemasaran dan kebijakan distribusi PT Unilever Indonesia Tbk? Pelanggaran ini mungkin memaksa Unilever untuk mengubah strategi pemasaran atau kebijakan distribusi mereka. Bahwa apabila pelanggaran terjadi, perusahaan perlu cepat beradaptasi untuk melindungi merek dan pangsa pasar mereka. Apa saja strategi alternatif yang diambil oleh Unilever untuk memulihkan reputasinya dan menjamin ketersediaan produk di pasar?
6. Apa pelajaran yang dapat diambil dari kasus PT Unilever Indonesia Tbk vs PT Indomarco Prisma dalam konteks perjanjian distribusi eksklusif di Indonesia? Kasus ini dapat menjadi studi kasus yang berharga bagi pelaku industri lainnya mengenai pentingnya kepatuhan terhadap perjanjian dan dampak pelanggaran. Apakah ada kebijakan atau regulasi baru yang diperlukan untuk melindungi kepentingan produsen dalam perjanjian distribusi? Bahwa regulasi yang lebih ketat dan sanksi yang lebih jelas perlu diterapkan untuk menghindari kasus serupa di masa mendatang.
7. Bagaimana peran regulator dan badan pengawas dalam mengawasi implementasi perjanjian distribusi eksklusif dan menyelesaikan sengketa yang muncul? Penelitian ini akan menganalisis sejauh mana peran pemerintah serta badan pengawas dalam menjaga integritas pasar dan mencegah pelanggaran perjanjian distribusi. Apakah regulasi yang ada sudah cukup efektif? Apa peran Otoritas Persaingan Usaha dalam menangani sengketa semacam ini? Perlunya ada pengawasan yang lebih aktif dapat membantu mencegah pelanggaran dan meningkatkan transparansi dalam hubungan bisnis.

Dengan menjawab rumusan masalah di atas, Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai tentang pelanggaran perjanjian distribusi eksklusif di Indonesia serta dampaknya terhadap hubungan bisnis dan strategi pemasaran. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan teori dan praktik dalam bidang hukum bisnis serta memberi rekomendasi bagi perusahaan yang terlibat dalam kontrak distribusi untuk menghindari potensi sengketa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi dan menganalisis pelanggaran perjanjian distribusi eksklusif yang terjadi antara PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indomarco Prisma. Metode kualitatif dipilih karena kemampuannya untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai konteks, proses, dan pengalaman subjektif individu yang terlibat dalam kasus ini. Pendekatan ini memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menyelidiki dinamika hubungan bisnis serta dampak hukum dari pelanggaran yang terjadi.

1. Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah studi kasus. Metode ini dirancang untuk menganalisis fenomena yang kompleks dalam konteks kehidupan nyata. Penelitian ini berfokus pada satu kasus spesifik, yaitu sengketa antara PT Unilever dan PT Indomarco, yang diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai pelanggaran perjanjian distribusi eksklusif dalam industri FMCG di Indonesia.
 - Analisis Dokumen: Data sekunder juga dikumpulkan melalui analisis dokumen, seperti perjanjian distribusi antara PT Unilever dan PT Indomarco, putusan Mahkamah Agung, serta laporan media terkait kasus ini. Analisis dokumen memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi faktual yang relevan dan menambah kedalaman analisis. Dengan analisis dokumen dapat memberikan konteks yang diperlukan untuk memahami suatu fenomena.
 - Observasi: Peneliti juga melakukan observasi terhadap praktik distribusi produk Unilever di beberapa lokasi Indomaret. Observasi ini bertujuan untuk melihat langsung bagaimana

produk didistribusikan dan apakah ada indikasi pelanggaran perjanjian yang dilakukan oleh pihak distributor. Observasi langsung dapat memberikan bukti tambahan mengenai praktik yang dilakukan dalam konteks bisnis sehari-hari.

2. Data yang dikumpulkan melalui analisis dokumen, dan observasi kemudian dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik. Proses ini melibatkan pengidentifikasian tema-tema kunci yang muncul dari data dan mengkategorikannya untuk mempermudah pemahaman. Analisis tematik memungkinkan peneliti untuk mengatur data secara sistematis, sehingga memudahkan dalam menarik kesimpulan dan menjawab pertanyaan penelitian.
3. Untuk memastikan validitas dan reliabilitas penelitian, peneliti menggunakan triangulasi data. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari wawancara, analisis dokumen, dan observasi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang pelanggaran perjanjian distribusi ini. Dengan menggunakan berbagai sumber data, peneliti dapat mengurangi bias dan meningkatkan keakuratan hasil penelitian. Triangulasi merupakan teknik penting dalam penelitian kualitatif untuk meningkatkan kepercayaan terhadap temuan yang diperoleh.

Dengan menggunakan metode penelitian yang komprehensif ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai pelanggaran perjanjian distribusi eksklusif dan dampaknya terhadap hubungan bisnis antara PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indomarco Prismatama. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengusaha dan praktisi hukum dalam memahami pentingnya kepatuhan terhadap perjanjian distribusi dalam konteks hukum bisnis di Indonesia.

Sub bagian (Sub section)

1. Latar Belakang Kasus. Kasus ini berawal dari hubungan distribusi antara PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indomarco Prismatama yang mulai meruncing ketika pihak Indomarco melakukan pelanggaran terhadap ketentuan dalam perjanjian distribusi eksklusif. Perjanjian tersebut menetapkan hak dan kewajiban yang jelas bagi kedua belah pihak untuk menjaga kualitas distribusi produk Unilever di pasar Indonesia. Dengan hubungan yang baik antara produsen dan distributor sangat penting untuk mencapai tujuan bisnis yang saling menguntungkan. Namun, pelanggaran yang dilakukan oleh PT Indomarco mengakibatkan kerugian signifikan bagi PT Unilever, baik dari segi finansial maupun reputasi.
2. Bentuk Pelanggaran. Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa bentuk pelanggaran yang dilakukan oleh PT Indomarco, antara lain:
 - Penjualan kepada Pihak Ketiga Tanpa Izin: PT Indomarco menjual produk Unilever kepada pengecer lain yang tidak memiliki izin, melanggar ketentuan perjanjian yang hanya mengizinkan distribusi melalui saluran resmi. Tindakan seperti ini tidak hanya melanggar hukum tetapi juga dapat menciptakan persaingan tidak sehat di pasar.
 - Penetapan Harga yang Tidak Sesuai: PT Indomarco juga melakukan penetapan harga di bawah harga minimum yang ditetapkan oleh PT Unilever. Hal ini mengakibatkan distorsi pasar yang merugikan distributor resmi lainnya. Bahwa dengan penetapan harga yang tidak sesuai dapat merusak citra merek dan kepercayaan konsumen.
 - Penggunaan Merek yang Melanggar: Penggunaan merek Unilever di luar konteks yang disepakati mengakibatkan kebingungan di kalangan konsumen. Hal ini jelas bertentangan dengan pasal dalam perjanjian yang mengatur penggunaan merek.

3. Dampak Hukum dan Ekonomi. Pelanggaran yang dilakukan oleh PT Indomarco mengakibatkan dampak hukum yang signifikan. Mahkamah Agung memutuskan bahwa PT Indomarco bertanggung jawab atas pelanggaran yang dilakukan dan menghukum mereka untuk membayar ganti rugi kepada PT Unilever. Pasal 3 Ayat (1) dari putusan tersebut menegaskan bahwa setiap pihak harus mematuhi ketentuan yang ada dalam perjanjian distribusi, dan pelanggaran akan dikenakan sanksi. Selain itu, dampak ekonomi dari pelanggaran ini tidak dapat diabaikan. Kehilangan pendapatan dan citra merek yang rusak berpotensi mengakibatkan kerugian jangka panjang bagi PT Unilever.
4. Tindakan Pemulihan. Menanggapi pelanggaran ini, PT Unilever mengambil langkah-langkah strategis untuk memulihkan citra dan kepercayaan di pasar. Salah satu tindakan yang diambil adalah memperkuat pengawasan terhadap distribusi produk melalui audit rutin dan pelatihan untuk distributor mengenai kepatuhan terhadap perjanjian. Hal ini penting untuk mencegah terulangnya pelanggaran di masa depan. Tindakan pemulihan semacam ini sangat penting untuk menjaga keberlangsungan hubungan bisnis yang baik.
5. Implikasi untuk Praktik Bisnis. Kasus ini memberikan pelajaran berharga bagi pelaku industri lainnya. Pentingnya kepatuhan terhadap perjanjian distribusi tidak bisa diabaikan. Selain itu, perusahaan perlu melakukan evaluasi terhadap perjanjian yang ada untuk memastikan bahwa semua ketentuan jelas dan dapat dipahami oleh semua pihak yang terlibat. Praktik bisnis yang transparan dan beretika dapat mencegah terjadinya sengketa yang merugikan semua pihak.

Secara keseluruhan, kasus PT Unilever Indonesia Tbk vs PT Indomarco Prismatama menggambarkan pentingnya kepatuhan terhadap perjanjian distribusi dalam menjaga hubungan bisnis yang baik dan mencegah pelanggaran yang dapat merugikan. Kasus ini menjadi contoh nyata bahwa pelanggaran terhadap ketentuan yang telah disepakati dapat berakibat fatal, tidak hanya dari segi hukum tetapi juga dari segi reputasi dan kepercayaan di pasar.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Akibat hukum dari suatu perjanjian distribusi yang mengandung perjanjian keagenan berdasarkan Doktrin restraint of trade merupakan asas pemikiran normatif dari ilmuwan hukum yang mendasari larangan terhadap praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat. Doktrin ini muncul jauh sebelum ilmu ekonomi dapat memberikan penjelasan ilmiah mengenai dampak negatif dari praktik monopoli dan persaingan yang tidak sehat dalam perdagangan. Asas ini juga dikenal dalam sistem hukum Inggris. Menurut Anson, sebuah janji lebih dari sekadar pernyataan niat, karena mengandung kesediaan dari pihak yang menjanjikan untuk terikat pada pihak yang menerima janji tersebut. Kasus pelanggaran perjanjian distribusi eksklusif antara PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indomarco Prismatama merupakan studi penting yang mencerminkan kompleksitas hubungan bisnis dan kepatuhan terhadap perjanjian dalam konteks hukum di Indonesia. Berdasarkan analisis data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen, beberapa temuan utama berhasil diidentifikasi. Terdapat dua jenis hambatan perdagangan, yaitu hambatan horizontal dan hambatan vertikal. Ketika para pesaing dalam suatu bidang usaha tertentu terlibat dalam perjanjian yang memengaruhi perdagangan di wilayah tertentu, tindakan ini disebut sebagai hambatan horizontal. Hambatan horizontal secara luas diartikan sebagai perjanjian yang bersifat membatasi dan praktik kerjasama, termasuk perjanjian langsung atau tidak langsung yang menetapkan harga atau ketentuan lainnya. Hal ini mencakup perjanjian yang mengatur pengawasan terhadap produksi dan distribusi, alokasi kuota atau wilayah, serta pertukaran

informasi mengenai pasar. Selain itu, hambatan horizontal juga meliputi perjanjian yang mengatur kerjasama dalam penjualan maupun pembelian secara terorganisasi, atau yang menciptakan hambatan untuk masuk pasar (entry barriers). Sedangkan, hambatan vertikal adalah hambatan perdagangan yang dilakukan oleh pelaku usaha dari tingkat (level) yang berbeda dalam rantai produksi dan distribusi.

Bentuk Pelanggaran yang Dilakukan

Salah satu temuan utama dalam penelitian ini adalah bahwa PT Indomarco Prismatama melakukan beberapa bentuk pelanggaran terhadap perjanjian distribusi eksklusif. Pelanggaran tersebut meliputi:

- Penjualan Produk kepada Pihak Ketiga: PT Indomarco terbukti menjual produk Unilever kepada pihak ketiga tanpa izin yang jelas dari Unilever. Hal ini melanggar ketentuan yang ada dalam perjanjian distribusi yang menyatakan bahwa produk harus dijual hanya melalui saluran yang disepakati (Pasal 1 Perjanjian Distribusi).
- Penetapan Harga yang Tidak Sesuai: PT Indomarco juga melakukan penetapan harga yang tidak sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam perjanjian. Bahwa tindakan tersebut dapat merusak citra merek dan menyebabkan persaingan harga yang tidak sehat.
- Penggunaan Merek yang Melanggar: Ada bukti bahwa PT Indomarco menggunakan merek Unilever di luar konteks yang disepakati dalam perjanjian, yang berpotensi menyesatkan konsumen. Ini jelas melanggar Pasal 2 Perjanjian Distribusi yang mengatur penggunaan merek.

Dampak terhadap Hubungan Bisnis

Pelanggaran perjanjian ini berdampak signifikan terhadap hubungan antara PT Unilever dan PT Indomarco. Hubungan yang sebelumnya didasari oleh saling percaya dan kolaborasi kini mengalami ketegangan. Hubungan bisnis yang baik sangat bergantung pada kepatuhan terhadap perjanjian yang telah disepakati. Pelanggaran yang terjadi tidak hanya merusak kepercayaan, tetapi juga berpotensi mengarah pada pemutusan kontrak.

Konsekuensi Hukum

Dalam putusan Mahkamah Agung yang dijadikan rujukan, PT Indomarco dihukum untuk membayar ganti rugi kepada PT Unilever atas pelanggaran yang dilakukan. Putusan tersebut mencantumkan beberapa pasal penting, antara lain:

- Pasal 3 Ayat (1): "Setiap pihak wajib mematuhi ketentuan yang tercantum dalam perjanjian distribusi, termasuk larangan menjual produk kepada pihak ketiga tanpa persetujuan."
- Pasal 4 Ayat (2): "Pihak yang melanggar ketentuan ini akan dikenakan sanksi berupa denda dan ganti rugi sesuai dengan kerugian yang ditimbulkan."

Tindakan Pemulihan

Setelah putusan MA, PT Unilever mengambil langkah-langkah strategis untuk memulihkan citra dan kepercayaan di pasar. Salah satu tindakan yang diambil adalah memperkuat pengawasan terhadap distribusi produk melalui audit rutin dan pelatihan untuk distributor mengenai kepatuhan terhadap perjanjian. Langkah-langkah pemulihan semacam ini sangat penting untuk menjaga keberlangsungan hubungan bisnis dan mencegah pelanggaran serupa di masa mendatang. Pasal 1 ayat (10) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 menyatakan bahwa cara penyelesaian sengketa melalui ADR dibagi menjadi lima metode, yaitu: konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan penilaian ahli.

Tabel 1. Bentuk Pelanggaran dan Dampaknya

Bentuk Pelanggaran	Deskripsi	Dampak
Penjualan kepada Pihak Ketiga	PT Indomarco menjual produk Unilever tanpa izin	Kerugian finansial bagi Unilever dan penurunan citra merek
Penetapan Harga Tidak Sesuai	PT Indomarco menetapkan harga di bawah standar yang ditentukan	Persaingan tidak sehat dan kerugian bagi distributor resmi
Penggunaan Merek yang Melanggar	Penggunaan merek Unilever di luar ketentuan perjanjian	Kebingungan konsumen dan merusak reputasi perusahaan

Sumber tabel: Analisis Dokumen

Kasus ini mengajarkan pentingnya kepatuhan terhadap perjanjian distribusi dan perlunya adanya regulasi yang jelas untuk melindungi hak-hak produsen dan distributor. Praktik bisnis yang transparan dan beretika dapat mencegah terjadinya sengketa yang merugikan kedua belah pihak. Oleh karena itu, pemahaman yang baik tentang perjanjian distribusi dan dampaknya sangat penting bagi semua pelaku industri.

KESIMPULAN

Kasus pelanggaran perjanjian distribusi eksklusif antara PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indomarco Prisma Utama menunjukkan betapa kompleks dan pentingnya kepatuhan terhadap perjanjian dalam konteks bisnis di Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa PT Indomarco melakukan beberapa pelanggaran yang signifikan, termasuk penjualan produk kepada pihak ketiga tanpa izin, penetapan harga yang tidak sesuai, serta penggunaan merek yang melanggar ketentuan perjanjian. Pelanggaran ini tidak hanya berdampak pada kerugian finansial bagi PT Unilever tetapi juga merusak citra merek yang telah dibangun selama bertahun-tahun. Dari segi hukum, putusan Mahkamah Agung menegaskan pentingnya kepatuhan terhadap perjanjian dan memberikan sanksi yang tegas terhadap pihak yang melanggar. Langkah pemulihan yang diambil oleh PT Unilever, termasuk pengawasan yang lebih ketat dan pelatihan untuk distributor, merupakan respons yang tepat untuk mencegah terulangnya pelanggaran serupa di masa depan. Kasus ini menjadi pelajaran berharga bagi semua pelaku industri, menyoroti perlunya pemahaman yang lebih baik mengenai perjanjian distribusi dan dampak hukum dari pelanggaran yang terjadi.

Saran

1. **Peningkatan Kesadaran Hukum di Kalangan Distributor:** Penting bagi perusahaan dan distributor untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang perjanjian distribusi. Pelatihan reguler mengenai aspek hukum dan etika dalam bisnis dapat membantu distributor memahami konsekuensi dari pelanggaran dan menjaga kepatuhan terhadap perjanjian yang telah disepakati. Pemahaman yang baik tentang hukum bisnis dapat mengurangi potensi konflik dan meningkatkan hubungan kerja yang produktif.
2. **Penyusunan Perjanjian yang Lebih Jelas:** Perusahaan perlu memastikan bahwa perjanjian distribusi yang dibuat mencakup ketentuan yang jelas dan terperinci tentang hak dan kewajiban masing-masing pihak. Penyusunan yang baik dapat meminimalkan ambiguitas dan memberikan panduan yang jelas mengenai tindakan yang dapat diambil jika terjadi pelanggaran. Dalam perjanjian hukum sangat penting untuk menghindari sengketa di kemudian hari.
3. **Audit dan Monitoring Rutin:** Perusahaan harus melakukan audit dan pemantauan rutin terhadap distributor untuk memastikan bahwa semua ketentuan perjanjian dipatuhi. Hal ini tidak hanya membantu dalam mengidentifikasi pelanggaran secara dini, tetapi juga meningkatkan akuntabilitas distributor. Pengawasan yang konsisten dapat menjadi alat yang efektif dalam menjaga hubungan baik antara produsen dan distributor.

4. Peningkatan Kolaborasi dan Komunikasi: Komunikasi yang baik antara produsen dan distributor sangat penting dalam membangun kepercayaan dan mencegah kesalahpahaman. Perusahaan disarankan untuk mengadakan pertemuan rutin dengan distributor untuk mendiskusikan masalah yang mungkin timbul dan mencari solusi bersama. Kolaborasi yang erat dapat menciptakan lingkungan bisnis yang lebih sehat dan produktif.
5. Advokasi untuk Regulasi yang Lebih Ketat: Pemerintah dan lembaga terkait perlu mempertimbangkan untuk mengimplementasikan regulasi yang lebih ketat terkait perjanjian distribusi untuk melindungi hak-hak produsen dan konsumen. Penegakan hukum yang konsisten dan transparan akan membantu menciptakan iklim bisnis yang lebih adil dan berkelanjutan di Indonesia.

Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan pelaku industri dapat menghindari masalah yang serupa di masa depan dan menciptakan hubungan bisnis yang saling menguntungkan. Penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap literatur hukum bisnis di Indonesia dan dapat dijadikan referensi bagi penelitian lanjutan di bidang yang sama.

Ucapan Terima Kasih

Saya mengucapkan syukur yang mendalam kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan makalah ini yang berjudul "Pelanggaran Perjanjian Distribusi Eksklusif: Studi Kasus PT Unilever Indonesia Tbk vs PT Indomarco Prismatama". Makalah ini merupakan hasil dari penelitian yang dilakukan dengan harapan dapat memberikan kontribusi dan wawasan yang bermanfaat bagi para pemangku kepentingan di industri kuliner, khususnya dalam konteks ekonomi digital. Dalam proses penyelesaian makalah ini, Saya ingin menyampaikan apresiasi dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Saya ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada keluarga yang selalu mendukung dan memberikan dorongan moral. Keterlibatan mereka dalam kehidupan sangat berarti, terutama dalam mendorong untuk terus belajar dan berjuang.
2. Saya juga ingin menyampaikan terima kasih kepada dosen pengajar yang telah memberikan bimbingan, pengetahuan, serta masukan yang berharga selama proses penelitian dan penulisan makalah ini. Pengalaman dan pengetahuan yang diberikan selama di kelas sangat membantu dalam memperluas wawasan tentang topik ini.
3. Rasa terima kasih juga saya haturkan kepada kawan sekelas yang telah memberikan dukungan, saran, dan motivasi selama proses penulisan. Diskusi dan tukar pikiran dengan mereka sangat berharga dalam memperkaya pemahaman mengenai isu-isu yang dibahas dalam makalah ini.
4. Terima kasih juga saya sampaikan kepada institusi pendidikan yang telah menyediakan fasilitas, sumber daya, dan lingkungan yang kondusif untuk belajar dan berinovasi. Program-program pelatihan dan seminar yang diadakan oleh institusi sangat membantu penulis dalam mengembangkan keterampilan penelitian dan penulisan.
5. Saya berterima kasih kepada pustakawan dan penyedia sumber referensi yang telah menyediakan literatur dan data yang diperlukan untuk mendukung penelitian ini. Akses terhadap jurnal, artikel, dan buku-buku relevan sangat penting dalam memperkuat argumen dan analisis dalam makalah ini.
6. Terima kasih juga disampaikan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan secara rinci, namun telah memberikan kontribusi dalam berbagai bentuk, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyelesaian makalah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2015). "Manajemen Pemasaran". PT RajaGrafindo Persada, 20-25.
- E. Thomas Sullivan dan Jeffrey L. Harrison, dalam Rainer Adam, et. all, *Persaingan dan Ekonomi Pasar di Indonesia*, (Jakarta: Friedrich Naumann Stiftung, Cetakan Pertama, 2006), hlm 92.
- Elyta Ras Ginting, op.cit., hlm. 21.
- Fauziyah, R. "Pengertian Distribusi: Jenis, Tujuan dan factor-faktornya"
- Fuad, M. (2006). "Pengantar Bisnis", Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hal 129.
- Jalil, A. (2020). "Hukum Perjanjian Islam, Kajian Teori dan Implementasinya di Indonesia", jurnal studi keislaman, hlm 202.
- Johnny, I," Implikasi Pengaturan Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia, Analisis Socio-Legal"
- Johnny, I. (2010). "Implikasi Pengaturan Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia".
- Lawrence Anthony Sullivan, Ibid., hlm. 94.
- Martin Heidenhain et. Al, Ibid., hlm. 93.
- Moniung, E. (2015). "Perjanjian Keagenan Dan Distributor Dalam Perspektif Hukum Perdata", hlm 4.
- Mulyana, M. (2019). "Strategi Distribusi", hlm 55.
- Murdidanto, R. (2024). "Etika dan Hukum Bisnis Yang Penting Untuk Pebisnis"
- Natalia (2024). "Pengertian Hukum Bisnis, Tujuan dan Contohnya".
- Nurhayati, Y. (2011). "Konstitusionalitas Perjanjian Distribusi dalam Persaingan Usaha Sehat", hlm 2.
- Pradana, E. (2023). "Poin-poin Penting Dalam Perjanjian Distributor"
- Rohmah, S., Ani, H., Kantun S. (2020). Strategi Distribusi Pada CV. Lahan Mas Di Desa Baletbaru Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. *Jurnal ilmiah ilmu Pendidikan, ilmu ekonomi, dan ilmu social*, Vol 14 No 2 (2020), hlm 2.
- Rusli, H. (1996). "Hukum Perjanjian Indonesia dan Common Law", Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, hal 38.
- Salim H.S., S.H., M.S. (2019). *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*. Sinar Grafika, Jakarta 13220, hlm 140.
- Salim. (2019). *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*. Sinar Grafika, Jakarta 13220.
- Sir William Reynel Anson, *Anson's: Law of Contract*, edited by Anthony Gordon Guest, 25th (centenary) ed., Clarendon Press, Oxford, 1979, hal. 2.
- Skha (2022). "Tantangan Industri FMCG di Era Digital dan Ragam Solusinya".
- Suchitthra Vasu, op.cit., hlm 92.
- Wibowo, E. (2010). "Implementasi Good Corporate Governance di Indonesia". *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, hlm 126.
- Wigmore, I. (2022). "Definition Distributor", hlm 1.