



**PENDAPAT KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA
NOMOR 18/KPPU/PDPT/VII/2013**

TENTANG

**PEMBERITAHUAN PENGAMBILALIHAN SAHAM (AKUISISI) PERUSAHAAN
WYETH (HONGKONG) HOLDING COMPANY LIMITED OLEH NESTLE S.A.**

I. LATAR BELAKANG

- 1.1. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2010 tentang Penggabungan atau Peleburan Badan Usaha dan Pengambilalihan Saham Perusahaan yang Dapat Mengakibatkan Terjadinya Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (PP No. 57 Tahun 2010) jo. Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 3 Tahun 2012 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 13 Tahun 2010 tentang Pedoman Pelaksanaan tentang Penggabungan atau Peleburan Badan Usaha dan Pengambilalihan Saham Perusahaan yang Dapat Mengakibatkan Terjadinya Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Perkom No. 3 Tahun 2012), pada tanggal 11 Januari 2013 Komisi Pengawas Persaingan Usaha (Komisi) telah menerima Pemberitahuan dari Nestle S.A. terkait dengan pengambilalihan/akuisisi saham perusahaan Wyeth (Hongkong) Holding Company Limited.
- 1.2. Pada tanggal 4 Maret 2013 dokumen Pemberitahuan dinyatakan lengkap dan terhitung tanggal tersebut, Komisi melakukan Penilaian dengan mengeluarkan Surat Keputusan Nomor 92/KPPU/Kep/III/2013.

II. PARA PIHAK

2.1. Badan Usaha Pengambilalih: Nestle S.A.

Nestle S.A. merupakan perusahaan terbatas yang didirikan dan diatur menurut *Swiss Code Obligations*. Nestle S.A. berkedudukan di Cham dan Vevey, Switzerland. Nestle S.A. melakukan kegiatan usaha dalam industri jasa, perusahaan komersial dan keuangan di Swiss dan luar negeri.

Secara khusus Nestle S.A. melakukan kegiatan usaha dalam bidang gizi, kesehatan dan keafiatan.

Di Indonesia, Nestle S.A. memiliki 3 anak perusahaan, yaitu:

2.1.1. PT Nestle Indonesia (PT NI)

PT NI dahulu bernama PT Supmi yang didirikan pada tanggal 20 April 1981 dengan akta pendirian Nomor 48 tahun 1981, kemudian berdasarkan akta Nomor 15 tanggal 20 November tahun 2000 dengan Notaris Irawati Marzuki Arifin, S.H. perusahaan berganti nama menjadi PT Nestle Indonesia. PT NI berkedudukan di Jakarta dan telah beberapa kali mengalami perubahan anggaran dasar.

Berdasarkan perubahan anggaran dasar terakhir Nomor 49 tahun 2011 dengan Notaris Mochamad Nova Faisal, S.H, M.Kn, maksud dan tujuan perusahaan adalah untuk menjalankan usaha secara umum dalam bidang industri pengolahan susu dan susu kedelai, teh dan campuran teh, bubuk coklat malt, sereal, bubur sereal dan minuman sereal, kopi dan campuran kopi, minuman dengan bahan dasar buah-buahan dan coklat, makanan ringan, coklat dan kembang gula, produk kulineri, makanan bayi, pakan hewan kesayangan dan bidang distribusi dan pergudangan dan perdagangan.

2.1.2. PT Cereal Partners Indonesia (PT CPI)

PT CPI dahulu bernama PT Rola Perdana yang didirikan pada tanggal 28 Februari 1991 dengan akta pendirian Nomor 210 tahun 1991 dengan Notaris Sinta Susikto, S.H. Berdasarkan akta Nomor 6 tanggal 15 Desember tahun 2004 perusahaan berganti dengan nama menjadi PT Cereal Partners Indonesia. PT CPI telah beberapa kali mengalami perubahan anggaran dasar. Berdasarkan perubahan anggaran dasar terakhir Nomor

5 tanggal 15 Agustus 2008 dengan Notaris Irawati Marzuki Arifin, S.H, maksud dan tujuan serta kegiatan usaha perusahaan adalah untuk melakukan kegiatan usaha bidang perdagangan, impor ekspor, dan distribusi sereal sarapan pagi (*breakfast cereal*), cereal sarapan pagi dalam bentuk batangan (*breakfast cereal bars*) dan produk-produk sejenisnya di Indonesia.

2.1.3. PT Nestle Indofood Citarasa Indonesia (PT NICI)

PT NICI didirikan berdasarkan akta Nomor 24 tanggal 9 Maret tahun 2005 dengan Notaris Herdimansyah Chaidirsyah, S.H. dan telah mendapatkan Persetujuan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor C-08019.HT.01.01.TH.2005. Maksud dan tujuan perusahaan adalah melakukan kegiatan usaha dalam bidang industri pelumatan buah-buahan, bumbu masak dan penyedap masakan serta perdagangan besar (distributor utama).

2.2. Badan Usaha Yang Diambilalih: Wyeth (Hongkong) Holding Company Limited

Wyeth (Hong Kong) Holding Company Limited didirikan pada tanggal 18 April 2007 berdasarkan *Memorandum and Articles of Association of Wyeth (Hong Kong) Holding Company Limited*. Saham Wyeth (Hongkong) Holding Company Limited 100% dimiliki oleh Pfizer Asiapac Holding S.A.R.L.

Wyeth (Hongkong) Holding Company Limited merupakan perusahaan holding investasi dan penjualan (*investment holding and sales*) serta perusahaan yang menjual dan mempromosikan produk nutrisi.

Di Indonesia, Wyeth (Hong Kong) Holding Company Limited memiliki 1 anak perusahaan yaitu PT Wyeth Indonesia (PT WI) dengan kepemilikan saham sebesar 90% saham.

PT WI dahulu bernama PT Wirayuda Estithama yang berkedudukan di Jakarta, didirikan berdasarkan akta Nomor 29 tanggal 12 Desember tahun 1991 dengan Notaris Miryam Magdalena Indrani Wiardi, S.H, Notaris di Jakarta. Berdasarkan akta Nomor 14 tanggal 11 November tahun 2008 dengan Notaris Irene Yulia, S.H. di Jakarta, perusahaan berganti dengan nama menjadi PT Wyeth Indonesia. PT WI telah

beberapa kali mengalami perubahan anggaran dasar, berdasarkan akta perubahan anggaran dasar Nomor 18 tanggal 4 Juli Tahun 2012 dengan Notaris Mala Mukti, S.H., Lex Legibus Magister di Jakarta, Maksud dan tujuan serta kegiatan usaha perusahaan adalah melakukan kegiatan usaha bidang jasa distributor untuk produk suplemen makanan dan produk-produk jenis lainnya.

III. KRITERIA PEMBERITAHUAN

- 3.1. Berdasarkan dokumen dari Nestle S.A. kepada Pfizer Asiapac Holdings S.A.R.L tanggal xxx, menunjukkan bahwa tanggal efektif yuridis pengambilalihan/akuisisi saham Wyeth (Hongkong) Holding Company Limited oleh Nestle S.A. adalah tanggal xxx;
- 3.2. Akuisisi Wyeth (Hongkong) Holding Company Limited oleh Nestle S.A. tidak dilakukan antar perusahaan yang terafiliasi;
- 3.3. Nilai aset dan penjualan gabungan hasil akuisisi Wyeth Holding Company Limited oleh Nestle S.A. telah memenuhi batasan nilai aset dan nilai penjualan sebagaimana ketentuan Pasal 5 ayat (2) Peraturan Pemerintah No. 57 Tahun 2010;

IV. TRANSAKSI

Nestle S.A. mengambilalih saham Wyeth (Hongkong) Holding Company Limited melalui tender.

V. ALASAN AKUISISI

Akuisisi Wyeth (Hongkong) Holding Company Limited oleh Nestle S.A. akan membantu Nestle S.A. dalam meningkatkan posisi dan penawaran produk dalam bisnis nutrisi bayi dengan cara melengkapi produk Nestle S.A. serta akuisisi akan memperluas pasar dimana Nestle S.A. sudah melakukan bisnis nutrisi bayi, termasuk di pasar negara berkembang yang populasinya tumbuh dengan cepat.

VI. PASAR BERSANGKUTAN

6.1 Pasar Produk

1. Bahwa di Indonesia, Nestle S.A melalui anak perusahaannya (PT Nestle Indonesia) dan Wyeth (Hongkong) Holding Company Limited melalui anak perusahaannya (PT Wyeth Indonesia) memiliki

kegiatan usaha dan/atau produk yang sama (*horizontal overlap*) yaitu memproduksi dan/atau menjual susu bayi dan anak.

2. Berdasarkan hasil diskusi dengan Prof. Dr. Ir. Hardinsyah, MS (Guru Besar Departemen Gizi Masyarakat Fakultas Ekologi Manusia, IPB) dan Dr. Marudut, BSc. MPS (Dosen Jurusan Gizi Politeknik Kesehatan Kementerian Kesehatan Jakarta II) diperoleh informasi bahwa di Indonesia penggolongan susu bayi sampai saat ini, yaitu:
 - a. Susu bayi (*infant formula*) yang diperuntukkan bagi bayi usia 0-6 bulan yang dengan alasan khusus tidak dapat memperoleh ASI dari ibunya.
 - b. Susu formula lanjutan (*follow-up formula*) yakni susu yang diperuntukkan bagi bayi/anak usia 7-36 bulan.

Namun, bila rentang umur tersebut dihubungkan dengan kebutuhan zat gizi, maka rentang usia 7-36 bulan terlalu besar karena pertumbuhan secara fisiologis yang berbeda. Oleh karena itu diperlukan pengelompokan:

- a. 0-12 bulan
 - b. 12-36 bulan
3. Berdasarkan hasil kajian “Pasar Bersangkutan Susu Formula di Indonesia” yang dilakukan Biro Pengkajian KPPU, diperoleh kesimpulan bahwa pasar susu formula di Indonesia terbagi menjadi 3 pasar, yaitu:
 - a. Pasar pasar susu formula usia 0-6 bulan;
 - b. Pasar susu formula usia 7-12 bulan; dan
 - c. Pasar susu formula usia di atas 1 tahun.
 4. Dengan mempertimbangkan pendapat yang diperoleh dari Ahli, hasil kajian, dan dengan memperhatikan Peraturan Komisi Nomor 3 Tahun 2009 tentang Pedoman Penerapan Pasal 1 Angka 10 Tentang Pasar Bersangkutan berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Pedoman Pasar Bersangkutan), maka pasar produk dari Penilaian ini adalah pasar produk kategori pasar susu

formula usia 0-6 bulan, pasar susu formula usia 7-12 bulan, dan pasar susu formula usia di atas 1 tahun.

6.2 Pasar Geografis

Berdasarkan Pedoman Pasar Bersangkutan, Komisi tidak menemukan adanya kebijakan perusahaan, biaya transportasi, lamanya perjalanan, tarif dan peraturan-peraturan yang membatasi lalu lintas perdagangan antar kota/wilayah dalam pemasaran produk susu formula. Oleh karena itu, Komisi menyimpulkan pasar geografis dalam Penilaian ini adalah seluruh Indonesia.

6.3 Kesimpulan Pasar Bersangkutan

Bahwa dengan demikian berdasarkan analisis pasar produk dan pasar geografis di atas Komisi menyimpulkan bahwa terdapat 3 pasar bersangkutan dalam Penilaian ini yang terdiri atas pasar:

1. Pasar susu formula usia 0-6 bulan di seluruh Indonesia.
2. Pasar susu formula usia 7-12 bulan di seluruh Indonesia.
3. Pasar susu formula usia di atas 1 tahun di seluruh Indonesia.

VII. KONSENTRASI PASAR

7.1 Perhitungan konsentrasi pasar dalam Penilaian ini menggunakan metode Hirschman Herfindahl Index (HHI), dengan rumus:

HHI = $\sum (S_i)^2$,dimana S = pangsa pasar setiap perusahaan di suatu pasar

7.2 Di dalam menghitung konsentrasi pasar, Komisi menghitung konsentrasi pasar dengan menggunakan data dari Euro Monitor dan AC Nielsen.

7.3 Bahwa hasil perhitungan konsentrasi pasar untuk pasar susu formula usia 0-6 bulan menunjukkan nilai HHI sebelum dan sesudah akuisisi berada di atas 1.800 dengan delta HHI di atas 150.

7.4 Ketentuan Perkom No. 3 Tahun 2012 menyatakan jika HHI pasca akuisisi di atas 1.800 dengan delta HHI di atas 150, maka Komisi melanjutkan Penilaian dengan menganalisis hambatan masuk pasar, potensi perilaku anti persaingan, efisiensi, dan kepailitan karena pasar dianggap terkonsentrasi. Oleh karena itu, pasar susu formula usia 0-6 bulan akan dianalisis lebih lanjut.

7.5 Bahwa hasil perhitungan konsentrasi pasar untuk pasar susu formula usia 7-12 bulan menunjukkan nilai HHI sebelum dan sesudah akuisisi berada di atas 1.800 namun delta HHI di bawah 150.

7.6 Ketentuan Perkom No. 3 Tahun 2012 menyatakan jika HHI pasca akuisisi di atas 1800 dengan delta HHI di bawah 150, maka Komisi mengeluarkan pendapat tidak adanya dugaan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang diakibatkan Penggabungan, Peleburan dan Pengambilalihan karena perubahan pasar dianggap tidak signifikan sekalipun pasar sudah terkonsentrasi. Oleh karena itu, pasar susu formula usia 7-12 bulan tidak memerlukan analisis lebih lanjut.

7.7 Bahwa hasil perhitungan konsentrasi pasar berdasarkan data Euro Monitor untuk pasar susu formula usia di atas 1 tahun menunjukkan nilai HHI sebelum akuisisi berada di bawah 1.800, sesudah akuisisi berada di atas 1.800 dengan delta HHI di atas 150. Sedangkan hasil perhitungan konsentrasi pasar berdasarkan data AC Nielsen menunjukkan nilai HHI sebelum dan sesudah akuisisi telah berada di atas 1.800 dengan delta HHI di atas 150.

7.8 Ketentuan Perkom No. 3 Tahun 2012 menyatakan jika HHI pasca akuisisi di atas 1.800 dengan delta HHI di atas 150, maka Komisi

melanjutkan Penilaian dengan menganalisis hambatan masuk pasar, potensi perilaku anti persaingan, efisiensi, dan kepailitan karena pasar dianggap terkonsentrasi. Oleh karena itu, pasar susu formula usia di atas 1 tahun akan dianalisis lebih lanjut.

VIII. HAMBATAN MASUK PASAR

8.1 Hambatan Absolut

8.1.1 Pasar Susu Formula Usia 0-6 Bulan

1. Pada pasar susu formula usia 0-6 bulan ditemukan adanya kebijakan/regulasi Pemerintah dalam bentuk larangan melakukan iklan/promosi produk susu formula usia 0-6 bulan. Larangan ini sebagai salah satu upaya untuk menyukseskan program Pemerintah mengenai "Pemberian Air Susu Ibu Eksklusif"¹. Larangan melakukan iklan/promosi berdampak pada sulit dikenalnya produk oleh masyarakat sehingga produsen susu sulit untuk menjual produknya.
2. Selain itu, regulasi/kebijakan pemerintah yang mengatur mengenai standar kandungan gizi dan mutu susu formula usia 0-6 bulan sangat ketat. Larangan iklan/promosi dan ketatnya standar kandungan gizi dan mutu menjadi hambatan pelaku usaha baru untuk masuk ke dalam pasar.
3. Meskipun terdapat hambatan berupa regulasi/kebijakan dari pemerintah berupa hambatan promosi dan regulasi yang ketat, namun hal tersebut tidak menghalangi proses penetrasi pasar jika pelaku usaha dapat memenuhi ketentuan tersebut dan memiliki kapabilitas untuk memproduksi produk.

8.1.2 Pasar Susu Formula Usia di Atas 1 Tahun

1. Pada pasar susu formula usia di atas 1 tahun tidak ditemukan adanya regulasi pemerintah dan hak kekayaan intelektual yang menyebabkan pelaku usaha baru sulit

¹ Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 33 Tahun 2012 tentang Pemberian Air Susu Ibu Eksklusif, yang dimaksud dengan Air Susu Ibu Eksklusif adalah ASI yang diberikan kepada bayi sejak dilahirkan selama 6 (enam) bulan, tanpa menambahkan dan/atau mengganti dengan makanan atau minuman lain.

masuk ke dalam pasar. Namun saat ini sedang menunggu disahkannya Peraturan Menteri Kesehatan (Permenkes) tentang Standar Mutu Susu Formula untuk Usia 1-3 tahun. Setelah disahkannya peraturan ini, pelaku usaha yang memproduksi susu formula usia 1-3 tahun (termasuk susu formula usia di atas 1 tahun) harus mematuhi segala ketentuan yang di atur di dalamnya.

2. Dibuatnya Permenkes ini bukan merupakan hambatan bagi pelaku usaha untuk masuk ke dalam pasar melainkan untuk menjamin standar mutu susu sehingga konsumen terlindungi.
3. Dalam memasarkan produk susu formula usia di atas 1 tahun hanya diperlukan izin dari Badan Pengawas Obat dan Makanan, tidak ada regulasi khusus yang mengatur distribusi produk susu formula usia di atas 1 tahun.
4. Dengan demikian, tidak ada hambatan absolut bagi produsen untuk masuk ke pasar susu formula usia di atas 1 tahun.

8.2 Hambatan Struktural

8.2.1 Pasar Susu Formula Usia 0-6 Bulan

1. Biaya *Research and Development* (R & D) yang diperlukan untuk masuk ke dalam pasar susu formula usia 0-6 bulan sangat mahal dan membutuhkan waktu yang lama. Biaya ini merupakan *sunk cost* yang menghambat pelaku usaha baru untuk masuk ke pasar.
2. Teknologi yang dibutuhkan untuk memproduksi susu formula usia 0-6 bulan tidak rumit, yang rumit dan mahal adalah proses R & D untuk menemukan komposisi kandungan gizi/*indigrient* susu yang tepat yang sesuai dengan kebutuhan bayi usia 0-6 bulan.
3. *Switching cost* yang harus dikeluarkan konsumen untuk beralih ke merek lain jika ada kenaikan harga susu formula usia 0-6 bulan tidak besar, namun konsumen enggan untuk berpindah dari satu merek ke merek yang lain karena faktor kecocokan dan kepercayaan yang tinggi terhadap produk yang dipilih untuk dikonsumsi.

4. Berdasarkan data dari Euro Monitor (dari tahun 2007-2012) dan data dari AC Nielsen (dari tahun 2010 -2012), jumlah pelaku usaha dalam pasar susu formula usia 0-6 bulan tidak mengalami penambahan. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha sulit untuk masuk ke pasar susu formula usia 0-6 bulan.
5. Dengan demikian, terdapat hambatan struktural di pasar susu formula usia 0-6 bulan.

8.2.2 Pasar Susu Formula Usia di Atas 1 Tahun

1. Biaya R & D yang diperlukan untuk masuk ke dalam pasar susu formula usia di atas 1 tahun tidak semahal dan selama pada pasar susu formula usia 0-6 bulan. *Sunk cost* dari pasar ini adalah biaya iklan/promosi.
2. Teknologi yang dibutuhkan untuk memproduksi susu formula usia di atas 1 tahun tidak rumit.
3. *Switching cost* yang harus dikeluarkan konsumen untuk beralih ke merek lain jika ada kenaikan harga susu formula usia di atas 1 tahun tidak besar. Dibandingkan dengan konsumen pada pasar susu formula usia 0-6 bulan, konsumen susu pada pasar ini lebih fleksibel untuk mengganti susu ke merek lain apabila harga susu formula yang dikonsumsinya mengalami kenaikan harga.
4. Berdasarkan kebutuhan gizi dan kesiapan fisik, anak usia di atas 1 tahun sudah diperkenankan untuk mengkonsumsi susu cair (susu cair segar, susu Ultra High Temperature/UHT, susu pasteurisasi). Dari segi manfaat, fungsi, dan kegunaan, susu cair dapat dijadikan substitusi dari susu formula. Sehingga susu cair merupakan pesaing dari susu formula di atas 1 tahun.
5. Berdasarkan fakta, pelaku usaha yang memproduksi susu cair di Indonesia mulai bertambah. Misalnya PT Cisarua Mountain Dairy (Cimory berdiri tahun 2006) yang memproduksi susu cair segar dan berbagai produk olahan susu, PT Indomurni Dairy Industries yang memproduksi susu pasteurisasi, yoghurt, dan susu cair steril, PT Indolakto yang memproduksi susu kental manis dan UHT, PT Ultra Jaya Milk Industry yang memproduksi susu UHT dan produk minuman lainnya.

6. Dengan bertambahnya pelaku usaha yang memproduksi susu cair menunjukkan bahwa tidak ada hambatan bagi mereka untuk masuk dan bersaing dengan produsen susu lain di pasar susu formula usia di atas 1 tahun. Apalagi mengingat konsumsi susu penduduk Indonesia sekitar 11,02 kg/kapita/tahun setara susu segar masih jauh di bawah negara ASEAN (Philipina 22 kg/kapita/tahun, Malaysia 20 kg/kapita/tahun, Thailand 33 kg/kapita/tahun, dan Singapura 32 kg/kapita/tahun) ² menunjukkan bahwa konsumsi susu segar di Indonesia adalah rendah dan pasar susu di Indonesia masih berkembang sehingga memungkinkan bagi pelaku usaha baru untuk masuk ke pasar.
7. Dengan demikian, tidak terdapat hambatan struktural dalam pasar susu formula usia di atas 1 tahun.

IX. POTENSI PERILAKU ANTI PERSAINGAN

9.1 Kemungkinan Kerugian Konsumen Melalui Perilaku Unilateral

9.1.1 Pasar Susu Formula Usia 0-6 Bulan

1. Pada pasar susu formula usia 0-6 bulan pemegang posisi dominannya adalah Danone. Sementara gabungan penguasaan pasar antara PT NI dan PT WI berada di kisaran xxx. Dengan demikian, maka kecil kemungkinan akuisisi ini menimbulkan perilaku penyalahgunaan posisi dominan oleh PT NI.
2. Dengan demikian, potensi terjadinya perilaku unilateral untuk produk susu 0-6 bulan kecil terjadi.

9.1.2 Pasar Susu Formula Usia di Atas 1 Tahun

1. Pada pasar susu formula usia di atas 1 tahun kondisi pasar sangat berbeda di mana penguasaan oleh Danone tidak begitu dominan. Bahkan pangsa pasar Danone dan PT NI setelah akuisisi PT WI relatif sama, masing-masing berada di kisaran xxx. Dengan kondisi ini, PT NI merupakan pesaing signifikan bagi Danone dan diharapkan persaingan sehat akan terjadi.

² Pemaparan “Kebijakan Pengembangan Industri Pengolahan Susu” Dirjen Industri Agro, Kementerian Perindustrian, 2013.

2. Dengan demikian, potensi terjadinya perilaku unilateral untuk produk susu di atas 1 tahun kecil terjadi.

9.2 Kemungkinan Kerugian Konsumen Melalui Perilaku Kolusif

9.2.1 Pasar Susu Formula Usia 0-6 Bulan

1. Struktur pasar susu formula usia 0-6 tahun, mengalami perubahan dimana CR4 menjadi berada di kisaran xxx (Euro Monitor), dan xxx (AC Nielsen). Sebagaimana dicerminkan HHI, hasil perhitungan CR4 menggambarkan pasar yang semakin terkonsentrasi. Kondisi ini memungkinkan terjadinya potensi pengaturan oleh pelaku usaha dalam bentuk perilaku kolusif.
2. Pada pasar terkonsentrasi perilaku kolusif lebih mudah untuk dilakukan, oleh karena itu Komisi menaruh perhatian penuh terhadap produk susu formula usia 0-6 bulan dengan melakukan monitoring terhadap PT NI dan PT WI pasca akuisisi.
3. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa struktur pasar susu formula usia 0-6 bulan menjadi semakin terkonsentrasi setelah adanya akuisisi sehingga potensi perilaku kolusif menjadi lebih besar dan lebih mudah untuk dilakukan.

9.2.2 Pasar Susu Formula Usia di Atas 1 Tahun

1. Struktur pasar susu formula usia di atas 1 tahun, mengalami perubahan di mana CR4 menjadi berada di kisaran xxx (Euro Monitor), atau xxx (AC Nielsen). Sebagaimana dicerminkan HHI, hasil perhitungan CR4 menggambarkan pasar semakin terkonsentrasi. Kondisi ini memungkinkan terjadinya potensi pengaturan oleh pelaku usaha dalam bentuk perilaku kolusif.
2. Pada pasar terkonsentrasi perilaku kolusif lebih mudah untuk dilakukan, oleh karena itu Komisi menaruh perhatian penuh juga terhadap produk susu formula usia di atas 1 tahun dengan melakukan monitoring terhadap PT NI dan PT WI pasca akuisisi.
3. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa struktur pasar susu formula usia di atas 1 tahun menjadi semakin terkonsentrasi setelah adanya akuisisi sehingga potensi

perilaku kolusif menjadi lebih besar dan lebih mudah untuk dilakukan.

X. EFISIENSI

Terkait efisiensi manajemen atau teknis, baik PT NI maupun PT WI belum mengetahui kebijakan apa yang akan diterapkan oleh perusahaan pengendali terhadap seluruh anak perusahaan Nestle S.A. di Indonesia, sehingga belum dapat disimpulkan apakah efisiensi akan terjadi atau tidak setelah akuisisi.

XI. KEPAILITAN

1. Berdasarkan fakta dan data yang ada dalam proses Penilaian, proses akuisisi Wyeth (Hongkong) Holding Company Limited oleh Nestle S.A. tidak dilakukan dengan tujuan menyelamatkan perusahaan dari kondisi pailit. Akuisisi bertujuan untuk meningkatkan posisi dan penawaran produk bisnis nutrisi bayi, melengkapi produk, dan memperluas pasar Nestle S.A.;
2. Berdasarkan Laporan Keuangan dari Wyeth (Hongkong) Holding Company Limited, Komisi tidak menemukan adanya indikasi kepailitan, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepailitan bukan merupakan alasan yang melatarbelakangi adanya akuisisi.

XII. KESIMPULAN

Menimbang fakta-fakta dan analisis terhadap dampak yang terjadi pasca akuisisi saham Wyeth (Hongkong) Holding Company Limited oleh Nestle, diperoleh kesimpulan:

1. Pasar bersangkutan yang menjadi perhatian pada akuisisi ini adalah pasar susu formula usia 0-6 bulan dan pasar susu formula usia di atas 1 tahun.
2. Meskipun terdapat hambatan pada pasar susu formula usia 0-6 bulan berupa kebijakan/regulasi pemerintah berupa hambatan promosi dan regulasi yang ketat, namun hal tersebut tidak menghalangi proses penetrasi pasar jika pelaku usaha dapat memenuhi ketentuan tersebut dan memiliki kapabilitas untuk memproduksi produk. Sedangkan pada pasar susu formula usia di atas 1 tahun tidak ditemukan adanya hambatan absolut yang menyebabkan pelaku usaha baru sulit masuk ke dalam pasar.

3. Untuk produk susu formula 0-6 bulan, terdapat hambatan struktural berupa biaya R & D yang mahal dan membutuhkan waktu yang lama. Sedangkan pada pasar susu formula usia di atas 1 tahun tidak ditemukan adanya hambatan tersebut.
4. Potensi terjadinya perilaku unilateral akibat akuisisi pada pasar susu formula 0-6 bulan adalah kecil mengingat pemegang posisi dominan di pasar ini adalah pelaku usaha lain (Danone). Potensi terjadinya perilaku unilateral pada pasar susu formula usia di atas 1 tahun juga kecil terjadi. Di pasar ini akuisisi menjadikan PT NI pesaing signifikan bagi Danone dan diharapkan persaingan sehat akan terjadi.
5. Akuisisi telah menyebabkan pasar susu formula usia 0-6 bulan dan pasar susu formula usia di atas 1 tahun semakin terkonsentrasi. Pada pasar terkonsentrasi perilaku kolusif lebih mudah untuk dilakukan. Sehingga Komisi menaruh perhatian penuh terhadap kedua pasar ini dengan melakukan monitoring terhadap PT NI dan PT WI pasca akuisisi.
6. Pada akuisisi ini belum dapat disimpulkan apakah efisiensi akan terjadi atau tidak setelah akuisisi.
7. Terkait dengan pertimbangan kepailitan, maka dapat disimpulkan bahwa proses akuisisi ini tidak dilakukan dengan tujuan menyelamatkan perusahaan dari kondisi pailit.

XIII. PENDAPAT KOMISI

Berdasarkan kesimpulan di atas, Komisi berpendapat:

1. Tidak terdapat kekhawatiran adanya praktik monopoli yang diakibatkan oleh akuisisi saham Wyeth (Hongkong) Holding Company Limited oleh Nestle S.A.
2. Dengan mempertimbangkan besarnya potensi perilaku kolusif yang terjadi pada pasar susu formula usia 0-6 bulan dan pasar susu formula usia di atas 1 tahun maka untuk mencegah persaingan usaha tidak sehat, Komisi melakukan monitoring terhadap PT Nestle Indonesia dan PT Wyeth Indonesia dengan meminta para pihak untuk melaporkan:
 1. Data harga per bulan untuk produk susu formula usia 0-6 bulan dan produk susu formula usia di atas 1 tahun yang dilaporkan setiap 6 (enam) bulan selama jangka waktu 3 (tiga) tahun. Data diserahkan setiap bulan Juni dan Desember sampai tahun monitoring berakhir dengan data pertama diterima Komisi pada bulan Desember 2013.

2. Data volume penjualan per bulan untuk produk susu formula usia 0-6 bulan dan produk susu formula usia di atas 1 tahun yang dilaporkan setiap 6 (enam) bulan selama jangka waktu 3 (tiga) tahun. Data diserahkan setiap bulan Juni dan Desember sampai tahun monitoring berakhir dengan data pertama diterima Komisi pada bulan Desember 2013.
3. Bahwa pendapat Komisi hanya terbatas pada proses akuisisi saham Wyeth (Hongkong) Holding Company Limited oleh Nestle S.A. Jika di kemudian hari terdapat perilaku anti persaingan yang dilakukan baik para pihak maupun anak perusahaannya, maka perilaku tersebut tidak dikecualikan dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan atau Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Jakarta, 10 Juli 2013

KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA

Ketua,

t.t.d

Muhammad Nawir Messi