

Volume : 22, Nomor : 3
ISSN Online : 2613-9340
ISSN Offline : 1412-1255

ASPEK HUKUM PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT PADA PEDAGANG RITEL

Oleh :

1. Rini Novita
2. Diana Lubis

Abstract

One of the problems encountered when talking about the business climate is unfair competition. Basically the business world is concerned with or longs for big profits in its business sector. The form of business competition in retail traders is that business actors set prices below the market price that should be, between franchise minimarkets one with another vying to set prices far below the market price. The existence of price competition carried out by the franchised minimarkets can have a negative impact on traditional business actors in the vicinity of these locations, namely traditional traders losing consumers. The legal remedy for retail traders in dealing with conflicts between retail traders is to make a complaint or report to KPPU. Parties who suffer losses as a result of violations of Law Number 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition may report in writing to KPPU with complete information and include the identity of the complainant.

Keywords: Competition Unfair, Business, Retail.

Abstrak

Salah satu permasalahan yang dapat diidentifikasi ketika berbicara iklim usaha adalah adanya tindakan persaingan yang tidak sehat. Pada dasarnya dunia usaha mementingkan atau mendambakan keuntungan yang besar pada sektor usahanya. Bentuk persaingan usaha pada pedagang ritel adalah pelaku usaha menetapkan harga di bawah harga pasar yang seharusnya, antar minimarket waralaba satu dengan yang lainnya berlomba-lomba memasang harga jauh di bawah harga pasar. Adanya persaingan harga yang dilakukan oleh minimarket waralaba tersebut dapat

menimbulkan dampak negatif bagi pelaku usaha tradisional yang berada di sekitar lokasi tersebut yaitu pedagang tradisional kehilangan konsumen. Upaya hukum bagi pedagang ritel dalam menghadapi konflik antara pedagang ritel adalah dengan melakukan pengaduan atau laporan ke KPPU. Pihak yang dirugikan sebagai akibat terjadinya pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dapat melaporkan secara tertulis kepada KPPU dengan keterangan yang lengkap serta menyertakan identitas pelapor.

Kata Kunci : Persaingan Usaha, Tidak Sehat, Ritel.

PENDAHULUAN

Salah satu permasalahan ketika berbicara iklim usaha adalah adanya tindakan persaingan yang tidak sehat. Pada dasarnya dunia usaha mementingkan atau mendambakan keuntungan yang besar pada sektor usahanya. Hal ini yang secara langsung akan menuntut mereka memiliki posisi dominan dalam suatu pasar.

Memiliki posisi yang dominan di dalam suatu pasar adalah impian dari setiap pelaku usaha. Hal ini adalah wajar, dengan menjadi dominan dalam suatu pasar tentu akan memberikan keuntungan yang lebih maksimal terhadap para pelaku usaha. Oleh karena itu menjadi lebih unggul pada suatu pasar bukanlah merupakan suatu hal yang dilarang, bahkan hal ini tentunya akan memacu para pelaku usaha untuk melakukan efisiensi dan inovasi-inovasi untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan harga yang kompetitif di dalam persaingan yang ada dengan pelaku usaha lainnya dalam pasar tersebut.

Mencapai posisi dominan di suatu pasar bukanlah perkara yang mudah bagi setiap pelaku usaha, misalkan si pelaku usaha harus meningkatkan kemampuan keuangannya, kemampuan akses pada pasokan atau penjualan, serta kemampuan untuk

menyesuaikan pasokan atau permintaan barang atau jasa tertentu terlebih dahulu, barulah kemudian si pelaku usaha bisa mencapai kedudukan posisi dominan di dalam pasar.

Mencapai suatu posisi dominan dalam suatu pasar adalah hal yang tidak mudah, maka si pelaku usaha cenderung akan terdorong untuk melakukan segala cara untuk mencapai posisi dominan serta mempertahankannya agar tidak tergoyahkan oleh pelaku usaha lain, bahkan terkadang si posisi dominan melakukan tindakan-tindakan yang anti persaingan dalam mempertahankan posisi dominannya. Suatu hal yang tidak dapat dipungkiri bahwa negara tidak dapat berjalan maju tanpa adanya dunia usaha yang berkembang secara pesat dan efisien. Dunia usaha merupakan suatu dunia yang boleh dikatakan tidak dapat berdiri sendiri. Banyak aspek dari berbagai macam dunia lainnya turut terlibat secara langsung maupun tidak langsung dengan dunia usaha ini. Meskipun banyak orang yang beranggapan bahwa peningkatan perekonomian suatu negara bergantung dari kerja keras pelaku bisnis dan para pekerja lainnya, namun peraturan-peraturan dan perundang-undangan yang dikeluarkan oleh pembuatnya juga mempunyai andil yang besar.

Pesatnya perkembangan dunia usaha adakalanya tidak diimbangi dengan penciptaan rambu-rambu pengawas. Dunia Usaha yang berkembang terlalu pesat sehingga meninggalkan rambu-rambu yang ada jelas tidak akan menguntungkan pada akhirnya. Salah satu peraturan yang penting untuk mengatur kegiatan dunia usaha adalah yang mengatur bagaimana para pelaku usaha melakukan persaingan antar sesamanya.

Bagi dunia usaha persaingan harus dipandang sebagai hal positif. Persaingan disebut sebagai suatu elemen yang esensial dalam perekonomian modern. Pelaku usaha menyadari bahwa dalam dunia bisnis adalah wajar untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya, tetapi sebaiknya dilakukan melalui persaingan usaha yang jujur.

Persaingan memberikan keuntungan pada para pelaku usaha itu sendiri dan juga kepada konsumen. Dengan adanya persaingan, pelaku usaha akan berlomba-lomba untuk terus memperbaiki produk ataupun jasa yang dihasilkan, terus-menerus melakukan inovasi dan berupaya keras member produk untuk jasa yang terbaik bagi konsumen. Persaingan akan berdampak pada semakin efesiennya pelaku usaha dalam menghasilkan produk atau jasanya. Di sisi lain, dengan adanya persaingan, maka konsumen sangat diuntungkan karena mereka mempunyai pilihan dalam membeli produk atau jasa tertentu dengan harga yang murah dan kualitas yang baik.

Para ahli ekonomi mengatakan bahwa masyarakat yang ekonominya terbuka terhadap persaingan akan memiliki tingkat harga yang lebih rendah, produk yang lebih baik dan pilihan yang lebih luas bagi konsumennya. Untuk melaksanakan dan mengawasi hal tersebut maka undang-undang anti monopoli sangat diperlukan, karena dengan adanya undang-undang ini diharapkan adanya pengawasan terhadap tindakan para pelaku usaha, dan selanjutnya diharapkan pula akan tercapai adanya efisiensi ekonomi dan akan terpelihara tingkat harga barang dan jasa yang wajar dengan kualitas yang tinggi.

Dunia usaha merupakan suatu dunia yang tidak dapat berdiri sendiri. Banyak aspek

dari berbagai macam dunia lainnya turut terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dengan dunia usaha ini. Keterkaitan antara satu dengan yang lainnya kadangkala tidak memberikan prioritas atas dunia usaha, yang pada akhirnya membuat dunia usaha harus tunduk dan mengikuti rambu-rambu yang ada dan seringkali bahkan mengutamakan dunia usaha sehingga mengabaikan aturan-aturan yang telah ada. Negara memang tidak dapat berjalan dan maju tanpa adanya dunia usaha yang berkembang secara pesat dan efisien sebagai faktor penunjang.

Salah satu dunia usaha yang berada dalam arus persaingan adalah usaha di bidang ritel atau perusahaan ritel. Ritel adalah bagian paling akhir dari proses panjang sebuah pemasaran. Dalam artian, proses penjualan suatu produk yang ditujukan langsung untuk kebutuhan konsumen akhir. Konsumen akhir ini adalah pembeli barang atau pun jasa yang memanfaatkan produk yang dibelinya untuk keperluan personal atau untuk dikonsumsi secara pribadi. Pembeli terakhir ini membeli produk eceran dari sebuah perusahaan ritel semacam supermarket atau mini market tanpa ada niatan untuk menjual kembali.

Perusahaan ritel adalah perusahaan yang mengincar konsumen atau pembeli akhir. Dengan begitu, persebarannya pun tidak berpusat pada satu titik keramaian, tetapi menyebar ke hampir seluruh pelosok suatu daerah, maka, tidak perlu heran jika pada saat ini perusahaan ritel sekelas minimarket yang berkembang dan memenuhi tiap pelosok daerah layaknya pertumbuhan jamur di musim penghujan. Satu tujuan pasti yang ingin diraih perusahaan ritel apapun tentu keuntungan yang maksimal. Alasan inilah yang mendorong

pemilik perusahaan ritel semacam Alfamart, Indomart, dan lain sebagainya, untuk membangun dan membuka cabang sebanyak-banyaknya guna mengeruk seluruh uang dari konsumen akhir tadi.

Salah satu bentuk nyata dari kekuatan modal merupakan kekuatan utama dari *riteller* adalah adanya bentuk-bentuk ritel yang dipengaruhi oleh modal besar. Muncullah perusahaan ritel-ritel besar seperti Hypermart, Carrefour, Matahari Departement Store, Ramayana, Suzuya, Macan Yohan, Naga Mas, Berastagi Departement Store dan lain sebagainya. Perusahaan ritel ini memiliki perbedaan yang mendasar dengan perusahaan ritel yang disebutkan di atas, hal ini dikarenakan perusahaan ritel ini memiliki modal yang besar.

Beberapa permasalahan yang berkaitan dengan penulisan ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk persaingan usaha pada pedagang *ritel*.
2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen.

METODE PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah persaingan usaha pada pedagang ritel. Penelitian ini bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk memberikan data yang seteliti mungkin. Penelitian deskriptif ini dimulai dengan pengumpulan data yang berhubungan dengan pembahasan di atas, lalu menyusun, mengklasifikasikan dan menganalisisnya serta kemudian menginterpretasikan data, sehingga diperoleh gambaran yang jelas tentang fenomena yang diteliti.

Metode pendekatan yang dilakukan adalah dengan menggunakan pendekatan yuridis normatif dan yuridis empiris. Metode pendekatan yuridis normatif dipergunakan untuk mempelajari peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perjanjian *franchis*, sehingga dapat diketahui apakah landasan legalitas yang ada telah memadai untuk mengatur persaingan usaha pada pedagang ritel. Sedangkan pendekatan yuridis empiris dilakukan dengan mengumpulkan bahan-bahan yang relevan dengan permasalahan dari skripsi ini dengan mengadakan wawancara dengan pedagang ritel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pasal 1 angka 7 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyatakan bahwa : “Perjanjian adalah suatu perbuatan satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikatkan diri terhadap satu atau lebih pelaku usaha lain dengan nama apapun baik secara tertulis maupun secara lisan.”

Berdasarkan perumusan pengertian tersebut, dapat disimpulkan unsur-unsur perjanjian menurut konsepsi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat meliputi :

1. Perjanjian terjadi karena suatu perbuatan
2. Perbuatan tersebut dilakukan oleh pelaku usaha sebagai para pihak dalam perjanjian
3. Perjanjian dapat dibuat secara tertulis atau tidak tertulis
4. Tidak menyebut tujuan perjanjian.

Dibandingkan dengan definisi yang diberikan dalam Pasal 1313 KUHPerdara yang merumuskan perjanjian sebagai suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih, maka dapat dilihat bahwa pada prinsipnya secara esensi tidak ada suatu perbedaan yang berarti, hanya saja dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat definisi yang telah diberikan secara tegas menyebutkan pelaku usaha sebagai subjek hukumnya, yaitu setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai usaha dalam bidang ekonomi.

Jenis-jenis perjanjian yang dilarang oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat diatur dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 16. Dilarangnya jenis-jenis perjanjian sebagaimana diuraikan di bawah ini karena dapat mengakibatkan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Adapun jenis-jenis perjanjian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Oligopoli

Oligopoli adalah sebuah keadaan pasar dimana jumlah dari produsen dan pembeli barang hanya sedikit, sehingga mereka atau seseorang dari mereka dapat mempengaruhi harga pasar.

1. Penetapan harga.

Perjanjian penetapan harga yang dilarang dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun

1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat meliputi empat jenis perjanjian yaitu:

2. Penetapan harga (*price fixing*)

Larangan perjanjian penetapan harga terdapat dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang menyatakan bahwa : “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas mutu suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama.”

3. Diskriminasi harga (*price discrimination*)

Pasal 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyatakan bahwa “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan atau jasa yang sama.” Jadi dalam pasal ini adalah adanya sebuah perjanjian antar pelaku usaha yang mengakibatkan adanya perlakuan yang berbeda antara pembeli satu dengan pembeli yang lain. Pembeli yang satu harus membayar lebih tinggi atau lebih murah dari pembeli yang lain terhadap barang atau jasa yang sama. Hal ini tidak diperbolehkan karena akan menyebabkan adanya persaingan usaha yang tidak sehat antara pelaku usaha.

4. Penetapan harga dibawah harga pasar atau jual rugi (*predatory price*)

Pasal 7 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyatakan bahwa “Pelaku usaha dilarang

membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.” Pada satu sisi, penetapan harga dibawah biaya marginal akan menguntungkan konsumen dalam jangka pendek, tetapi di pihak lain akan sangat merugikan pesaing (produsen lain). *Predatory pricing* ini sebenarnya merupakan hasil dari perang harga tidak sehat antara pelaku usaha dalam rangka merebut pasar.

5. Pengaturan harga jual kembali (*resale price maintenance*)

Pasal 8 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyatakan bahwa : “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa penerima barang dan atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang dan atau jasa yang diterimanya, dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.”

6. Pembagian Wilayah

Pasal 9 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyatakan bahwa : “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya yang bertujuan untuk membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar terhadap barang dan atau jasa sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.”

Berdasarkan Pasal 9 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak

Sehat, perjanjian pembagian wilayah yang terkena larangan adalah jika isi perjanjian pembagian wilayah yang dimaksud bertujuan membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar terhadap suatu produk barang dan /atau jasa, dimana perjanjian itu dapat menimbulkan praktik monopoli dan /atau persaingan usaha tidak sehat.

7. Pemboikotan.

Pemboikotan ini merupakan perjanjian horizontal antara pelaku usaha pesaing untuk menolak mengadakan hubungan dagang dengan pelaku usaha lain.

8. Kartel.

Larangan perjanjian kartel diatur dalam Pasal 11 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang berbunyi: "pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya yang bermaksud untuk memengaruhi harga dengan mengatur produksi dan atau pemasaran suatu barang yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli atau persaingan usaha tidak sehat."

Praktik kartel merupakan salah satu strategi yang diterapkan diantara pelaku usaha untuk dapat memengaruhi harga dengan mengatur jumlah produksi mereka. Mereka berasumsi apabila produksi mereka di dalam pasar dikurangi, sedangkan permintaan terhadap produk mereka di dalam pasar tetap maka akan berakibat pada naiknya harga ke tingkat yang lebih tinggi. Sebaliknya, apabila di dalam pasar produk mereka melimpah, sudah tentu akan berdampak terhadap penurunan harga produk mereka di pasar.

9. *Trust*

Pasal 12 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyatakan bahwa : "Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk melakukan kerja sama dengan membentuk gabungan perusahaan atau perseroan yang lebih besar, dengan tetap menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidup masing-masing perusahaan atau perseroan anggotanya, yang bertujuan untuk mengontrol produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat."

10. Oligopsoni

Oligopsoni adalah struktur pasar yang di dominasi oleh sejumlah konsumen yang memiliki kontrol atas pembelian. Struktur pasar ini memiliki kesamaan dengan struktur pasar oligopoli. Hanya saja struktur pasar ini terpusat di pasar input. Dengan demikian, distorsi yang di timbulkan oleh kolusi antar pelaku pasar akan mendistorsi pasar input. Oligopsoni merupakan salah satu bentuk praktik antipersaingan yang cukup unik. Hal ini karena dalam praktik oligopsoni, yang menjadi korban adalah produsen atau penjual, sedangkan biasanya untuk bentuk-bentuk praktik antipersaingan lain (seperti penetapan harga, diskriminasi harga, dan kartel) yang menjadi korban umumnya adalah konsumen.

Oligopsoni, konsumen membuat kesepakatan dengan konsumen lain dengan tujuan agar mereka secara bersama-sama dapat menguasai pembelian atau penerimaan pasokan yang pada akhirnya dapat mengendalikan harga atas barang atau jasa pada pasar yang bersangkutan. Dengan

demikian, secara sederhana dapat di katakan bahwa oligopsoni adalah keadaan ketika dua atau lebih pelaku usaha menguasai penerimaan pasokan atau menjadi pembeli tunggal atas barang dan/atau jasa dalam sebuah pasar komoditas.

Adanya praktik oligopsoni, produsen atau penjual tidak memiliki alternatif lain untuk menjual produk mereka selain kepada pihak pelaku usaha yang telah melakukan perjanjian oligopsoni. Tidak adanya pilihan lain bagi pelaku usaha untuk menjual produk mereka selain kepada pelaku usaha yang melakukan praktik oligopsoni, mengakibatkan mereka hanya dapat menerima harga yang sudah ditentukan oleh pelaku usaha yang melakukan praktik oligopsoni.

11. Integrasi Vertikal

Pasal 14 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyatakan bahwa: “pelaku usaha di larang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang bertujuan untuk menguasai produksi sejumlah produk yang termasuk dalam rangkaian produksi barang dan/atau jasa tertentu yang mana setiap rangkaian produksi merupakan hasil pengolahan atau proses lanjutan, baik dalam satu rangkaian langsung maupun tidak langsung, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat dan/atau merugikan masyarakat.”

Integrasi vertikal merupakan perjanjian yang terjadi antara beberapa pelaku usaha yang berada pada tahapan produksi atau operasi dan/atau distribusi yang berbeda, namun saling terkait. Bentuk perjanjian yang terjadi berupa penggabungan beberapa atau seluruh kegiatan

operasi yang berurutan dalam sebuah rangkaian produksi atau operasi.

12. Perjanjian Tertutup

Perjanjian tertutup adalah suatu perjanjian yang terjadi antara mereka yang berada pada level yang berbeda pada proses produksi atau jaringan distribusi suatu barang atau jasa. Perjanjian tertutup ini terdiri atas *exclusive distribution agreement* dan *tying agreement*.

13. Perjanjian dengan pihak luar negeri

Perjanjian dengan pihak luar negeri menjadi terlarang jika melakukan perjanjian yang dapat merusak persaingan usaha dan melakukan tindak monopoli. Larangan perjanjian dengan pihak luar negeri dalam Pasal 16 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang menyatakan bahwa : “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pihak lain di luar negeri yang memuat ketentuan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”.

Berdasarkan pasal tersebut, terdapat ketentuan khusus untuk melakukan perjanjian dengan pelaku usaha lain. Adapun pengguna pasal ini adalah pada kasus bilamana suatu perusahaan asing tidak melakukan kegiatan di pasar Indonesia, tetapi berpengaruh dengan pasar Indonesia melalui perjanjian. Dengan kata lain, Pasal 16 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, tidak dapat di terapkan terhadap perjanjian bilamana kedua belah pihak berkedudukan di luar negeri, sedangkan dampaknya hanya terasa di Indonesia.

Berdasarkan Pasal 25 ayat (2) huruf a Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, minimarket waralaba telah memenuhi ketentuan memiliki pasar dominan secara kuantitatif. Karena di Pasal tersebut dikemukakan bahwa pelaku usaha dikatakan memiliki posisi dominant apabila telah menguasai 50% atau lebih pangsa pasar suatu jenis barang dan jasa tertentu. Menurut observasi penulis, minimarket waralaba Alfamart dimungkinkan dapat memenuhi ketentuan pasar dominan, hal itu disebabkan karena banyaknya gerai minimarket waralaba yang muncul di lokasi yang strategis dan mudah dijangkau masyarakat, alasan lainnya adalah karena untuk jenis produk kebutuhan rumah tangga sehari-hari seperti produk makanan dan minuman dalam kemasan siap saji, kebutuhan Sembilan bahan pokok serta *fresh product*, dan *household product*; menurut penulis, minimarket waralaba telah berhasil memenangkan persaingan dengan pedagang ritel tradisional di sekitarnya.

Pasal 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyebutkan bahwa pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya beraskan ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum. Sedikit catatan mengenai demokrasi ekonomi bahwa belum ada definisi yang pasti mengenai demokrasi ekonomi, bahkan di Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat sendiri tidak ada penjelasan resmi.

Pasal 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat apabila ditelaah terdapat ciri khas dari hukum persaingan usaha di Indonesia. Dengan adanya asas demokrasi ekonomi yang memperhatikan keseimbangan antara pelaku usaha dan kepentingan umum, maka hukum persaingan usaha Indonesia tidak hanya mempersoalkan terwujudnya iklim persaingan yang sehat dan efisiensi yang dapat tercapai, namun juga mempersoalkan kepentingan umum. Pelaksanaan kegiatan usaha oleh pelaku usaha tidak hanya sekedar memperhatikan perwujudan dari iklim persaingan yang sehat lalu efisiensi, namun juga harus memperhatikan kepentingan umum.

Sehubungan dengan dua tujuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terdapat pengertian kepentingan umum. Ada dua pemikiran mengenai kepentingan umum dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yaitu pemikiran pertama didasarkan pada latar belakang pembentukan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yakni untuk mengatasi ketimpangan ekonomi, dengan demikian kepentingan umum harus diartikan sebagai kepentingan yang lebih dikhususkan pada pelaku usaha kecil. Agar tidak menimbulkan keresahan masyarakat, pelaksanaan kegiatan usaha oleh pelaku usaha besar pada titik tertentu harus memperhatikan keseimbangannya dengan kepentingan umum agar terjamin kepastian kesempatan berusaha

yang sama bagi pelaku usaha besar, menengah, dan kecil. Lebih lanjut pada titik tertentu pelaku usaha harus menjaga kepentingan umum dalam upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Dasar pemikiran pertama tersebut oleh KPPU ditegaskan dalam penanganan kasus Alfamart dalam putusan KPPU No : 3/KPPU-L-I/2000, dinyatakan bahwa dalam pengembangan usahanya, PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk (Alfamart) kurang memperhatikan prinsip keseimbangan sesuai asas demokrasi ekonomi antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum. Dikatakan bahwa persaingan antara pelaku usaha besar dan pelaku usaha kecil telah menimbulkan gangguan keseimbangan bagi kepentingan umum karena pelaku usaha kecil terancam kelangsungannya sehingga potensial meningkatkan pengangguran yang lebih besar, telah terjadi keresahan sosial.

Terdapat kasus yang terjadi di daerah Jakarta, Bogor, Tangerang, dan Bekasi sebagian besar dari 129 pelaku usaha kecil menyatakan bahwa berdirinya Alfamart mempunyai dampak negatif terhadap usaha mereka. Hal tersebut juga terjadi di wilayah Kota Medan. Penelitian yang dilakukan penulis terhadap salah seorang pemilik usaha kecil di daerah Jalan Letda Sujono Kota Medan juga menyatakan bahwa Alfamart menimbulkan eksekusi terhadap kelangsungan usaha miliknya, yakni penghasilan atau omset penjualan menjadi menurun drastis, kehilangan konsumen, dan biaya kehidupan rumah tangga mereka terancam, karena sebelumnya usaha tersebut merupakan mata pencaharian untuk biaya kehidupan sehari-hari.

Gangguan keseimbangan lebih potensial menimbulkan kerugian berupa penurunan kesejahteraan pelaku usaha kecil karena kemunduran usaha dan karena kalah bersaing dengan pelaku usaha besar yang mempunyai dukungan permodalan, manajemen, dan akses kepada sumber barang yang lebih baik.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat telah menjadi dasar atau landasan bagi KPPU dalam menjalankan tugasnya. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat memberikan mandat kepada KPPU untuk melakukan pengawasan terhadap kelangsungan kegiatan usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha baik pelaku usaha besar, menengah, dan kecil serta KPPU dapat memberikan sanksi hukum kepada pelaku usaha yang benar-benar telah melanggar ketentuan-ketentuan yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Berdasarkan pembahasan tersebut di atas, perlindungan hukum yang diberikan oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terhadap kelangsungan usaha dari pelaku usaha kecil di pasar tradisional sehubungan dengan semakin maraknya pelaku usaha di pasar modern didasarkan pada asas dan tujuan dari Pasal 2 dan 3 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

KESIMPULAN

Bentuk persaingan usaha pada pedagang *ritel* adalah pelaku usaha menetapkan harga di bawah harga pasar yang seharusnya, antar minimarket waralaba satu dengan yang lainnya berlomba-lomba memasang harga jauh dibawah harga pasar. Adanya persaingan harga yang dilakukan oleh minimarket waralaba tersebut dapat menimbulkan dampak negatif bagi pelaku usaha tradisional yang berada di sekitar lokasi tersebut yaitu pedagang tradisional kehilangan konsumen.

Perlindungan hukum terhadap persaingan usaha yang tidak sehat pada pedagang ritel yang diberikan oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terhadap kelangsungan usaha dari pelaku usaha di pasar tradisional sehubungan dengan semakin maraknya pelaku usaha di pasar modern didasarkan pada asas dan tujuan dari Pasal 2 dan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Perlindungan tersebut akibat maraknya pelaku usaha di pasar modern telah menimbulkan banyak dampak negatif terhadap pelaku usaha di pasar tradisional. Apabila menimbulkan banyak dampak negatif, KPPU berdasarkan laporan dari setiap masyarakat ataupun tanpa laporan (inisiatif KPPU) dapat menghentikan pelaksanaan kegiatan usaha dari pelaku usaha di pasar modern dan memberikan sanksi sesuai dengan ketentuan yang ada dalam Keputusan KPPU Nomor: 5/KPPU/Kep/IX/2000.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Yani dan Gunawan Widjaja., *Seri Hukum Bisnis Anti Monopoli*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2016
- Ari Siswanto, *Hukum Persaingan Usaha*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2004.
- Asril Sitompul, *Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Tinjauan Terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999)*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2019.
- Ayudha D. Prayoga, *Persaingan Usaha dan Hukum Yang Mengaturnya di Indonesia*, ELIPS dan Partnership for *Business Competition*, Jakarta, 2019.
- Az. Nasution. *Hukum Perindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Daya Widya, Jakarta, 2018.
- Bambang Sunggono., *Metode Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo Perkasa, Jakarta, 2013.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2018
- Ditha Wiradiputra, *Pengantar Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Universitas Indonesia, Jakarta, 2016.
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2013.
- Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis : Mereger Perspektif Monopoli*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2012.
- Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Transmedia Pustaka, Jakarta, 2018.
- Munir Fuady, *Hukum Anti Monopoli Menyongsong Era Persaingan Sehat*, Citra Aditya Bhakti, 2019
- Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha*, Rajawali Pers, Jakarta, 2010.
- Ningrum Natasya Sirait, *Asosiasi dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Pustaka Bangsa Press, Medan, 2013.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Aneka Ilmu, Jakarta, 2011
- Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha di*



Indonesia, Gramedia Pustaka Utama,
Jakarta, 2014.

Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*
Indonesia, Grasindo, Jakarta, 2010