

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian yang berkembang pada saat ini berkembang ke arah orientasi pasar yang dimana terjadinya persaingan di berbagai kegiatan dalam perekonomian nasional. Persaingan berpotensi mendorong terjadinya peningkatan jumlah pelaku usaha yang pada gilirannya akan meningkatkan jumlah penawaran dan jenis barang yang tersedia di pasar. Terciptanya persaingan usaha yang sehat diharapkan tidak terjadi pemusatan kekuatan ekonomi pada seseorang atau suatu kelompok tertentu. Pemusatan kekuatan ekonomi dapat memicu pelaku usaha untuk menyalahgunakan posisi ini.<sup>1</sup>

Pada saat ini dunia usaha banyak diwarnai oleh perilaku pelaku usaha yang tidak sehat. Pelaku usaha cenderung memupuk insentif untuk mendapatkan kekuatan pasar sehingga memperoleh keleluasaan untuk mengendalikan harga dan faktor-faktor lain yang menentukan transaksi usaha. Untuk menciptakan kekuatan pasar tersebut maka pelaku usaha melakukan tindakan-tindakan yang dapat merugikan pesaingnya, seperti melakukan pembatasan pasar (*market restriction*), membuat rintangan pedangang (*barrier to entry*) masuk pasar, mengadakan kesepakatan kolusif (*collusive agreements*) untuk mengatur harga, membatasi *output*, mengatur pasar, dan menjalankan praktik anti persaingan lainnya. Kondisi pasar demikian merupakan kegagalan pasar yang dapat mengakibatkan pengalokasian sumber daya yang tidak efisien dan mempunyai pengaruh yang merugikan kinerja industri dan perkembangan perekonomian. Suatu lingkungan

---

<sup>1</sup>KPPU, *Pedoman Pasar 20 Jual Rugi*, ([http://www.go.id/docs/Pedoman/pedoman\\_pasar\\_20\\_jual\\_rugi.pdf](http://www.go.id/docs/Pedoman/pedoman_pasar_20_jual_rugi.pdf) diakses pada tanggal 10 Juni 2020)

yang dinamis dan kompetitif dalam era persaingan usaha harus didukung oleh perangkat hukum dan sejumlah kebijakan persaingan yang kondusif, agar dapat mendorong persaingan usaha yang sehat dan terciptanya suatu ekonomi pasar yang efisien.

Dalam upaya menjamin kondisi persaingan usaha yang sehat maka diterbitkan UUNo. 5/1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pelaksanaan UU No. 5/1999 yang efektif dapat menjadi suatu dasar penggerak restrukturisasi ekonomi dan pada gilirannya akan dapat menciptakan budaya persaingan sehingga dapat terus menerus mendorong dan meningkatkan jumlah pelaku usaha.<sup>2</sup>

Salah satu bentuk perilaku anti persaingan yang menjadi perhatian UU No.5/1999 adalah melakukan jual rugi atau menepatkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan dan atau mematikan usaha persaingan di pasar bersangkutan atau *predatory pricing*. Jual rugi adalah suatu strategi penetapan harga oleh pelaku usaha untuk menyingkirkan persaingan dari pasar bersangkutan dalam upaya mempertahankan posisinya sebagai monopolis atau dominan.

Pasar merupakan faktor kunci dalam hukum persaingan. Peran penting pasar bagi persaingan dijelaskan dengan menekankan terwujudnya pasar yang berfungsi sebagai pra syarat pertama yang harus dipenuhi dalam kebijakan ekonomi nasional, selain mekanisme harga. Konsep pasar diakui mewakili konsep dasar ketika dilakukan analisis persaingan. Konsep dasar bersangkutan digunakan untuk mengidentifikasi produk dan kegiatan yang bersaing dalam bisnis.

---

<sup>2</sup>*Ibid*

Pelaku pasar menggunakan banyak cara dengan tujuan untuk menguasai pasar. Ada beberapa perbuatan yang dilakukan pelaku pasar yang diatur menurut hukum persaingan karena dinyatakan sebagai pelanggaran dan dapat mengakibatkan terganggunya proses persaingan, tidak tercapainya efisiensi, serta tidak teralokasinya sumber daya. Akan terjadi juga perpindahan kesejahteraan konsumen ke kesejahteraan produsen sehingga pada akhirnya konsumen akan dirugikan dalam hal harga, kualitas, dan pilihan produk. Oleh sebab itu dalam upaya memenangkan persaingan, berbagai cara dilakukan oleh pelaku untuk mencoba mengusir pesaingnya dari pasar. Persaingan sehat dalam dunia usaha mendapatkan keuntungan terjadi dalam berbagai bentuk, misalnya harga, jumlah, pelayanan, ataupun kombinasi berbagai faktor yang akan dinilai oleh konsumen. Namun di samping upaya melakukan persaingan yang sehat banyak pelaku usaha yang juga melakukan perbuatan yang melanggar undang-undang untuk memenangkan persaingan. Salah satu cara untuk melakukan upaya monopoli dan persaingan tidak sehat adalah melakukan perjanjian penjual secara rugi. Menjual di bawah harga modal (menjual rugi) merupakan suatu tindakan menjual suatu produk di bawah harga modal atau di bawah harga produksi, dengan harapan dapat mengalahkan saingan produk sejenis.

Karena itu sesuai dengan tujuan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yaitu mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku

usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil, maka UU No. 5 Tahun 1999 mengatur beberapa perilaku dan kegiatan yang dilarang dan yang dapat mengakibatkan persaingan tidak sehat. Berkaitan dengan larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, salah satu kegiatan yang dilarang adalah pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi (*predatory pricing*).

Di dalam UU No. 5 Tahun 1999 dalam Pasal 20 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyebutkan “bahwa pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”.<sup>3</sup>

Secara sederhana, menjual rugi dapat digambarkan ketika perusahaan yang memiliki posisi dominan atau kemampuan keuangan yang kuat (*deep pocket*) menjual produknya dibawah harga produksi dengan tujuan untuk memaksa pesaingnya keluar dari pasar. Setelah memenangkan persaingan, perusahaan tersebut akan menaikkan harga kembali di atas harga pasar dan berupaya mengembalikan kerugiannya dengan mendapatkan keuntungan dari harga monopoli (karena pesaingnya telah keluar dari pasar).<sup>4</sup>

Produsen yang melakukan jual rugi dalam hal ini memasokkan produksinya ke beberapa industri retail dengan harga di bawah produksi. Bisnis retail tersebut misalnya seperti supermarket, *department store* dan pasar grosir lainnya. Industri retail merupakan industri yang strategis dalam kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia. Perkembangan bisnis ritel di Indonesia dapat dikatakan cukup pesat akhir-akhir ini, terutama ritel modern dalam semua variasi jenisnya.

---

<sup>3</sup>I Dw Gd Riski Mada A.A Sri Indrawati, *Praktek Jual Rugi (Predatory Pricing) Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha*, (Bali, Universitas Udayana)

<sup>4</sup>*Ibid*

Beberapa faktor pendukung perkembangan usaha ritel modern diantaranya adalah cukup terbukanya peluang pasar, perkembangan usaha manufaktur yang akan memasok produknya ke retailer (peritel), dan upaya pemerintah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dengan cara salah satunya mengembangkan bisnis ritel. Perkembangan yang dialami bisnis ritel, dalam perjalanannya bukannya tanpa menimbulkan masalah sama sekali. Banyaknya pemain dalam bisnis ritel membuat persaingan menjadi sangat ketat. Peritel besar, terutama perusahaan asing, semakin gencar melakukan ekspansi bisnisnya di Indonesia. Peritel modern kecil dan peritel tradisional menjadi pihak yang berada dalam kondisi yang tidak menguntungkan. Pengamatan para pakar dan peneliti bisnis ritel umumnya sampai pada kesimpulan bahwa kehadiran peritel besar dalam bentuk hipermarket, supermarket, department *store*, dan lain-lain, membahayakan kelangsungan hidup bisnis ritel kecil dan tradisional., dalam sebuah pengamatannya terhadap kehadiran hipermarket menyatakan bahwa, dari kehadiran *hypermarket* terdapat dua kemungkinan yang ditimbulkan yaitu toko lokal atau warung yang tutup atau peritel skala kecil mengurangi karyawannya karena omzetnya berkurang. Persaingan dalam bisnis ritel bahkan meluas dengan keterlibatan para pemasok (*supplier*). Sebuah peristiwa yang muncul menjadi berita, pemasok meminta pemerintah segera mengawasi penerapan Permendag No. 53/ 2008 Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional. Sebab, masih ada pengecer (peritel) yang mematok potongan harga tetap (*fixed rebate*) sebesar 8% dari ketentuan maksimal 1%.

Hal ini menggambarkan adanya titik rentan hubungan peritel dengan pemasok dimana pada tahapan selanjutnya memicu persaingan antar pemasok. Tulisan ini hendak mengurai karakteristik dasar persaingan bisnis ritel sebagai pijakan analisis persaingan bisnis ritel yang lebih mendalam. Dengan demikian pembahasan dimulai dari pemahaman mengenai bisnis ritel, lingkungan bisnis yang menggambarkan letak potensi persaingan bisnis ritel, deskripsi persaingan bisnis secara umum, hingga akhirnya pembahasan secara spesifik mengenai persaingan bisnis ritel.<sup>5</sup>

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah praktik jual rugi diperbolehkan menurut Undang-Undang No.5 Tahun 1999?
2. Apakah akibat hukum bagi pelaku usaha yang melakukan praktik jual rugi (Swalayan Maju Bersama Glugur)?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan penelitian pembahasan dalam skripsi ini berdasarkan uraian diatas adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui praktik jual rugi menurut Undang-Undang No.5 Tahun 1999
2. Untuk mengetahui akibat hukum terhadap pelaku usaha yang melakukan praktik jual rugi

---

<sup>5</sup>Tri Joko Utomo, *Lingkungan Bisnis Dan Persaingan Bisnis Ritel*, Fokus Ekonomi Vol. 5 No. 1 Juni 2010, hlm, 70 – 80

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

- a. Menerapkan teori-teori yang diperoleh dari bangku perkuliahan dan menghubungkannya dengan praktik lapangan.
- b. Sebagai suatu bentuk penambahan literatur dibidang hukum bisnis khususnya dalam lingkup hukum persaingan usaha.

##### 2. Manfaat Praktikan

Sebagai suatu bentuk sumbangan pemikiran dan masukan para pihak yang berkepentingan khususnya dalam hal yang menyangkut tentang persaingan usaha dalam kajian perihal menjual rugi.

##### 3. Manfaat Bagi Penulis

Sebagai syarat kelulusan penulis sebagai mahasiswa di Fakultas Hukum Universitas HKBP Nommensen Jurusan Hukum Bisnis.

Selain itu juga untuk mengerti bagaimana tinjauan hukum terhadap Praktik Jual Rugi dalam Industri Ritel Menurut UU No.5 Tahun 1999

## BAB II TINJAUAN

### PUSTAKA

#### A. Tinjauan Umum Tentang Hukum Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak

##### Sehat

#### 1. Pengertian Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Monopoli merupakan istilah yang dipertentangkan dengan persaingan. Meskipun demikian, ternyata belum ada kesepakatan luas mengenai apa itu yang dimaksud dengan monopoli. Secara etimologi, kata monopoli berasal dari kata Yunani *'monos'* yang berarti sendiri dan *'polein'* yang berarti penjual. Secara sederhana orang lantas memberikan pengertian monopoli sebagai suatu kondisi di mana hanya ada satu penjual yang menawarkan (*supplay*) suatu barang atau jasa tertentu.<sup>6</sup>

Dalam perkembangannya, istilah monopoli sering dipakai orang untuk menunjukkan tiga titik berat yang berbeda.

*Pertama*, istilah monopoli dipakai untuk menggambarkan suatu struktur pasar (keadaan korelatif permintaan dan penawaran). Meiners, misalnya, memberi defenisi monopoli sebagai berikut.

*“A market structure in which the output of an industry is controllly is controlled by a single or a group of sellers makin joint decision regarding production and price.”* Dari pendapat Meiners di atas dapat dilihat bahwa ia sedikit ‘keluar’ dari defenisi etimolohis yang mensyaratkan keberadaan satu saja penjual di dalam monopoli.

---

<sup>6</sup>Arie Siswanto, *Hukum Persaingan Usaha*, 2002, (Bogor: Ghalia Indoensia), hlm. 18



*Kedua*, istilah monopoli juga sering dipergunakan untuk menggambarkan suatu posisi.

*Ketiga*, istilah monopoli juga digunakan untuk menggambarkan kekuatan (*power*) yang dipegang oleh penjual untuk menguasai penawaran, menentukan harga, serta memanipulasi harga.<sup>7</sup>

Dalam pasal 1 (a) Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Praktik Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, pengertian monopoli adalah penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha. Dan Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, 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, meyenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.<sup>8</sup>

Monopoli terbentuk jika hanya satu pelaku usaha mempunyai kontrol eksekutif terhadap pasokan barang dan jasa di suatu pasar, dan dengan demikian juga terhadap penentuan harganya. Dengan tidak adanya persaingan, monopoli (atau monopsini) merupakan pemusatan kekuatan pasar di satu tangan, bila di samping kekuatan tunggal itu tidak ada persaingan-persaingan lain maupun persaingannya kurang berarti, pasarnya bersifat monopolistis atau monopsonistis. Karena pada kenyataannya monopoli sempurna jarang ditemukan, dalam praktiknya sebutan monopoli juga diberlakukan bagi pelaku yang menguasai bagian terbesar pasar.<sup>9</sup>

Dalam hal praktik monopoli, yang berarti menekankan pada proses monopoli dapat melihat beberapa hal sebagai berikut, yakni penentuan mengenai pasar bersangkutan, penilaian terhadap pasar, dan adanya kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk menguasai pasar. Pada praktik monopoli berarti mengabaikan monopoli yang terjadi secara alamiah. Monopoli dapat dibagi menjadi dua cara, *pertama*, monopoli alamiah (*natural monopoly*) yang terjadi akibat kemampuan seseorang atau sekelompok pelaku usaha yang mempunyai satu kelebihan tertentu sehingga membuat pelaku usaha lain kalah

---

<sup>7</sup>*Ibid*, hlm. 19

<sup>8</sup>Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Pasal 1 (a)

<sup>9</sup>Suyud Margono, *Hukum Anti Monopoli*, 2009, (Jakarta: Sinar Grafika), hlm. 5

bersaing. *Kedua*, monopoli berdasarkan *monopoly by law*) yakni monopoli yang berasal dari pemberian negara seperti yang termaksud dalam pasal 33 UUD 1945 yang selanjutnya dilindungi oleh UU dan peraturan bawahnya. Misalnya, pada perusahaan listrik negara, Pertamina, Pelni, dan sebagainya.<sup>10</sup>

Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 Pasal 1 (f) Persaingan usaha tidak sehat didefinisikan sebagai persaingan antara pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawam hukum atau menghambat perasingan usaha.<sup>11</sup>

Secara umum hukum persaingan usaha dapat dikatakan sebagai hukum yang mengatur segala sesuatu yang berakitan dengan persaingan usaha. Untuk memperoleh pengertian yang lebih mendalam tentu pengertian hukum persaingan usaha yang demikian itu tidaklah mencukupi. Oleh karenanya, perlu dikemukakan beberapa pengertian hukum perasingan usaha dari para ahli hukum persaingan usaha.

Menurut Arie Siswanto, dalam bukunya berjudul “*Hukum Persaingan Usaha*” yang dimaksud dengan hukum persaingan usaha (*competition law*) adalah instrumen hukum yang menentukan tentang bagaimana persaingan itu harus dilakukan. Meskipun secara khusus menekankan pada aspek “persaingan”, hukum persaingan juga menjadikan perhatian dari hukum persaingan adalah mengatur persaingan sedemikian rupa, sehingga ia tidak menjadi sarana untuk mendapatkan monopoli.<sup>12</sup>

Andreson berpendapat bahwa persaingan dibidang ekonomi merupakan salah satu bentuk persaingan yang paling utama di antara sekian banyak persaingan antar manusia, kelompok masyarakat, atau bahkan bangsa.

---

<sup>10</sup>Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha*, 2010, (Jakarta: RajaGrafindo Persada), hlm. 9

<sup>11</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Pasal 1 (f)

<sup>12</sup>Hermansyah, *Pokok Pokok Hukum Persaingan Usaha*, 2009, (Jakarta: Kecana), hlm.1

Salah satu bentuk persaingan di bidang ekonomi adalah persaingan usaha (*business competition*) yang secara sederhana bisa didefinisikan sebagai persaingan antara para penjual di dalam 'merebut' pembeli dan pangsa pasar.<sup>13</sup>

Dalam hukum Inggris kuno, monopoli diartikan sebagai suatu izin atau keistimewaan yang dibenarkan oleh raja untuk membeli, menjual, membuat, mengerjakan atau menggunakan apapun secara keseluruhan, di mana tindakan monopoli tersebut secara umum dapat mengekang kebebasan berproduksi atau *trading*.<sup>14</sup>

Dalam Undang-Undang *Fair Trading* di Inggris Tahun 1973, istilah Monopoli diartikan sebagai keadaan di mana sebuah perusahaan atau sekelompok perusahaan menguasai sekurang-kurangnya 25% (dua puluh lima persen) penjualan atau pembelian dari produk-produk yang ditentukan. Sementara dalam Undang-Undang Anti Monopoli Indonesia No.5 Tahun 1999, suatu monopoli dan monopsoni terjadi jika terdapatnya penguasaan pangsa pasar lebih dari 50% (lima puluh persen)<sup>15</sup>(Pasal 17 ayat (2) *juncto* Pasal 18 ayat (2))<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup>*Op.Cit*, Arie Siswanto, hlm. 13

<sup>14</sup>Munir Fuady, *Hukum Anti Monopoli Menyongsong Era Persaingan Sehat*, 1999, (Bandung: Citra Aditya Bakti), hlm. 7

<sup>15</sup>*Ibid*, hlm. 8

<sup>16</sup>Pasal 17 ayat (2) "Pelaku usaha patut diduga atau dianggap menguasai atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) apabila :

- a. Barang dan atau jasa yang bersangkutan belum ada substansinya; atau
- b. Mengakibatkan pelaku usaha lain tidak dapat masuk kedalam persaingan usaha barang dan atau jasa yang sama ; atau
- c. Satu pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50% (lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu"
- d. Pasal 18 ayat (2) "Pelaku usaha patut diduga atau dianggap menguasai penerimaan pasokan atau menjadi pembeli tunggal sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) apabila satu pelaku usaha menguasai lebih dari satu 50% % (lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu"

## 2. Asas dan Tujuan Monopoli dan Persaingan Usaha

Asas dari UU No. 5 Tahun 1999 sebagaimana diatur pada pasal 2 bahwa monopoli dan persaingan usaha ialah dalam melakukan kegiatan usaha di Indonesia, pelaku usaha harus berasaskan demokrasi ekonomi dalam menjalankan kegiatan usahanya dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum.<sup>17</sup>

Adapun tujuan dari UU No. 5 Tahun 1999 sebagaimana diatur dalam pasal 3 adalah :

- a. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- b. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah dan pelaku usaha kecil;
- c. Mencegah praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha, dan
- d. Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha

Ketentuan pasal 3 tidak hanya terbatas kepada tujuan utama perundang-undangan anti monopoli, yaitu sistem persaingan usaha yang bebas dan adil, di mana terdapat kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi semua pelaku usaha, dan tidak adanya perjanjian serta atau penggabungan usaha yang menghambat persaingan serta penyalahgunaan kekuatan ekonomi sehingga bagi semua pelaku usaha tersedia ruang gerak yang luas dalam melakukan kegiatan ekonomi<sup>18</sup>.

---

<sup>17</sup>Andi Fahmi Lubis, dkk, *Hukum Persaingan Usaha Antar Teks & Konteks*, 2009, ( Jakarta:ROV Creative Media, hlm. 14

<sup>18</sup>*Op.Cit*, Suyud Margono, hlm 28

Pasal 2 dan 3 tersebut di atas menyebutkan asas dan tujuan-tujuan utama UU No. 5 Tahun 1999. Diharapkan bahwa peraturan mengenai persaingan akan membantu dalam mewujudkan demokrasi ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 Ayat 1 UUD 1945 (Pasal 2) dan menjamin sistem persaingan usaha yang bebas dan adil untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat serta menciptakan sistem perekonomian yang efisien (Pasal 3). Oleh karena itu, mereka mengambil bagian pembukaan UUD 1945 yang sesuai dengan Pasal 3 Huruf a dan b UU No. 5 Tahun 1999 dari struktur ekonomi untuk tujuan perealisasi kesejahteraan nasional menurut UUD 1945 dan demokrasi ekonomi, dan yang menuju pada sistem persaingan bebas dan adil dalam Pasal 3 Huruf a dan b UU No. 5 Tahun 1999.

Selaku asas dan tujuan, Pasal 2 dan 3 tidak memiliki relevansi langsung terhadap perilaku pelaku usaha. Kedua pasal tersebut harus digunakan dalam interpretasi dan penerapan setiap ketentuan dalam UU No. 5 Tahun 1999, sehingga tujuan-tujuan yang termuat dalam Pasal 2 dan 3 tersebut dapat dilaksanakan seefisien mungkin. Misalnya, sehubungan dengan penerimaan dan jangkauan dari *rule of reason* dalam rangka ketentuan tentang perjanjian-perjanjian yang dilarang (Pasal 4-16), harus diperhatikan bahwa Pasal 2 dan 3 tidak menetapkan tujuan-tujuan yang dilaksanakan dalam bidang sumber daya manusia, kebijakan struktural dan perindustrian.<sup>19</sup>

### **3. Kegiatan Yang Dilarang Dalam Monopoli dan Persaingan Usaha**

Dalam dunia persaingan usaha Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 mengatur tentang kegiatan yang dilarang dalam Monopoli dan Persaingan

---

<sup>19</sup>*Op. Cit.*, Andi Fahmi Lubis, dkk, hlm. 15

Usaha, larangan kegiatan monopoli itu sendiri diatur dalam Pasal 17 Undang-Undang No.5 Tahun 1999, menyatakan bahwa:<sup>20</sup>

- (1) Pelaku usaha dilarang melakukan penguasaan atas produksi dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
- (2) Pelaku usaha patut diduga atau dianggap melakukan penguasaan atau produksi dan atau pemasaran barang atau jasa sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) apabila:
  - a. Barang dan atau jasa yang bersangkutan belum ada substistusnya; atau
  - b. Mengakibatkan pelaku usaha lain tidak dapat masuk ke dalam persaingan usaha barang dan atau jasa yang sama; atau
  - c. Satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50% (lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

Sehubungan dengan dilakukannya monopoli oleh pelaku usaha ada beberapa literatur disebutkan sebagai dampak negatif yang dapat merugikan konsumen maupun pelaku usaha lainnya, yaitu antara lain:<sup>21</sup>

- a. Adanya peningkatan harga produk barang maupun jasa tertentu sebagai akibat tidak adanya persaingan sehat, sehingga harga yang tinggi dapat memicu/penyebab terjadinya inflasi yang merugikan masyarakat luas;
- b. Pelaku usaha mendapatkan keuntungan secara tidak wajar dan berpotensi menetapkan harga seenaknya guna mendapatkan keuntungan yang berlipat.
- c. Terjadi eksploitasi terhadap daya beli konsumen dan tidak memberikan hak pilih pada konsumen untuk mengkonsumsi produk lainnya
- d. Terjadinya inefisiensi dan tidak efektif dalam menjalankan kegiatan usahanya yang pada akhirnya dibebankan kepada masyarakat
- e. Terjadi *entry barrier*,<sup>22</sup> dimana tidak ada perusahaan lain yang mampu menembus pasar monopoli untuk suatu produk yang sejenis
- f. Menciptakan pendapatan yang tidak merata.

---

<sup>20</sup>*Ibid*, hlm 130

<sup>21</sup>*Ibid*, hlm 131

<sup>22</sup>*Entry Barrier* atau *Barrier to Entry* dalam dunia usaha adalah hal-hal yang menghalangi suatu perusahaan masuk ke bidang usaha tertentu

## B. Tinjauan Umum Mengenai Praktek Jual Rugi (*Predatory Pricing*)

### 1. Pengertian Praktik Jual Rugi (*Predatory Pricing*)

Salah satu bentuk perilaku anti persaingan usaha yang menjadi perhatian dalam UU No. 5 Tahun 1999 adalah melakukan jual rugi atau penetapan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha persaingan di pasar bersangkutan atau *predaroty pricing*.<sup>23</sup>

Jual rugi (*Predatory Pricing*) adalah salah satu bentuk strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjual produk dengan harga dibawah biaya produksi (*average cost atau marginal cost*). Areeda dan Turner mengatakan bahawa adalah bukan merupakan *predatory pricing* apabila harga adalah sama atau diatas biaya *marginal* dari produksi suatu barang.<sup>24</sup>

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 melarang kegiatan jual beli rugi (*predatory pricing*), diatur dalam ketentuan pasal 20 yang menyatakan sebagai berikut: “Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”.

Jadi, berdasarkan ketentuan dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tersebut, maka pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang, jasa, atau barang dan jasa dengan cara menjual rugi (*predatory pricing*)

---

<sup>23</sup>Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Dalam Teori Dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya*, 2012, (Jakarta: Kecana), hlm. 260

<sup>24</sup>*Ibid*, hlm. 95

atau menentukan harga yang sangat rendah (*dumping*) dari harga produksi barang, jasa, atau barang dan jasa yang sejenis bertujuan untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pelaku usaha pesaingnya di pasar yang sama dan perbuatan tersebut dengan sendirinya pula bisa menimbulkan terjadinya kegiatan monopoli dan/atau persaingan usaha yang tidak sehat.<sup>25</sup>

## 2. Dasar Hukum Pengaturan Jual Rugi (*Predatory Pricing*)

Di dalam UU No. 5 Tahun 1999 dalam Pasal 20 menyatakan :

“Bahwa pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”.

Selain Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999, larangan penetapan harga juga diatur dalam Pasal 7 UU No. 5 Tahun 1999 mengenai larangan penetapan harga di bawah harga pasar. Namun demikian Pasal 7 dan Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 akan diterapkan berbeda oleh KPPU, tergantung pada fakta kasus per kasus. Pasal 7 UU No.5 Tahun 1999 mensyaratkan adanya perjanjian dengan pelaku usaha pesaingannya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar, sedangkan Pasal 20 tidak mencantumkan adanya persyaratan perjanjian.<sup>26</sup>

Secara sederhana, menjual rugi dapat digambarkan ketika perusahaan yang memiliki posisi dominan atau kemampuan keuangan yang kuat (*deep pocket*) menjual produknya dibawah harga produksi dengan tujuan untuk memaksa pesaingnya keluar dari pasar. Setelah memenangkan persaingan, perusahaan tersebut akan menaikkan harga kembali di atas harga pasar dan berupaya mengembalikan kerugiannya dengan mendapatkan keuntungan dari harga monopoli (karena pesaingnya telah keluar dari pasar).<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup><http://repository.ums.ac.id> (diakses pada tanggal 21 Juli 2020)

<sup>26</sup>*Op.Cit*, Susanti Adi Nugroho, hlm 263

<sup>27</sup>*Op.Cit*, I Dw Gd Riski Mada A.A Sri Indrawati,(diakses pada tanggal 10Juni 2020)



### 3. Unsur-Unsur Jual Rugi (*Predatory Pricing*)

Pasal 20 Undang-Undang No.5 Tahun 1999 menyatakan :

“Bahwa pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”.

Pasal 20 tersebut dapat diuraikan ke dalam beberapa unsur, sebagai berikut

#### 1. Unsur Pelaku Usaha

Pengertian pelaku usaha sebagai mana dimaksud dalam Pasal 1 angka 5 adalah setiap orang perorangan 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 kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.

#### 2. Unsur Pemasokan

Pengertian memasok sebagaimana dimaksud dalam penjelasan Pasal 15 adalah menyediakan pasokan, baik barang maupun jasa, dalam kegiatan jual beli, sewamenyewa, sewa beli, dan sewa guna (*leasing*).

### 3. Unsur Barang

Pengertian barang menurut Pasal 1 angka 16 adalah setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha.

### 4. Unsur Jasa

Pengertian jasa menurut Pasal 1 angka 17 adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang diperdagangkan dalam masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha.

### 5. Unsur Jual Rugi

Jual rugi adalah harga jual yang ditetapkan oleh pelaku usaha di bawah biaya yang dibahas dalam Pedoman ini.

### 6. Unsur Harga yang sangat rendah

Harga yang rendah adalah harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha yang tidak masuk akal rendahnya.

### 7. Dengan maksud

Dengan maksud memiliki arti bahwa kegiatan tersebut dilakukan dengan suatu keinginan atau tujuan.

### 8. Unsur Menyingkirkan atau mematikan

Menyingkirkan atau mematikan berarti mengeluarkan atau menyingkirkan pelaku usaha pesaing dari pasar bersangkutan atau menjadi tutup usahanya.

#### 9. Unsur Usaha Pesaing

Usaha pesaing adalah usaha pelaku usaha lain dalam pasar bersangkutan yang sama.

#### 10. Unsur Pasar

Menurut Pasal 1 angka 9 pengertian pasar adalah lembaga ekonomi di mana para pembeli dan penjual baik secara langsung maupun tidak langsung dapat melakukan transaksi perdagangan barang dan atau jasa.

#### 11. Unsur Pasar Bersangkutan

Pengertian pasar bersangkutan adalah pasar yang berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu oleh pelaku usaha atas barang dan atau jasa yang sama atau sejenis atau substitusi dari barang dan atau jasa tersebut.

#### 12. Unsur Praktek Monopoli

Pengertian praktek monopoli menurut Pasal 1 angka 2 adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.

#### 13. Unsur Persaingan Usaha Tidak Sehat

Pengertian persaingan usaha tidak sehat menurut Pasal 1 angka 6 adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau

pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawahi hukum atau menghambat persaingan usaha.<sup>28</sup>

Dari unsur-unsur di atas yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjalankan praktik jual rugi (*predatory pricing*), kenyataannya tidak mudah bagi pelaku usaha *incumbent* untuk menjalankan perilaku *predatory pricing*. Oleh karena itu perlu dipahami berbagai ciri pelaku usaha yang bertindak sebagai predator tersebut. Hal ini disebabkan:<sup>29</sup>.

pertama, selama menjalankan praktek jualrugi, pelaku usaha akan mengalami kerugian yang cukup besar. Dalam kenyataannya, kerugian yang diderita oleh pelaku usaha *incumbent* akan jauh lebih besar dibandingkan dengan kerugian yang diderita oleh pelaku usaha pesaing dengan tingkat efisiensi yang sama. Hal ini disebabkan oleh karena keharusan pelaku usaha *incumbent* memenuhi kebutuhan seluruh permintaan pasar pada tingkat harga rendah yang diberlakukannya. Sementara pelaku usaha pesaing tidak dituntut oleh kewajiban seperti itu, sehingga pelaku usaha pesaing dapat mengatur produksinya untuk meminimalkan kerugian. Kerugian pelaku usaha *incumbent* bahkan akan semakin besar jika pelaku usaha *incumbent* juga harus memenuhi jumlah produksi yang ditinggalkan pelaku usaha pesaing, atau apabila peningkatan pasarsemakin besar. Dengan demikian, jual rugi akan

---

<sup>28</sup>*Op.Cit*, KPPU, *Pedoman Pasal 20 Jual Rugi*

<sup>29</sup>*Op.Cit*, KPPU, *Pedoman Pasal 20 Jual Rugi*

sangat memberatkan bagi pelaku usaha yang ingin memberlakukan praktek *predatory pricing*.

Alasan kedua, apabila sifat industri memungkinkan pelaku usaha pendatang dapat mudah keluar dan masuk pasar, maka tidak akan terjadi praktek *predatory pricing*. Pada waktu *predatory pricing* diberlakukan, pelaku usaha pesaing akan ke luar dari pasar bersangkutan dan menginvestasikan asetnya pada industri lain. Ketika pelaku usaha *incumbent* menaikkan harga, maka pelaku usaha pesaing akan kembali masuk ke industri tersebut. Kondisi ini akan berlangsung terus sehingga tidak akan terjadi praktek jual rugi yang pada akhirnya merugikan konsumen.

Ciri ketiga, tidak adanya *sunk cost* juga tidak akan mensukseskan praktek *predatory pricing*. Dengan tidak adanya *sunk cost*, maka pelaku usaha *incumbent* tidak mempunyai cara untuk menaikkan biaya pada pelaku usaha pendatang, sehingga memberlakukan harga di bawah biaya tidak akan efektif. Dalam kondisi ini praktek jual rugi hanya akan merugikan pelaku usaha *incumbent*.

Alasan yang keempat, karena tidak mudah memberlakukan *predatory pricing*. Suatu pelaku usaha yang akan melakukan praktek tersebut biasanya merupakan suatu pelaku usaha yang berskala besar atau dominan di dalam pasar barang atau jasa tersebut. Argumen ini muncul karena hanya pelaku usaha besar yang mampu mengatasi kerugian, sementara pelaku usaha kecil tidak dapat melakukannya.

Pelaku usaha yang menjalankan praktik jual rugi (*predatory pricing*) dapat dikenakan sanksi apabila pelaku usaha lain dapat membuktikan tuduhan bahwa pelaku usaha itu telah menjalankan atau memakai strategi jual rugi (*predatory pricing*) dengan memenuhi unsur yang harus dipertimbangkan yaitu:<sup>30</sup>.

- a) Harus dibuktikan bahwa perusahaan tersebut menjual produknya dengan harga rugi (menjual dibawah biaya rata-rata). Jika perusahaan menjual dengan harga rendah, namun tidak rugi, maka perusahaan tersebut bersaing secara sehat. Perusahaan tersebut dapat menjual dengan harga rendah karena jauh lebih efisien dari pesaing-pesaingnya;
- b) Jika terbukti perusahaan menjual dengan harga rugi, masih harus dibuktikan bahwa perusahaan tersebut memiliki kemampuan yang memungkinkan untuk jual rugi untuk menghindari potensi kerugian yang lebih lanjut atau untuk sekedar mendapatkan dana untuk keluar dari pasar (usaha);
- c) Telah ditunjuk bahwa perusahaan hanya akan menerapkan *predatory pricing* jika perusahaan tersebut yakin akan dapat menutup kerugian ditahap awal dengan menerapkan harga yang sangat tinggi (*supra competitive*) ditahap berikutnya.

#### **4. Tindakan Hukum Mengenai Jual Rugi (*Predatory Pricing*)**

Persaingan usaha yang sehat akan berakibat positif bagi para pengusaha yang saling bersaing atau berkompetisi karena dapat menimbulkan upaya-upaya peningkatan efisiensi, produktivitas, dan kualitas produk yang dihasilkan. Sedangkan pelaku usaha yang melakukan tindakan Jual Rugi dan terbukti melakukan perbuatan melawan hukum dan dapat merugikan pelaku usaha lain, maka Dampak hukum yang dapat dikenakan kepada pelaku usaha yang telah melakukan pelanggaran terhadap praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat adalah berupa sanksi. Dimana sanksi tersebut dapat berupa :

---

<sup>30</sup>L Budi Kagramanto, *Hukum Persaingan Usaha*, 2008, (Surabaya: Laros), hlm. 190

## 1. Sanksi Administratif

Berdasarkan pasal 47 UU No 5 Tahun 1999, maka KPPU berhak untuk menjatuhkan sanksi administratif bagi pelaku usaha yang telah terbukti melakukan pelanggaran. Sanksi tersebut dapat berupa :

- a. Penetapan pembatalan perjanjian yang telah dibuat oleh para pelaku usaha sebagaimana dimaksud dalam pasal 4 sampai pasal 13, pasal 15 dan pasal 16 Perintah kepada usaha untuk menghentikan integrasi vertikal sebagaimana dimaksud dalam pasal 14; dan atau Perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan kegiatan yang terbukti menimbulkan praktek monopoli dan atau menyebabkan persaingan usaha tidak sehat dan atau merugikan masyarakat; dan atau Perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan penyalahgunaan posisi dominan; dan atau
- b. Penetapan pembatalan atas penggabungan atau peleburan badan usaha dan pengambilalihan saham sebagaimana dimaksud dalam pasal 28; dan atau Penetapan pembayaran ganti rugi; dan atau Pengenaan denda serendah-rendahnya Rp 1.000.000,00 (satu miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 25.000.000.000,00 (dua puluh miliar rupiah)

## 2. Sanksi Pidana

Selain sanksi administratif , Hukum antimonopoli juga menyediakan sanksi pidana. Dimana sanksi pidana tersebut dibagi menjadi dua kategori, yaitu

:

- a. Sanksi Pidana Dalam UU No 5 Tahun 1999 yang terbagi menjadi 2 kategori sanksi lagi, yaitu:

Sanksi pidana pokok yang terdapat dalam pasal 48 UU No 5 Tahun 1999, yang berbunyi:

- i. Pelanggaran terhadap ketentuan pasal 14, pasal 16 sampai dengan pasal 19, pasal 25, pasal 27, dan pasal 28 diancam pidana serendah-rendahnya Rp 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 100.000.000,00 (seratus miliar rupiah ), atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 6 (enam) bulan.
- ii. Pelanggaran terhadap ketentuan pasal 5 sampai dengan pasal 8, pasal 15, pasal 20 sampai dengan pasal 24, dan pasal 26 Undang-undang ini diancam pidana denda serendah-rendahnya Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 25.000.000.000,00 ( dua puluh lima miliar rupiah), atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 5 (limi) bulan.
- iii. Pelanggaran terhadap ketentuan pasal 41 Undang-undang ini diancam pidana denda serendah-rendahnya Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah), atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 3 (tiga) bulan Indonesia, UU No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, pasal 48.



3. Sanksi Pidana Tambahan yang terdapat dalam pasal 49 UU No 5 tahun 1999 yang berbunyi :

- a. Pencabulan ijin usaha; atau
- b. Larangan kepada pelaku usaha yang telah terbukti melakukan pelanggaran terhadap Undang undang ini untuk menduduki jabatan direksi atau komisaris sekurang kurangnya dua tahun dan selama lamanya lima tahun
- c. Penghentian kegiatan atau tindakan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian pada pihak lain.

4. Sanksi pidana dalam KUH Pidana.

Selain sanksi pidana yang terdapat didalam UU No 5 tahun 1999 , maka ada pula sanksi pidana yang diatur dalam KUHP , yang terdapat dalam pasal 382 yang berbunyi : “ barang siapa untuk mendapatkan, melangsungkan atau memperluas hasil perdagangan atau perdagangan atau perusahaan milik sendiri atau orang lain, melakukan perbuatan curang untuk menyesatkan khalayak umum atau seorang tertentu, diancam karena persaingan curang, dengan pidana penjara paling lama satu tahun empat bulan denda paling banyak tiga belas ribu lima ratus rupiah, bila perbuatan itu dapat menimbulkan kerugian bagi konkuren-konkurennya atau konkuren-konkuren orang lain itu”. Indonesia, KUHP, Pasal 282.

Secara umum, semua orang adalah sama kedudukannya dalam hukum, berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan. Hak perseorangan dilindungi oleh hukum. Hak perseorangan adalah relatif, sifat

perseorangan dalam hukum perjanjian menimbulkan gejala-gejala hukum sebagai akibat hubungan hukum antara persoondengan persoonlainnya. Konsep hukum dan teori hukum dalam sistem mendekati hukum pada permasalahan peran sekaligusfungsi hukum. Orang (termasuk dalam pengertian kelembagaan) dapat melakukan sesuatu kehendak melalui pemanfaatan hukum.<sup>31</sup>

## C. Tinjauan Umum Mengenai Industri Retail

### 1. Pengertian Industri Retail<sup>32</sup>.

Kata ritel berasal dari bahasa Perancis, "ritellier", yang berarti memotong atau memecah sesuatu. Dalam Bahasa Indonesia, kata ritel bisa juga diartikan "eceran". Terkait dengan aktivitas yang dijalankan, maka ritel menggambarkan kegiatan untuk memecah barang atau produk yang dihasilkan dan didistribusikan dalam jumlah besar dan massal untuk dapat dikonsumsi oleh konsumen akhir dalam jumlah kecil sesuai dengan kebutuhannya. Penggolongan bisnis ritel di Indonesia dapat dikategorikan berdasarkan sifatnya, yaitu ritel yang bersifat tradisional (konvensional) dan yang bersifat modern.

Ritel merupakan kegiatan bisnis yang menjual produk dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, kelompok, atau pengguna akhir dalam jumlah eceran. Ritel menjadi mata rantai yang penting dalam proses distribusi barang dan merupakan mata rantai

---

<sup>31</sup>Pratjaja Winrekso, *Challenges Of Anti Monopoly Law on A Free Market*, 2017, Jurnal Al-Qadau, (Makassar: Universitas Sawerigading)

<sup>32</sup>[https://www.kppu.go.id/docs/Positioning\\_Paperpositioning\\_paper\\_ritel.pdf](https://www.kppu.go.id/docs/Positioning_Paperpositioning_paper_ritel.pdf) (diakses pada 21 juli 2020)

terakhir dalam suatu proses distribusi yang menghubungkan produsen dengan konsumen

Selain itu, industri ritel pun memiliki peranan yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia khususnya masyarakat Indonesia. Industri ritel menempatkan diri sebagai industri kedua tertinggi dalam penyerapan tenaga kerja Indonesia setelah industri pertanian.<sup>33</sup>

Perkembangan bisnis ritel di Indonesia dapat dikatakan cukup pesat akhir-akhir ini, terutama ritel modern dalam semua variasi jenisnya. Beberapa faktor pendukung perkembangan usaha ritel modern diantaranya adalah cukup terbukanya peluang pasar, perkembangan usaha manufaktur yang akan memasok produknya ke *retailer* (peritel), dan upaya pemerintah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dengan cara salah satunya mengembangkan bisnis ritel. Perkembangan yang dialami bisnis ritel, dalam perjalanannya bukannya tanpa menimbulkan masalah sama sekali. Banyaknya pemain dalam bisnis ritel membuat persaingan menjadi sangat ketat. Peritel besar, terutama perusahaan asing, semakin gencar melakukan ekspansi bisnisnya di Indonesia. Peritel modern kecil dan peritel tradisional menjadi pihak yang berada dalam kondisi yang tidak menguntungkan. Pengamatan para pakar dan peneliti bisnis ritel umumnya sampai pada kesimpulan bahwa kehadiran peritel besar dalam bentuk hipermarket, supermarket, department store, dan lain-lain, membahayakan kelangsungan hidup bisnis ritel kecil dan tradisional, dalam sebuah pengamatannya terhadap kehadiran hipermarket menyatakan bahwa, dari kehadiran hipermarket terdapat dua kemungkinan yang ditimbulkan yaitu toko lokal atau warung yang tutup atau peritel skala kecil mengurangi karyawannya karena omzetnya berkurang. Persaingan dalam bisnis ritel bahkan meluas dengan keterlibatan para pemasok (*supplier*).<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup>Dianur Hikmawatia dan Chaikal Nuryakin, *Keberadaan Ritel Modern dan Dampaknya terhadap Pasar Tradisional di DKI Jakarta*, 2017, Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia Vol. 17 No. 2 Januari 2017, (Depok: Universitas Indonesia)

<sup>34</sup>*Op. Cit.*, <https://stiepena.ac.id/wp-content/uploads/2012/11/pena-fokus-vol-6-no-1-122-133.pdf> (diakses pada 14 juli 2020)

## 2. Dasar Hukum Industri Retail

Pada tahun 2007 Pemerintah mengeluarkan Perpres No. 112 Tahun 2007 yang mengatur ritel tradisional dan ritel modern khususnya yang terkait dengan *zoning* yang membatasi pembangunan pasar modern dan mereduksi dampaknya terhadap pasar tradisional, serta dibahas pula mengenai jam buka, perizinan sampai dengan masalah *trading term* yang sangat meresahkan pemasok pasar modern. Permasalahan yang terjadi adalah sejauh mana aturan tersebut efektif diterapkan dan berdampak bagi pelaku usaha ritel. Tidak hanya itu, kemudian di akhir tahun 2008 Pemerintah mengeluarkan aturan pendukung dari Perpres 112/2007 yaitu Permendag No. 53 Tahun 2008. Dalam aturan ini lebih rinci lagi diatur mengenai masalah *zoning* serta *trading term*.

Namun kemudian akan menjadi tidak ada artinya jika aturan-aturan tersebut diatas jika tidak diikuti dengan aturan-aturan pelaksana di daerah. Sebagaimana tercantum dalam Perpres 112/2007 bahwa Pemerintah Daerah memiliki peranan yang sangat penting dalam perkembangan industri ritel di daerahnya dimana Pemda memiliki wewenang terkait dengan masalah perizinan, zonasi dan jam buka toko. Selain itu, beberapa waktu terakhir juga muncul isu mengenai rencana pemerintah untuk merumuskan Undang-Undang Perdagangan sebagai ujung tombak pelaksanaan kegiatan perdagangan di Indonesia termasuk industri ritel di dalamnya.

Dampak Kebijakan Persaingan Usaha Dalam Industri Ritel ini mencoba untuk menelaah perkembangan industri ini terutama setelah Perpres No.112

Tahun 2007 diterbitkan. Adapun tujuan dari kegiatan tersebut adalah untuk memahami beberapa hal sebagai berikut:<sup>35</sup>.

1. Mengidentifikasi perangkat regulasi yang berkaitan dengan industri ritel;
2. Mengidentifikasi kesiapan pemerintah daerah dalam mengefektifkan aturan riteldan menganalisa dampak aturan tersebut di sisi persaingan usaha;
3. Mengidentifikasi perangkat regulasi serta struktur industri ritel di daerah;
4. Mengidentifikasi dan menganalisa perilaku pelaku usaha industri ritel di daerah yang terkait dengan UU No. 5 Tahun 1999.

### 3. Jenis-Jenis Industri Retail

Bisnis ritel terbagi dalam berbagai jenis yang sangat beragam berdasarkan klasifikasimenurut bentuk, ukuran, dan tingkat modernitasnya. Berdasarkan tingkat modernitas, bisnisritel dapat diklasifikasikan dalam ritel tradisional dan ritel modern. Klasifikasi tersebutumumnya dipersempit pengertiannya hanya pada *in-store retailing* yaitu bisnis ritel yang menggunakan toko untuk menjual barang dagangannya.

Persaingan antara ritel tradisional dan ritel modern paling banyak mengundang perhatian, karena selalu menempatkan pihak ritel tradisional dalam posisi yang lemah. Perbedaan karakteristik yang berbanding terbalik semakin memperlemah posisi ritel tradisional. Ketidakjelasan regulasi mengenai industri ritel, terutama menyangkut jarak lokasi ritel, menambah berat upaya melindungi ritel tradisional. Ruang lingkup persaingan ritel tradisional dan ritel modern meliputi baik faktor internal maupun faktor

---

<sup>35</sup>KPPU, *Pedoman Pasal 20 Jual Rugi*,  
([http://www.go.id/docs/Pedoman/pedoman\\_pasal\\_20\\_jual\\_rugi.pdf](http://www.go.id/docs/Pedoman/pedoman_pasal_20_jual_rugi.pdf) diakses pada tanggal 10 Juni 2020)

eksternal, yaitu meliputi seluruh atribut dalam aspek kinerja, aspek preferensi konsumen, dan aspek regulasi. Aspek preferensi konsumen mencakup *human resource* (terkait pelayanan yang diberikan), merchandise, harga dan lokasi. Strategi persaingan ritel tradisional dengan ritel modern dapat dilakukan melalui penerapan model strategi pengembangan menang-menang, yaitu saling menguntungkan atau saling bersinergi

Sebagai penjelasan diatas, bisnis Retail dibagi menjadi 2 (dua) jenis atau klasifikasi, yaitu: <sup>36</sup>

- a. Retail Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.
- b. Retail Modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan. Batasan Toko Modern ini dipertegas di pasal 3, dalam hal luas lantai penjualan sebagai berikut:
  - a) Minimarket, kurang dari 400 m<sup>2</sup> (empat ratus meter per segi);
  - b) Supermarket, 400 m<sup>2</sup> (empat ratus meter per segi) sampai dengan 5.000 m<sup>2</sup> (lima ribu meter per segi);
  - c) Hypermarket, diatas 5.000 m<sup>2</sup> (lima ribu meter per segi);
  - d) Department Store, diatas 400 m<sup>2</sup> (empat ratus meter per segi);
  - e) Perkulakan, diatas 5.000 m<sup>2</sup> (lima ribu meter per segi).

---

<sup>36</sup>Tri Joko Utomo, *Persaingan Bisnis Ritel: Tradisional Vs Modern*, 2010, Fokus Ekonomi Vol. 5 No. 1 Juni 2010, (Semarang: STIE Pelita Nusantara)

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Ruang Lingkup Penelitian**

Dalam penulisan skripsi ini, sangatlah perlu ditegaskan mengenai batasan atau ruang lingkup penelitian. Ruang lingkup penulisan ini bertujuan untuk membatasi sejauh masalah yang dibahas, agar penelitian ini lebih terarah pada sasaran dan tidak mengambang dari permasalahan yang diangkat dalam penulisan ini. Dalam hal ini ruang lingkup yang akan dibahas dalam permasalahan ini adalah Tinjauan Hukum Terhadap Jual Beli Dalam Industri Retail

1. Apakah praktik jual rugi diperbolehkan menurut Undang-Undang No.5 Tahun 1999?
2. Apakah akibat hukum bagi pelaku usaha yang melakukan praktik jual rugi (Swalayan Maju Bersama Glugur)?

#### **B. Jenis Penelitian**

Sehubungan dengan tipe penelitian yang digunakan yakni yuridis empiris, maka pendekatan yang dilakukan adalah dengan cara memadukan bahan-bahan hukum yang merupakan data primer dengan data sekunder yang diperoleh di lapangan.

### C. Bahan Penelitian

Adapun sumber data dan jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

a. Bahan Hukum Primer (*primary data*)

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat autoratif, artinya mempunyai otoritas dalam penulisan ini. Bahan hukum primer yang diperoleh penulis adalah dari Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

a. Bahan Hukum Sekunder

Dalam bahan hukum ini adalah yang dimana memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, seperti : buku-buku, hasil-hasil penelitian/riset.

b. Bahan Hukum Tertier

Yaitu berupa dokumen yang berisi konsep-konsep yang mendukung bahan hukum primer dan skunder, Kamus besar Bahasa Indonesia, Literatur-Literatur, Media Massa, Ensiklopedia, Karya ilmiah, Website resmi instansi terkait dalam internet, dan sebagainya.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup>Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, 2005, Jakarta: Kencana, hlm. 181



#### **D. Metode Pengumpulan Data**

Dalam penulisan skripsi ini, metode yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan 2 (dua) metode yaitu :

1. Metode Wawancara (*interview*), yaitu digunakan untuk memperoleh informasi tentang hal-hal yang dapat diperoleh lewat pengamatan. Penulis melakukan wawancara untuk dapat menemukan adanya hubungan antara pengumpulan data awal dengan penelusuran peraturan perundang-undangan dan sumber hukum positif lainnya hingga dianggap relevan dengan berdasarkan rumusan masalah didalam penulisan ini.
2. Metode Kepustakaan (*library reseacrh*), adalah kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi proyek penelitian. Metode pustakaan dilakukan dengan menganalisa buku-buku, Undang-undang, dan bahan-bahan kepustakaan lainnya seperti literatur-literatur, ensiklopedia dan media informasi lainnya yang berkaitan dengan rumusan masalah dalam penulisan ini.

#### **E. Analisis Data**

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kualitatif, yaitu data yang diperoleh kemudia disusun secara sistematis dan selanjutnya dianalisis secara kualitatif yang mencapai kejelasan masalah yang akan dibahas dan hasilnya dituangkan dalam bentuk skripsi, data yang didapatkan dari penelusuran kepustakaan dan studi dokumen.