

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, "Analisis Yuridis Persatuan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Industri Ritel Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat", Oleh: Widodo Putra Raja Sihara Npm 21600509 telah diujikan dalam sidang Meja Hijau Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas HKDP Nommansari Medan Pada tanggal 08 April 2024. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ilmu Hukum.

PANITIA UJIAN MEJA HIJAU

- | | |
|------------------|--|
| 1. Ketua | : Dr. Ir. Marjono Anggati, S.H., M.M., M.Hum
NIDN. 0118046402 |
| 2. Sekretaris | : Jinner Sidanuk, S.H., M.Hum
NIDN. 0101069002 |
| 3. Pembimbing I | : Jinner Sidanuk, S.H., M.Hum
NIDN. 0101066002 |
| 4. Pembimbing II | : Dr. Debora, S.H., M.H
NIDN. 0109088302 |
| 5. Penguji I | : Lesson Sihotang, S.H., M.H
NIDN. 0115106001 |
| 6. Penguji II | : Ra Siregar, S.H., M.Kn
NIDN. 0113092002 |
| 7. Penguji III | : Jinner Sidanuk, S.H., M.Hum
NIDN. 0101066002 |

(*[Signature]*)
(*[Signature]*)
(*[Signature]*)
(*[Signature]*)
(*[Signature]*)
(*[Signature]*)
(*[Signature]*)

Medan, April 2024
Mengesahkan

Dr. Jampatar Simandira, S.H., M.H
NIDN. 0114018101

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi dalam pandangan sukirno berarti perluasan kegiatan bisnis dimana berujung pada terjadinya peningkatan produksi barang dan jasa, sehingga memberikan dampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh.¹ Ali Ibrahim Hasyim menjelaskan, bertumbuhnya ekonomi suatu negara disebabkan oleh perbaikan kondisi perekonomian negara tersebut secara berkelanjutan dalam jangka waktu tertentu.² Saat ini, negara-negara menginginkan kapasitas mereka dalam memproduksi barang dan menyediakan jasa dapat berkembang, karena mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi adalah cita-cita semua negara di seluruh dunia. Pertumbuhan ekonomi mereka mencerminkan kesuksesan inisiatif pembangunan ekonomi yang telah mereka lakukan.³

Ekspansi ekonomi saat ini bergerak ke arah fokus pada orientasi pasar. Orientasi pasar adalah filosofi taktik pemasaran yang menyatakan bahwa penjualan produk ditentukan oleh pilihan konsumen dalam wilayah kompetisi perekonomian nasional, bukan oleh taktik penjualan.⁴ Dari sudut pandang pembeli dan penjual persaingan dikelompokkan kedalam dua klasifikasi, yang pertama ialah pasar persaingan sempurna yang dicirikan dengan situasi dimana terdapat banyak produsen dan konsumen, dengan adanya kesamaan atau keseragaman pada

¹ Sukirno Sadono, *Pengantar Teori Makroekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001) hlm. 10

² Ali Ibrahim Hasyim, *Ekonomi Makro*, (Jakarta: Kencana. 2016), hlm. 231

³ Basuki Pujoalwanto, *Perekonomian Indonesia Tinjauan Historis, Teoritis, dan Empiris*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm. 87

⁴ Afrizal, *Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing*, (Makassar: Celebes Media Perkasa, 2018) hlm. 20

produk. Yang kedua ialah pasar persaingan tidak sempurna yang dicirikan dengan situasi pasar dimana hanya terdapat sedikit jumlah pedagang dan banyak konsumen. Bentuk-bentuk yang dimiliki oleh pasar persaingan tidak sempurna sendiri ialah monopoli, oligopoli, monopsoni, dan oligopsoni.⁵ Terciptanya persaingan usaha yang sehat diinginkan untuk memastikan tidak adanya individu ataupun organisasi tertentu yang mendominasi kekuatan ekonomi. Dominasi kekuatan ekonomi mampu mendorong pengusaha menyimpangi keadaan ini.⁶

Pertumbuhan bisnis di era globalisasi telah mempengaruhi kehidupan masyarakat sehingga setiap orang dipaksa untuk mengikuti setiap perubahan, bahkan dari yang terkecil, mulai dari gaya hidup yang meningkat dan kebutuhan lainnya yang kian memberatkan sehingga berdampak pada usaha seperti bisnis ritel dengan seluruh aktivitas menjual produk atau jasa kepada pembeli yang telah terbiasa memenuhi kebutuhan untuk keperluan pribadi dan bukan untuk keuntungan komersil, setiap perusahaan yang menjual secara langsung ke konsumen akhir, dapat dikatakan bahwa produsen, grosir dan pengecer bertindak di dalam bisnis ritel.

Pengertian ritel berasal dari kata dalam bahasa Prancis, '*retailer*', dimana diartikan sebagai tindakan pemotongan maupun memecahkan. Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata eceran memiliki arti "secara satu-satu, sedikit-sedikit atau satu-satu langsung kepada konsumen akhir untuk keperluan konsumen pribadi, keluarga, ataupun rumah tangga dan bukan untuk keperluan

⁵ Endang Siti Rahayu, "Analisis Struktur Pasar (Market Structure) Jagung di Kabupaten Grobongan", *Journal of Rural and Development*, 2013, hlm.2

⁶ Kppu, <https://www.kppu.go.id/id/wp-content/uploads/2011/09/Perkom-6-Pasal-20-new.pdf> (diakses pada 11 Mei 2023, pukul 13:12)

bisnis (dijual kembali).⁷” Maraknya ritel modern tentu saja meningkatkan persaingan antar peritel modern dan peritel tradisional, dari persaingan harga, pelayanan dan menguntungkan konsumen, seluruh industri yang menjual produk atau jasa kepada pelanggan yang dilakukan secara langsung untuk digunakan sendiri alih-alih menjualnya untuk mendapatkan keuntungan dikenal sebagai ritel.

Tingkat pertumbuhan ekonomi di suatu negara kini dapat diukur dari menjamurnya usaha ritel baru. Seperti di Indonesia, sektor perekonomian mengalami pertumbuhan yang signifikan. Industri ritel dan pusat perbelanjaan menunjukkan pertumbuhan substansial setiap tahunnya.⁸ Pada Maret 2023, pertumbuhan penjualan ritel Indonesia dilaporkan sebesar 4,8%. Rekor saat ini menunjukkan pertumbuhan sebesar 0,6% pada Februari 2023, jika dibandingkan rekor sebelumnya. Statistik progres ritel Indonesia secara berkala dilakukan pembaharuan setiap bulannya. Sejak Januari 2011 hingga Maret 2023, terdapat 147 observasi dengan rata-rata pertumbuhan 8,0%. Statistik ini meraih hitungan teratas saat Desember 2013 di angka 28.2% dan menyentuh titik terendah saat Mei 2020 dengan -20.6%.⁹ Statistik progres ritel Indonesia sendiri sampai saat ini masih terus dilaporkan oleh CEIC (*Concise Economic Index Content*). Progres Indonesia dalam industri ritel ini terbilang cukup sukses mengacu pada *Global*

⁷ Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, (Balai Pustaka, 2007), hlm. 283

⁸ Riswanto&Yohanes, *Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Ritel Bioskop The Premiere Surabaya*, (Surabaya:Petra Press, 2014), hlm. 1

⁹ Ceic data, <https://www.ceicdata.com/id/indicator/indonesia/retail-sales-growth> (diakses pada 11 Mei 2023, pukul 15:00)

Retail Development Index tahun 2021 Indonesia menduduki peringkat ke-4 dari 35 negara di seluruh dunia, dengan total nilai GRDI sebesar 53,0.¹⁰

Tabel 1.1

Statistik Progres Penjualan Ritel Indonesia

Terkini	Sebelumnya	Terendah	Tertinggi	Skala	Intensitas	Tempo
▲ 4.8 2023-03	▲ 0.6 2023-02	-20.6	28.2	%	Bulanan	2011-01 - 2023-03

Sumber : CEIC Data 2023

Meningkatnya ekspansi penjualan ritel di Indonesia yang semakin melonjak seperti yang terdapat pada data diatas, sehingga meningkatkan pentingnya industri ritel sebagai kekuatan pendorong perekonomian Indonesia. Di sisi lain praktik monopoli dan oligopoli telah menjangkiti industri ritel Indonesia dalam beberapa tahun kebelakang.

Pemerintah mencoba mengatasi permasalahan persaingan usaha dengan mengeluarkan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat (selanjutnya dikenal dengan UU Anti Monopoli). UU Anti Monopoli tersebut bersumber dari Pancasila sebagai paradigma pembangunan & UUD NRI 1945 sebagai landasan konstitusi, Pada intinya UU Anti Monopoli dibentuk untuk mengkoreksi perilaku pengusaha yang mengendalikan pasar. Mengingat jika terjadi dominasi pada suatu pasar, maka mereka bisa memanfaatkannya untuk kepentingan pelaku usaha.¹¹

¹⁰ Kearney, <https://www.kearney.com/industry/consumer-retail/global-retail-development-index> (diakses pada 24 Mei 2023, pukul 12:19)

¹¹ Muliawan, <https://www.pn-palopo.go.id/30-berita/artikel/222-persaingan-usaha-tidak-sehat-dalam-tinjauan-hukum> (diakses pada 24 Mei 2023, pukul 12:31)

KPPU yang merupakan lembaga pengawas mempunyai otoritas untuk menjalankan peraturan dalam persaingan bisnis, sebagaimana tertuang dalam pasal 35 UU Antimonopoli, sebagai otoritas yang memiliki wewenang dalam memantau kegiatan persaingan bisnis.¹² Dengan wewenang yang dimiliki KPPU yaitu bisa melaksanakan pemeriksaan atau evaluasi terkait ditemukannya dugaan pelanggaran persaingan bisnis yang tidak adil, KPPU menjalankan pengkajian serta analisis yang mendalam sehingga menerbitkan Putusan KPPU No.9/2009 yang isinya mengatakan jika PT.Carrefour Indonesia telah terverifikasi melakukan dominasi dalam penguasaan pasar sebesar 57,99% pihak terkait dinyatakan *upstream* (suatu jenis strategi pemasaran yang berfokus pada konsumen tertentu dengan mengidentifikasi kebutuhan khusus mereka).¹³ Sebelum proses pengambilalihan berlangsung PT.Carrefour mengontrol hanya sebatas 46,30% pangsa pasar *upstream*. Penentuan apakah PT.Carrefour menyalahgunakan dominasi pasar juga menjadi fokus evaluasi KPPU, terutama dalam penerapan *trading term* (syarat-syarat perdagangan) kepada penyedia. Setelah pemindahan kepemilikan, *trading term* antara pelaku bisnis, penyedia dan pengecer cenderung meningkat tanpa sebab yang jelas dari tahun ke tahun. Struktur dan ukuran *trading terms* diyakini melanggar hukum dan regulasi terkait. Selain sanksi finansial Rp.25 miliar, PT.Carrefour juga dikenai hukuman dengan menjual sahamnya di PT.Alfa RetailindoTbk sebanyak 75%.¹⁴ Pada hakikatnya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mengatur tentang pencegahan praktik monopoli di

¹² Pasal 35 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999

¹³ Turban *et.al*, *Introduction to Information Technology*. John Wiley & Sons, 2003, hlm.1

¹⁴ Kompas, <https://ekonomi.kompas.com/read/2009/11/03/17533698/kppu.carrefour.terbukti.melakukan.monopoli> (diakses pada 11 Mei 2023, pukul 15:10)

Indonesia, meski masih belum ideal bagi sektor ritel. Beberapa perusahaan besar masih mendominasi pasar dan melakukan tindakan yang membuat konsumen dan pesaing mereka merasa dirugikan.¹⁵ Dalam bisnis ritel, aspek yuridis atau hukum menjadi bagian yang tidak bisa diabaikan. Analisis terhadap aspek yuridis ini sangat penting, dalam implementasi peraturan persaingan bisnis ritel. Ketidaktelitian dalam menganalisis aspek hukum, bisa menjadi masalah yang vital di kemudian hari. Sehingga menyebabkan berbagai kerugian terhadap konsumen dan pesaing mereka. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengangkat penelitian ini dengan judul, **“Analisis Yuridis Peraturan Persaingan Usaha Dalam Industri Ritel Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat”**.

B. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang yang sudah diuraikan, maka perumusan masalah yang akan diulas yaitu:

1. Bagaimana akibat hukum persaingan usaha bagi pelaku usaha di Indonesia?
2. Bagaimana analisis yuridis peraturan persaingan usaha dalam industri ritel berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat?

C. Tujuan Penelitian

Dengan mempertimbangkan rumusan masalah,tujuan dari Penelitian ini yaitu:

¹⁵ Dani Jumadi, <https://economy.okezone.com/read/2015/03/26/320/1124643/praktik-monopoli-di-indonesia-marak-ini-alasannya> (diakses pada 24 Mei 2023 pukul 14:10)

1. Untuk mengetahui akibat hukum persaingan usaha bagi pelaku usaha di Indonesia.
2. Untuk mengetahui analisis peraturan persaingan usaha dalam industri ritel berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari tujuan penelitian di atas, diharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan kontribusi atau manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Menyumbangkan konsep dan pengetahuannya bagi kemajuan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang hukum bisnis.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini merupakan bentuk dedikasi peneliti dalam mengembangkan keahlian serta pemahaman hukum peneliti dalam konteks persaingan usaha tidak sehat. Hal ini dimaksudkan agar dapat membantu masyarakat secara keseluruhan dan juga kepada peneliti sendiri.

3. Manfaat bagi Peneliti

Prasyarat peneliti lulus dari Fakultas Hukum Universitas HKBP Nommensen Jurusan Hukum Bisnis. Selain itu, untuk memahami bagaimana analisis yuridis persaingan usaha tidak sehat dalam industri ritel berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Persaingan Usaha

1. Pengertian Persaingan Usaha

Pasal 1 angka 6 UU Antimonopoli menyatakan bahwa “persaingan usaha adalah persaingan antar pelaku dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan jasa.”¹⁶ Sementara itu, Marbun mengartikan persaingan usaha merupakan sebuah usaha yang dilakukan satu atau lebih perusahaan dimana mereka berlomba untuk memberikan penawaran ataupun layanan yang lebih menarik.¹⁷ Dengan begitu persaingan usaha adalah kompetisi antar pelaku ekonomi dalam memproduksi atau memasarkan barang dan jasa dengan tujuan untuk menarik minat konsumen. Pelaku usaha yang terlibat dalam persaingan mungkin menggunakan segala cara yang dianggap sah untuk memenuhi kepuasan atau keberhasilan pribadinya. Diantara strategi yang sering digunakan adalah tindakan yang tidak etis, penipuan terhadap konsumen, dan menghancurkan usaha kecil.¹⁸

Dalam dunia bisnis, terdapat dua klasifikasi persaingan yang umum diketahui yaitu pasar persaingan sempurna dan tidak sempurna. Situasi dimana kerangka pasar yang didalamnya ditemukan banyak produsen dan konsumen dan tidak ada yang dapat mengendalikan keadaan pasar disebut dengan pasar

¹⁶ Pasal 1 UU No.5 Tahun 1999

¹⁷ B.N. Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), hlm. 276.

¹⁸ Ayudha D.Prayoga, et.al., *Persaingan Usaha dan Hukum yang Mengaturinya di Indonesia*, (Jakarta: Proyek ELIPS, 2000), hlm. 53.

persaingan sempurna. Ciri-ciri yang dimiliki oleh persaingan usaha yang sempurna adalah sebagai berikut:

- a) Banyaknya jumlah antara penjual dan pembeli
- b) Produksi bebas bergerak
- c) Kebebasan produsen untuk keluar dan masuk pasar¹⁹

Sebaliknya, pasar persaingan tidak sempurna ditafsirkan sebagai kompetisi dalam konteks produksi dan distribusi produk serta layanan yang dilaksanakan dengan cara curang, melanggar peraturan, atau menghalangi kompetisi usaha yang adil. Persaingan usaha tidak sempurna ditandai dengan karakteristik sebagai berikut:

- a) Jumlah penjual yang sedikit sedangkan pembeli banyak
- b) Penjual berhak menentukan harga dari produknya sendiri
- c) Tidak terdapat produk pengganti²⁰

2. Hukum Persaingan Usaha di Indonesia

Hermansyah mengartikan hukum persaingan usaha sebagai sebuah peraturan perundang-undangan yang mengendalikan setiap aspek kompetisi bisnis. Semua itu menyangkut perilaku yang diperbolehkan dan dilarang oleh para pelaku usaha.²¹ Dalam pandangan Christopher Pass dan Bryan Lowes, hukum persaingan usaha (*competition laws*) mengatur tentang monopoli, merger,

¹⁹ Nimatul, "Pasar Persaingan Sempurna Dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan*, 2020, hlm. 5.

²⁰ *Ibid.*

²¹ Hermansyah, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2008, hlm.2

pengambilalihan, perjanjian perdagangan yang menghambat persaingan, serta kompetisi bisnis yang merugikan.²²

Dalam pandangan hukum, kompetisi usaha mengacu pada persaingan antara sesama penjual yang terjadi dalam ekonomi pasar, di mana mereka memiliki kebebasan untuk bersaing mendapatkan pembeli agar memperoleh tujuan dari bisnis mereka.²³

Kini setelah dimulainya era reformasi, persaingan usaha di Indonesia mulai memasuki babak baru yang mana telah berkembang menjadi sebuah instrumen perekonomian. Selama ini, masyarakat Indonesia sudah dari dulu mendambakan regulasi yang komplit untuk mendorong kompetisi usaha yang adil, khususnya para pelaku bisnis. Keinginan tersebut berkembang sebagai reaksi mengenai kompetisi bisnis yang curang, khususnya akibat adanya perlindungan dan keistimewaan yang diberi dari pihak pemerintah bagi beberapa pengusaha yang termasuk sebagai tindakan korupsi, kolusi, dan nepotisme.²⁴

Peraturan yang diberlakukan pada masa kini mengenai persaingan usaha adalah UU No 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat atau dikenal dengan (UU Antimonopoli). Dengan menyelaraskan kesejahteraan pelaku bisnis dan masyarakat, UU Antimonopoli merupakan langkah menuju reformasi hukum pada sektor ekonomi yang dilandaskan dengan prinsip demokrasi ekonomi. Sejalan mengikuti tujuan awal yaitu membela kepentingan publik, memberikan perlindungan kepada konsumen,

²² *Ibid.*

²³ Budi Kagramanto. *Mengenal Hukum Persaingan Usaha*. Laras, Sidoarjo, 2010, hlm. 57

²⁴ Muladi, *Menyongsong Keberadaan UU Persaingan Sehat di Indonesia dalam UU Antimonopoli Seperti Apakah yang Sesungguhnya Kita Butuhkan?*, (Jakarta: Yayasan Pusat Pengkajian Hukum. 2009), hlm. 35

mengembangkan lingkungan bisnis yang mendukung bisnis dengan kompetisi yang fair, serta memberikan jaminan peluang bisnis yang adil. regulasi ini juga berupaya menghindari praktek monopoli agar mencapai efektivitas dan efisiensi guna memperkuat ekonomi negeri.²⁵

Terciptanya pengaturan persaingan usaha di Indonesia diwujudkan melalui keberadaan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang membantu dalam mencapai struktur ekonomi sesuai dengan ketentuan Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945. Pasal 33 Ayat (1) UUD 1945 Menjelaskan “perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan,²⁶ yang sejalan dengan konsep demokrasi ekonomi” yang dijelaskan dalam Pasal 2 dan 3 UU Antimonopoli.²⁷ Penting bagi semua pelaku usaha untuk mematuhi hal ini, sehingga dapat menyumbang kebaikan dan menerapkan aturan-aturan sepanjang menjalankan kompetisi yang bersih.

3. Tujuan Hukum Persaingan di Indonesia

Hukum persaingan bertujuan mempertahankan persaingan yang dilakukan oleh pihak yang terlibat dalam dunia usaha dan menjamin terjadinya persaingan yang sehat. Hukum persaingan juga berupaya untuk mencegah pelaku usaha tertentu mengambil keuntungan dari pelanggan dan mendukung prinsip-prinsip ekonomi pasar yang dianut suatu negara.²⁸ Tujuan utama hukum persaingan usaha

²⁵ Devi Meyliana, *Hukum Persaingan Usaha*, Setara Pres, Malang, 2013, hlm. 1.

²⁶ Undang-undang Dasar Tahun 1945, Pasal 33.

²⁷ Undang-undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Pasal 2-3.

²⁸ Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha Teori dan Praktiknya di Indonesia*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 7

di Indonesia adalah untuk menumbuhkan lingkungan bisnis yang menguntungkan dan mendorong peluang. Hal ini dituangkan dalam Pasal 3 UU No.5/1999 :

- a) “Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.
- b) Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat, sehingga menjamin adanya kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil.
- c) Mencegah praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha.
- d) Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.”²⁹

Oleh karena itu, hukum persaingan usaha di Indonesia sangat penting untuk menjaga keberlanjutan dan keadilan persaingan usaha, melindungi konsumen, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang pesat namun berkelanjutan.³⁰

UU Antimonopoli bertujuan untuk menjaga kelangsungan persaingan, dengan memperhatikan dua aspek tersebut. Persaingan perlu dipertahankan agar efisiensi dapat tercapai, dan menawarkan keuntungan bagi bisnis serta konsumen. Didorong oleh persaingan yang sehat, setiap bisnis akan berusaha untuk beroperasi seefisien mungkin untuk menyediakan barang dan jasa dengan biaya minimum. Dengan demikian, undang-undang persaingan bertujuan untuk melindungi kepentingan publik dengan menjaga kelangsungan persaingan yang sehat, serta mendorong efisiensi ekonomi. Melalui persaingan yang adil dan efisien, diharapkan dapat tercipta manfaat maksimal bagi konsumen dan perusahaan dalam penyediaan produk dan jasa.

²⁹ Pasal 3 UU No. 5 Tahun 1999

³⁰ Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, cet ke.2, (Jakarta: Prenamedia Group, 2014), hlm.4

4. Perjanjian-Perjanjian yang Dilarang Berdasarkan Undang-Undang No.5 Tahun 1999

1. Pengertian Perjanjian

Dalam pandangan R. Subekti, perjanjian adalah suatu peristiwa formal dimana seseorang berjanji untuk melakukan sesuatu untuk orang lain atau ketika dua orang berjanji untuk melakukan sesuatu secara bersama-sama.³¹ R. Wirjono Prodjodikoro mengartikan perjanjian sebagai suatu perjanjian harta benda yang mengikat secara hukum antara pihak satu dengan pihak lainnya yang mana salah satu pihak memberikan komitmen untuk memenuhi atau tidak memenuhi suatu janji sedangkan pihak yang lain mempunyai hak untuk meminta eksekusi tindakannya.³²

Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa perjanjian melibatkan komitmen antara pihak-pihak yang terlibat dalam menjalankan kewajiban dan hak-hak yang saling berhubungan, baik dalam konteks umum maupun dalam kaitannya dengan harta benda.

2. Perjanjian yang dilarang

Perjanjian yang dilarang dalam UU Antimonopoli memiliki berbagai macam jenis perjanjian. Pasal 4 hingga Pasal 16 UU Antimonopoli mengatur

³¹ R Subekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta: PT. Intermasa, 1987), hlm.1

³² Wirjono Prodjodikoro, *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, (Bandung: Mandar Maju 2000), hlm.9

tentang larangan ini. Perjanjian-perjanjian yang dilarang ini dianggap sebagai tindakan yang menimbulkan persaingan yang tidak sehat.

a. Oligopoli

Menurut Pasal 4 UU 5/1999, “pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”³³

b. Penetapan harga (*Price Fixing Agreement*)

Penetapan harga mengacu pada prosedur di mana pemasok individu menetapkan harga secara mandiri atau sekelompok pemasok secara kolaboratif menetapkan harga standar untuk barang atau jasa. Penentuan harga di pasar oligopolistik seringkali dipengaruhi oleh kondisi pasar yang tidak teratur sehingga menyebabkan pola harga yang menyimpang dari prinsip tradisional yaitu penawaran dan permintaan.³⁴

c. Pembagian wilayah

Menurut Pasal 9 dari UU 5/1999, “pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya yang bertujuan untuk membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar terhadap barang dan/atau jasa, sehingga

³³ Suyud Margono, *Hukum Anti Monopoli*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), hlm. 79

³⁴ Suhasril, Mohammad Taufik Makarao, *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 119

dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.”³⁵

d. Pemboikotan

Pasal 10 UU 5/1999 menyebutkan bahwa :

- 1) “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya yang dapat menghalangi pelaku usaha lain untuk melakukan usaha yang sama, baik untuk tujuan pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri
- 2) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menolak menjual setiap barang dan/atau jasa dari pelaku usaha lain, sehingga perbuatan tersebut:
 - a) Merugikan atau dapat diduga merugikan pelaku usaha lain; atau
 - b) Membatasi pelaku usaha lain dalam menjual atau membeli setiap barang dan/atau jasa dari pasar bersangkutan.”³⁶

Berdasarkan aturan yang diuraikan dalam pasal ini, pemboikotan adalah keputusan terorganisir untuk menghindari berbisnis dengan pihak tertentu. Pemboikotan biasanya dilakukan oleh sekelompok bisnis saingan. Di sisi lain, pemboikotan memang bisa dilakukan dalam bentuk kegiatan atau perjanjian tanpa melibatkan pelaku usaha lain.³⁷

e. Kartel

Perjanjian kartel adalah pengaturan di mana banyak pihak berkolaborasi atau berkolusi untuk memanipulasi harga dan pasokan suatu produk demi keuntungan mereka sendiri. Menurut Kwik Kian Gie, pembentukan kartel selalu berpotensi menuju ke kondisi monopoli atau situasi monopolistik.³⁸

³⁵ Pasal 9 UU No. 5 Tahun 1999

³⁶ Pasal 10 UU No. 5 Tahun 1999

³⁷ Galuh Puspaningrum, *Hukum Persaingan Usaha, Perjanjian dan Kegiatan Usaha yang Dilarang dalam Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, (2013), hlm. 34.

³⁸ Susanti Adi Nugroho, *Op.cit.*, hlm.176

Larangan pembentukan kartel terdapat dalam Pasal 11 UU 5/1999 yang menjelaskan bahwa “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha saingannya yang bermaksud mempengaruhi harga dengan mengatur produksi dan/atau pemasaran suatu barang dan/atau jasa, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.”³⁹

f. Trust

Pasal 12 dari UU 5/1999 menyebutkan 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 barang dan/atau jasa, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.”⁴⁰

Menurut UU 5/1999, trust “diartikan sebagai kerja sama membentuk suatu perusahaan patungan atau konsorsium yang lebih besar dari usaha sebelumnya. Setiap karyawan bisnis atau perusahaan mempertahankan individualitas dan cara hidup mereka dalam kepercayaan ini.”⁴¹

g. Oligopsoni

Badan usaha secara hukum dilarang melakukan perjanjian yang mengakibatkan terbentuknya pasar oligopolistik atau pasar yang permintaannya

³⁹ Pasal 11 UU No.5 Tahun 1999

⁴⁰ Pasal 12 UU No. 5 Tahun 1999

⁴¹ Suyud Margono, *Op.cit*, hlm. 94

dikuasai oleh badan usaha tertentu. Larangan yang dimaksud diatur dalam Pasal 13 UU 5/1999, sebagai berikut :

“a) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang bertujuan untuk secara bersama-sama menguasai pembelian atau penerimaan pasokan agar dapat mengendalikan harga atas barang dan/atau jasa dalam pasar yang bersangkutan, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

b) Pelaku usaha patut diduga atau dianggap secara bersama-sama menguasai pembelian dan/atau penerimaan pasokan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) apabila 2 (dua) atau 3 (tiga) pelaku usaha menguasai lebih dari 75% pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.”⁴²

Kesepakatan yang dicapai dengan cara kolektif untuk mengatur perolehan atau penerimaan pasokan guna mengatur harga pasar barang dan jasa disebut oligopsoni. Selain itu, pasar yang didominasi oleh sekelompok pelanggan yang mempunyai kekuasaan untuk memutuskan apa yang akan dibeli disebut oligopsoni.⁴³

h. Integrasi vertikal

Pasal 14 UU 5/1999 menyatakan bahwa “pelaku usaha dilarang 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.”⁴⁴ Berbeda dengan implementasi yang dibatasi pada satu tahap (integrasi horizontal), integrasi vertikal dalam konteks ini mengacu pada

⁴² Pasal 13 UU No.5 Tahun 1999

⁴³ Galuh Puspaningrum, *Op Cit.*, hlm. 34.

⁴⁴ Pasal 14 UU No. 5 Tahun 1999

komponen struktur pasar di mana perusahaan terlibat dalam beberapa tahapan berturut-turut dalam suatu penawaran produk.⁴⁵

i. Perjanjian tertutup

Dalam perjanjian tertutup, pemasok produk menyatakan bahwa mereka hanya akan memberikan barangnya kepada distributor jika distributor berjanji untuk tidak memperolehnya dari perusahaan saingan. Distributor biasanya juga menetapkan persyaratan agar pemasok produk tidak menyediakan barang ke pihak tertentu.⁴⁶

5. Kegiatan yang Dilarang Berdasarkan Undang-Undang No.5 Tahun 1999

Selain adanya perjanjian dalam berbagai bentuk yang mengarah pada persaingan tidak sehat, kegiatan-kegiatan lain juga harus dilarang karena berpotensi terjadinya hal tersebut.⁴⁷ Pasal 17 sampai dengan 24 UU 5/1999 mengatur empat kegiatan yang dianggap melanggar larangan tersebut :

a. Kegiatan yang bersifat monopoli

Istilah “kegiatan” mengacu pada setiap tindakan atau perbuatan sah yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang yang bersifat otonom dan tidak mempunyai hubungan hukum langsung.⁴⁸

Kekuasaan atas produksi dan pemasaran dapat menimbulkan monopoli dan merugikan persaingan usaha. Pasal 17 UU 5/1999, yang menyatakan bahwa “pelaku usaha dilarang melakukan penguasaan atas produksi dan/atau pemasaran

⁴⁵ Galuh Puspaningrum, *Op Cit.*, hlm. 41.

⁴⁶ *Ibid.* hlm. 41.

⁴⁷ Suyud Margono, *Op.cit.*, hlm. 100

⁴⁸ Susanti Adi Nugroho, *Op.cit.*, hlm. 225

barang dan/atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.”⁴⁹

b. Kegiatan yang bersifat monopsoni

Apabila seorang pelaku usaha atau sekelompok pelaku usaha menguasai porsi pangsa pasar yang lebih besar sebagai pembeli tunggal dibandingkan dengan adanya pelaku usaha atau sekelompok pelaku usaha yang berperan sebagai penjual, maka hal ini disebut dengan monopsoni. Akibatnya, pembeli tunggal bertanggung jawab untuk menetapkan harga sesuai kebijaksanaannya dan bahkan memiliki kemampuan untuk mengendalikannya.⁵⁰

Sama halnya dengan monopoli, monopsoni juga dilarang dalam ketentuan Pasal 18 UU 5/1999, yang menyatakan sebagai berikut “pelaku usaha dilarang menguasai penerimaan pasokan atau menjadi pembeli tunggal atas barang dan/atau jasa dalam pasar bersangkutan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.”⁵¹

c. Kegiatan yang bersifat penguasaan pangsa pasar

Istilah “penguasaan pasar” tidak didefinisikan secara jelas dalam UU 5/1999, Namun dominasi pasar ini dilarang karena dominasi pasar memungkinkan terjadinya perilaku monopoli atau kompetisi secara tidak fair antar pengelola bisnis. Bagi sebagian besar pengelola bisnis, menguasai pasar merupakan tujuan yang diinginkan karena menawarkan keuntungan yang besar. Untuk mempertahankan kendali atas pasar, mereka akan menggunakan strategi apa pun, bahkan strategi ilegal sekalipun. Pelaku usaha dapat dengan leluasa melakukan

⁴⁹ Pasal 17 UU No. 5 Tahun 1999

⁵⁰ Susanti Adi Nugroho, *Op.cit.*, hlm.225

⁵¹ Pasal 18 UU No. 5 Tahun 1999

berbagai tindakan guna memperoleh keuntungan sebesar-besarnya dengan menguasai pasar.⁵²

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menentukan kegiatan yang melibatkan penguasaan pangsa pasar yang dilarang. Undang-undang tersebut menyatakan bahwa :

“1) Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat berupa :

- a) Menolak dan/atau menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan;
- b) Atau mematikan usaha pesaingnya di pasar bersangkutan, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.”⁵³

d. Kegiatan yang bersifat persekongkolan

Dilarang berkolusi dengan pihak ketiga untuk mempengaruhi hasil tender, mendapatkan informasi sensitif dari bisnis pesaing, atau menghalangi pengembangan, produksi, atau promosi produk atau layanan pesaing. Tujuannya adalah untuk menurunkan kuantitas, kualitas, dan ketepatan waktu produk serta layanan yang tersedia pada lingkup pasar terkait.⁵⁴

B. Tinjauan Umum Tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU)

1. Dasar Hukum Pengaturan KPPU

⁵² Susanti Adi Nugroho, *Op.cit.*, hlm.255

⁵³ Pasal 19 UU No. 5 Tahun 1999

⁵⁴ Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004), hlm. 75

UU Antimonopoli Pasal 30 ayat (1) memberikan kerangka hukum bagi pembentukan komisi pengawas. Yang menyatakan: “Untuk mengawasi pelaksanaan undang-undang ini dibentuk Komisi Pengawas Persaingan Usaha.”⁵⁵

Komisi khusus juga memantau persaingan bisnis di negara lain. Contohnya, ada *Federal Trade Commission* di Amerika Serikat, *European Community Commission* di Masyarakat Ekonomi Eropa, *Competition Bureau* di bawah arahan *Director of Investigation and Research* di Kanada, *Fair Trade Commission* di Jepang, Korea, dan Taiwan, dan *Le Conseil De La Concurrence* di Perancis.⁵⁶

KPPU merupakan sebuah lembaga independen yang beroperasi secara mandiri tanpa adanya pengaruh atau kekuasaan dari pemerintah dan pihak lainnya. Keberadaan Komisi diatur dalam Pasal 30 ayat (2) dan (3) yang menyatakan bahwa “Komisi bertanggung jawab kepada presiden”. Komisi melapor kepada presiden karena melaksanakan tugas-tugas pemerintahan di mana Presiden mempunyai kekuasaan paling besar.⁵⁷

KPPU sendiri memiliki kontribusi paling utama dalam perekonomian dan pengawalan ekonomi nasional. Keberadaan lembaga persaingan usaha yang mampu mengontrol pasar menjadi sangat krusial, mengingat tanpanya dapat terjadi distorsi harga, kelangkaan barang, dan dampak negatif lainnya. Konsekuensinya, hal tersebut dapat mengakibatkan penurunan kesejahteraan masyarakat. Awalnya, KPPU telah ditempatkan sebagai lembaga negara yang

⁵⁵ Pasal 30 UU No. 5 Tahun 1999

⁵⁶ Mustafa Kamal Rokan, *Op Cit*, hlm.277.

⁵⁷ *Ibid.*

berdiri sendiri, sejajar dengan KPU, KPK, MK, dan KY. Dalam sektor ekonomi, hanya KPPU lembaga yang memiliki tugas dalam memelihara persaingan.⁵⁸

2. Tugas KPPU

Sesuai dengan Pasal 35 UU Antimonopoli, KPPU mempunyai tugas sebagai berikut :

- a) Melakukan penilaian terhadap perjanjian yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 16;
- b) Melakukan penilaian terhadap kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 17 sampai dengan Pasal 24;
- c) Melakukan penilaian terhadap ada atau tidak adanya penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 25 sampai dengan Pasal 28;
- d) Mengambil tindakan sesuai dengan wewenang Komisi sebagaimana diatur dalam Pasal 36;
- e) Memberikan saran dan pertimbangan terhadap kebijakan Pemerintah yang berkaitan dengan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
- f) Menyusun pedoman dan atau publikasi yang berkaitan dengan Undang-undang ini;
- g) Memberikan laporan secara berkala atas hasil kerja Komisi kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat.⁵⁹

3. Wewenang KPPU

Sesuai dengan Pasal 36 UU Antimonopoli, KPPU memiliki kewenangan sebagai berikut :

- a) Menerima laporan dari masyarakat dan atau dari pelaku usaha tentang dugaan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
- b) Melakukan penelitian tentang dugaan adanya kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;

⁵⁸ Beny Pasaribu (Komisioner KPPU 2006-2011), *Amandemen Undang-Undang Cara yang Terbaik Tingkatkan Kinerja, dalam media Berkala KPPU Kompetisi*, Edisi Khusus 31 Tahun 2011, hlm15.

⁵⁹ Pasal 35 UU No.5 Tahun 1999

- c) Melakukan penyelidikan dan atau pemeriksaan terhadap kasus dugaan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang dilaporkan oleh masyarakat atau oleh pelaku usaha atau menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud huruf e dan huruf f, yang tidak bersedia memenuhi panggilan komisi;
- d) Meminta keterangan dari instansi pemerintah dalam kaitannya dengan penyelidikan dan atau pemeriksaan terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini;
- e) Mendapatkan, meneliti, dan atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan atau pemeriksaan;
- f) Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak pelaku usaha lain atau masyarakat;
- g) Memberitahukan putusan komisi kepada pelaku usaha yang diduga melakukan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
- h) Menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini.⁶⁰

Dalam menjalankan tugasnya, KPPU memiliki dua jenis wewenang, yaitu.⁶¹

- a) Komisi telah diberi kewenangan aktif sebagai hasil dari proses penelitian. Penelitian mengenai pasar, aktivitas, dan posisi dominan dapat dilakukan oleh komisi. Selanjutnya, komisi dapat melakukan penyidikan, menarik kesimpulan dari penyidikan dan/atau pemeriksaan, memanggil saksi, pelaku usaha, dan pihak terkait lainnya, meminta bantuan penyidik, meminta keterangan kepada instansi pemerintah, mengumpulkan dan mengkaji dokumen serta alat bukti lainnya. mengambil keputusan, dan menjatuhkan sanksi administratif.
- b) Komisi ini mempunyai kewenangan pasif, artinya dapat menerima laporan mengenai tuduhan persaingan tidak sehat dan praktek monopoli dari pengusaha lainnya ataupun dari masyarakat umum.

⁶⁰ Pasal 36 UU No. 5 Tahun 1999

⁶¹ Mustafa Kamal Rokan, *Op Cit.*, hlm. 267

Artinya, tanggung jawab utama KPPU, secara teori, adalah melakukan evaluasi menyeluruh terhadap seluruh kontrak, aktivitas bisnis, dan kasus-kasus penyalahgunaan dominasi yang dilakukan oleh sejumlah pihak yang terlibat dalam kegiatan usaha.⁶²

4. Penegakan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia

Proses penerapan hukum sebagai pedoman perilaku dalam interaksi hukum antara negara dan masyarakat disebut penegakan hukum. Regulasi yang berkaitan dengan persaingan usaha ditegakkan oleh KPPU, penting untuk diingat bahwa lembaga lain juga ikut terlibat dalam menangani kasus-kasus yang berkaitan dengan persaingan usaha, diantaranya ada Mahkamah Agung dan Pengadilan Negeri, yang keduanya mempunyai yurisdiksi untuk mengadili kasus-kasus tersebut. Apabila putusan KPPU tidak dilaksanakan sebagaimana mestinya, PN berwenang mengadili pengaduan sehubungan dengan hasil putusan KPPU serta menjalankan proses hukum untuk menyelesaikan pelanggaran hukum kompetisi usaha yang dapat dituntut sebagai tindak pidana. Sementara itu, MA memiliki kewenangan untuk memutuskan kasasi terhadap keputusan PN terkait pelanggaran yang terjadi. Tentang penerapan hukum persaingan usaha, wewenang yang dimiliki oleh KPPU meliputi aspek administratif dan yurisdiksi administratif. PN dan MA berperan dalam ranah yurisdiksi peradilan untuk menyelesaikan sengketa dan perkara yang berkaitan dengan pelanggaran hukum persaingan. Dengan demikian, meskipun KPPU memiliki peran utama dalam penegakan hukum

⁶² Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha, Dalam Teori dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya* (Jakarta:Kencana Prenada Media Group,2012,Ed.1,Cet.1), hlm.550.

persaingan usaha, PN dan MA juga memiliki peran penting dalam menangani kasus-kasus yang terkait dengan monopoli dan persaingan usaha.⁶³

Dengan kewenangan yang dimilikinya, KPPU mampu memperoleh informasi dari publik, melakukan pengkajian, penelusuran serta menarik kesimpulan terkait adanya ketidaksehatan dalam persaingan. Selain itu, KPPU mempunyai kewenangan untuk menilai apakah pelaku usaha atau masyarakat umum mengalami kerugian. KPPU juga berwenang meminta bantuan penyidik untuk menunjukkan pihak-pihak yang dihubungi namun menolak hadir.⁶⁴

Dalam menjalankan tugasnya, KPPU mempunyai izin untuk menyelenggarakan persidangan, mengundang para pihak yang berkepentingan, memeriksa saksi mata dan pembuktian, serta meminta keterangan ahli. Investigasi memiliki peran penting dalam pengamatan KPPU terhadap hukum persaingan, Karena temuan investigasi digunakan untuk menentukan apakah hukum tersebut dilanggar atau tidak. Itulah alasan investigasi yang dilakukan KPPU perlu dikerjakan dengan tepat dan hati-hati.

Investigasi biasanya dilakukan untuk memperoleh informasi tentang "*conduct*" (tindakan) dan "*effect*" (dampak). "*Conduct*" umumnya terkait dengan tindakan korporasi dan bukan perilaku pribadi, sedangkan "*effect*" mengacu pada dampak yang dihasilkan oleh tindakan tersebut di pasar terkait. Observasi pasar dan studi dokumen merupakan metode utama dalam investigasi persaingan usaha. Melalui studi dokumen, dapat diketahui kronologi tindakan korporasi, tujuan yang

⁶³ Meita Fadhilah, *Penegakan Hukum Persaingan Usaha Tidak Sehat Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha(KPPU) Dalam Kerangka Ekstrateritorial*, Jurnal Wawasan Yuridika, 2019, hlm.64

⁶⁴ Munir Fuadi, *Hukum Anti Monopoli Menyongsong Era Persaingan Sehat*, Bandung: PT. Citra AdityaiBakti, 1999, hlm. 37.

ingin dicapai, sumber daya yang digunakan, dan pertimbangan lainnya. Untuk memastikan hubungan dampak pasar dengan tindakan pelaku usaha, observasi pasar dapat digunakan untuk mengidentifikasi perubahan harga suatu barang atau jasa serta kebiasaan penjualan atau pembelian pelaku usaha.

Metode utama yang digunakan untuk investigasi persaingan usaha adalah wawancara. Dengan wawancara, informasi yang diperlukan dapat dikumpulkan, keakuratan dokumen dapat dikonfirmasi, dan kondisi sebelum terjadinya tindakan dapat digambarkan meskipun tidak tercatat dalam dokumen resmi perusahaan. Dengan menggunakan ketiga teknik tersebut, informasi yang diperlukan dapat dikumpulkan untuk menentukan apakah terjadi pelanggaran hukum persaingan usaha atau tidak.

5. Pendekatan *Rule Of Reason* dan *Per se Illegal*

Pendekatan *per se illegal* dan *rule of reason* merupakan dua metode yang diakui dalam konteks hukum persaingan usaha. KPPU yang mengawasi persaingan usaha menggunakan pendekatan *rule of reason* ketika memutuskan bagaimana suatu kesepakatan atau kegiatan bisnis merangsang atau menghalangi persaingan. Dengan metode ini, diperlukan penyelidikan yang lebih mendalam untuk memahami bagaimana kontrak atau aktivitas bisnis mempengaruhi persaingan. Sebaliknya, pendekatan *per se illegal* menekankan pada gagasan dimana kontrak atau aktivitas bisnis tertentu dianggap ilegal tanpa perlu adanya bukti lebih lanjut mengenai konsekuensi yang akan timbul dari kontrak maupun aktivitas bisnis tersebut. Menetapkan harga jual kembali dan melakukan

penentuan tarif dengan cara kolusif untuk suatu barang adalah contoh tindakan yang ditafsirkan sebagai *per se illegal*.⁶⁵

Selanjutnya, akan diuraikan lebih detail mengenai pendekatan yang terdapat dalam hukum persaingan usaha sebagai berikut:

1. Pendekatan *Rule Of Reason*

Keadaan dan konteks kasus harus dipertimbangkan ketika mengevaluasi menggunakan pendekatan *rule of reason*, untuk memastikan apakah dugaan tindakan tersebut telah membatasi persaingan secara tidak adil, pertama-tama kita perlu memahami dan menyelidiki klaim tersebut. Penggugat harus mampu menunjukkan bagaimana kesepakatan, tindakan, dan dominasi yang merugikan atau menghambat persaingan usaha memberikan dampak negatif terhadap tindakan yang sedang diselidiki.

Metode *rule of reason* menyatakan bahwa suatu manuver tidak dapat dianggap ilegal meskipun memenuhi seluruh persyaratan hukum jika dapat dibenarkan oleh faktor-faktor obyektif. Dalam pendekatan ini, penerapan hukum bergantung pada dampak yang timbul dari perbuatan tersebut, apakah persaingan usaha tidak sehat atau praktik monopoli merupakan akibat dari tindakan tersebut. Unsur materiil dan perbuatan yang dilakukan merupakan poin utamanya. Metode *rule of Reason* dalam penerapan hukum mempertimbangkan motivasi pelaku usaha dalam menerapkan undang-undang.

Memahami ilmu hukum bukanlah satu-satunya prasyarat untuk menerapkan aturan *rule of reason* kemahiran di bidang ekonomi juga diperlukan. Jika suatu

⁶⁵ Andi Fahmi, *Op Cit.*, hlm 55

tindakan diduga melanggar regulasi persaingan, pencari fakta harus menerapkan pendekatan *rule of reason* untuk memastikan apakah tindakan tersebut tidak adil, menghambat persaingan, atau mempertimbangkan faktor-faktor lain. *Rule of reason* lebih berkaitan dengan pemeriksaan dampak keputusan yang dibuat. Argumen dan pertimbangan yang perlu diberi ruang antara lain faktor ekonomi, keadilan, efisiensi, dan perlindungan kelompok ekonomi tertentu. Oleh karena itu, UU Antimonopoli mempunyai ciri khusus yang menekankan pada penggunaan pendekatan ekonomi dalam penyelesaian sengketa. Untuk membuat penilaian yang tampak adil bagi masyarakat, hakim harus mampu mengevaluasi berbagai variabel yang mungkin mempengaruhi keseimbangan pasar.⁶⁶

Arie Siswanto menjelaskan kelebihan dan kekurangan pendekatan *rule of Reason* sebagai metodologi hukum persaingan usaha dalam Susanti Adi Nugroho:⁶⁷

- a) Penggunaan metode ini sendiri menggunakan analisis ekonomi untuk memaksimalkan kinerja sehingga dapat menentukan secara pasti apakah tindakan pelaku usaha mempengaruhi persaingan.
- b) Dari sudut pandang efisiensi, pendekatan *rule of Reason* mampu untuk menentukan secara akurat dan tepat apakah suatu tindakan yang dilakukan pelaku usaha mendorong atau menghambat persaingan. Sebaliknya, berikut ini adalah kekurangan metode *rule of Reason* :
 - a. Evaluasi yang akurat seperti itu dapat menghasilkan hasil analisis yang berbeda dan ketidakpastian.
 - b. Menerapkan *rule of reason* memerlukan penelitian ekstensif dan pemahaman ekonomi. Oleh karena itu, untuk menerapkan prinsip *rule of reason*, seseorang tidak hanya harus memiliki pemahaman yang kuat tentang hukum tetapi juga penguasaan ilmu ekonomi dan kesadaran tentang pengaruhnya terhadap pasar. Tindakan pelaku usaha masih dapat dibenarkan secara ekonomi dalam banyak kasus.

2. Pendekatan *Per se Illegal*

⁶⁶ Susanti Adi Nugroho, *Op.Cit.*, hlm.701

⁶⁷ *Ibid.*

Dalam hal memberikan kepastian kepada pelaku usaha, *per se illegal* sendiri sangat ketat dan tidak ambigu. Tanpa membuktikan bagaimana dampak dari tindakan tersebut, larangan ini tidak akan tergoyahkan dan tegas karena perilaku tersebut kemungkinan besar akan merugikan persaingan usaha. *per se illegal* melarang suatu kegiatan atau perjanjian bisnis jika dianggap mempunyai dampak yang jelas dan pasti dalam mengurangi atau menghilangkan persaingan. Cara ini menghilangkan keharusan bagi pelaku usaha pelapor untuk menunjukkan pentingnya kesepakatan yang dicapai oleh pelaku usaha pesaing.⁶⁸

Pemanfaatan pendekatan ini dianggap sangat tepat untuk memberikan manfaat yang besar bagi penerapan hukum persaingan usaha, karena tahapan administratifnya jelas dan sederhana. Hal ini memungkinkan melakukan penolakan terhadap investigasi menyeluruh yang memerlukan banyak waktu dan uang untuk pencarian fakta di pasar terkait.⁶⁹

Dalam UU Antimonopoli, penerapan teori *per se illegal* hanya terbatas pada pasal-pasal yang tidak memberikan syarat-syarat “yang mampu menciptakan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat”. Jenis tindakan tertentu dianggap ilegal menurut definisinya, seperti perjanjian yang berkaitan dengan pembagian wilayah, boikot, dan penetapan harga.⁷⁰

Metode *Per se illegal* dalam hukum persaingan usaha juga memiliki kelebihan dan kekurangan, sama seperti pendekatan *rule of reason*. Manfaatnya antara lain sebagai berikut:

⁶⁸ Mustafa Kamal Rokan, *Op Cit.*, hlm 60.

⁶⁹ Rachmadi Usman, *Op Cit.*, hlm. 177-178

⁷⁰ Susanti Adi Nugroho, *Op.Cit.*, hlm.702

- a) Kepastian hukum ada untuk setiap permasalahan hukum antimonopoli yang timbul.
- b) Tidak perlu melakukan pembuktian yang rumit jika suatu perjanjian atau tindakan hampir pasti akan melemahkan persaingan, sehingga menghemat waktu dan uang.
- c) Karena pendekatan ini mempunyai penerapan yang luas dan memungkinkan hakim untuk menafsirkan apakah seseorang telah melanggar atau menghalangi persaingan usaha, pendekatan ini memfasilitasi proses pengambilan keputusan dalam kasus persaingan usaha.

Namun, menerapkan pendekatan *per se illegal* yang terlalu berlebihan dapat mengakibatkan tindakan yang sah dan bahkan tidak merugikan persaingan usaha. Ketika menentukan apakah suatu tindakan pelaku usaha benar-benar tidak efisien dan merugikan konsumen, tidak selalu tepat jika menggunakan pendekatan *per se illegal*. Hal ini mungkin menjadikan penerapan hukum persaingan usaha menjadi kontraproduktif.⁷¹

C. Tinjauan Umum Tentang Industri Ritel

1. Pengertian Industri Ritel

Ritel digambarkan sebagai proses di mana produksi serta distribusi barang-barang dengan jumlah yang banyak dipecah menjadi jumlah kecil yang sesuai dengan kebutuhan konsumen akhir. Di Indonesia, bisnis ritel dapat dikelompokkan menjadi dua kategori dilihat dari karakteristiknya, yang pertama

⁷¹ Mustafa Kamal Rokan, *Op Cit.*, hlm. 61-62

adalah ritel dengan karakteristik tradisional dan yang kedua adalah ritel dengan karakteristik modern.

Ritel merupakan suatu aktivitas bisnis yang melibatkan penjualan produk dan jasa yang telah ditingkatkan nilainya, dengan tujuan memenuhi kebutuhan individu ataupun untuk kebutuhan lainnya dalam jumlah eceran. Ritel memainkan peran penting sebagai siklus penutup pada tahapan distribusi, menghubungkan produsen dengan konsumen. Dalam proses distribusi, ritel merupakan tahap akhir yang mengantarkan produk dari produsen langsung kepada konsumen.

Di samping itu, industri ritel memainkan peran yang sangat signifikan dalam perekonomian Indonesia, terutama bagi masyarakatnya. Industri ritel menduduki posisi kedua jika dilihat dari banyaknya tenaga kerja yang diserap, dimana peringkat teratasnya adalah sektor pertanian.⁷²

2. Dasar Hukum Industri Ritel

Pada tahun 2007, Pemerintah mengeluarkan Perpres No. 112 Tahun 2007 yang mengatur sektor ritel tradisional dan ritel modern, terutama terkait dengan *zoning* yang membatasi pembangunan pasar modern dan mengurangi dampaknya pada pasar tradisional. Perpres tersebut juga membahas masalah jam buka, perizinan, dan *trading term* yang menjadi perhatian bagi pemasok pasar modern. Namun, penting untuk mempertimbangkan sejauh mana efektivitas penerapan aturan ini dan dampaknya bagi pelaku usaha ritel. Pada akhir tahun 2008, Pemerintah menerbitkan aturan pendukung untuk Perpres No.112 Tahun 2007, yaitu Permendag No. 53 Tahun 2008. Aturan ini secara spesifik mengatur masalah

⁷² 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)

zoning dan *trading term*. Yang pada akhirnya Perpres 112/2007 dalam perkembangannya digantikan dengan Peraturan Pemerintah No.29 Tahun 2021 tentang penyelenggaraan bidang perdagangan.

3. Jenis-Jenis Industri Ritel

Bisnis ritel, atau juga dikenal sebagai pedagang eceran, dapat diklasifikasikan dalam berbagai cara berdasarkan ukuran, kepemilikan, operasional, dan lain-lain. Pembagian usaha ritel dibagi ke dua bagian, yang pertama adalah ritel tradisional lalu yang kedua adalah ritel modern.

Ritel tradisional adalah bentuk ritel yang didasarkan pada praktik dan model bisnis yang telah ada sejak lama. Beberapa pengecer skala kecil atau pedagang eceran terlibat dalam hal ini. Contohnya termasuk toko kelontong atau pengecer yang berlokasi di pasar tradisional seperti los, tenda, dan sejenisnya. Bisnis ritel tradisional ini umumnya merupakan usaha kecil dengan modal terbatas dan menggunakan fasilitas yang sederhana. Dengan demikian, ritel tradisional dapat diartikan sebagai berbagai bentuk pengecer yang beroperasi dalam skala kecil dan memiliki modal terbatas.⁷³

Ritel modern adalah perkembangan dari ritel tradisional yang mengadopsi pendekatan yang lebih modern. Peran ritel modern adalah menyediakan barang dan jasa berkualitas tinggi kepada pelanggan. Mereka menggunakan manajemen modern, teknologi canggih, dan pendekatan profesional dalam operasional mereka. Biasanya, ritel modern berlokasi di kawasan perkotaan yang lebih padat. Dalam pengertian lain, toko modern mengacu pada toko yang menggunakan

⁷³ Euis Soliha, *Analisis Industri Ritel di Indonesia, Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 2008 Vol. 15, No. 2, hlm.130

program swalayan dan menjual berbagai produk secara eceran. Supermarket, *department store*, *hypermarket*, minimarket, dan pedagang grosir yang menangani penjualan skala besar tergolong dalam ritel modern.⁷⁴

⁷⁴ Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian adalah uraian tentang batasan penelitian, agar penelitian menjadi terfokus pada ruang lingkup masalah yang diinginkan.⁷⁵ Dalam penulisan skripsi ini, penulis melakukan penelitian untuk memperoleh data atau menghimpun berbagai data, fakta dan informasi yang diperlukan. Data yang di dapatkan harus mempunyai hubungan yang relevan dengan permasalahan yang dikaji, sehingga memiliki kualifikasi sebagai suatu sistem ilmiah yang proporsional. Adapun ruang lingkup dari penelitian ini agar dapat mengetahui bagaimana akibat hukum persaingan usaha bagi pelaku usaha di Indonesia serta bagaimana analisis yuridis peraturan persaingan usaha dalam industri ritel berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

B. Jenis Penelitian

Fokus utama dalam penerapan metode penelitian hukum adalah pemahaman yang kuat terhadap jenis penelitiannya. Penelitian ini bersifat yuridis normatif dan dilakukan dengan melihat teori, konsep, asas hukum, dan peraturan perundang-undangan yang relevan berdasarkan bahan hukum primer.

C. Metode Pendekatan Masalah

⁷⁵ Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, (Mataram: Mataram University Press, 2020), hlm. 72

Metode pendekatan masalah penelitian hukum yang dilakukan penulis didasarkan pada pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan juga mencakup pendekatan konseptual (*conceptual approach*) yang berfokus pada hubungan antar peraturan perundang-undangan.⁷⁶

1. Pendekatan Perundang-undangan (*statute approach*)

Metode pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan cara mengkaji perundang-undangan yang berkaitan dengan peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang industri ritel

2. Pendekatan konseptual (*conceptual approach*)

Pendekatan konseptual menitikberatkan pada konsep ilmu hukum terutama yang berkaitan dengan peraturan perundang-undangan persaingan usaha dalam industri ritel

D. Sumber Bahan Hukum

Dalam penelitian ini penulis menggunakan bahan hukum primer yang terdiri dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Peraturan Presiden No.112 Tahun 2007 tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern.

Bahan hukum sekunder yaitu, data yang diperoleh dari buku-buku literatur, artikel-artikel hukum karangan ilmiah, dan bacaan-bacaan lainnya yang ada kaitannya dengan masalah yang dibahas penulis dalam skripsi.

Bahan hukum tersier, seperti ensiklopedia hukum, kamus bahasa, dan ensiklopedia hukum, merupakan sumber yang memberikan panduan dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder.

E. Metode Penelitian

⁷⁶ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Bandung: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 93

Metode penelitian ini dilaksanakan dengan cara studi kepustakaan (*library research*). Studi kepustakaan adalah penelitian yang pengumpulan datanya dilakukan dengan menghimpun data dari berbagai literatur. Literatur yang diteliti tidak terbatas pada buku-buku tetapi dapat juga berupa bahan-bahan dokumentasi, majalah, jurnal, dan surat kabar. Penekanan penelitian kepustakaan adalah ingin menemukan berbagai teori, hukum, dalil, prinsip, pendapat, gagasan dan lain-lain yang dapat dipakai untuk menganalisis dan memecahkan masalah yang diteliti.⁷⁷

F. Analisa Bahan Hukum

Analisis bahan hukum yang diperoleh dalam penelitian berupa data sekunder dan dianalisis secara kualitatif dimana proses pengolahan data yang terkumpul dan dianggap telah mencukupi kebutuhan kemudian disajikan secara deskriptif, yaitu dengan menguraikan, menjelaskan, dan menggambarkan mengenai analisis yuridis Persaingan Usaha Dalam Industri Ritel Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

⁷⁷ Sarjono, *Panduan Penulisan Skripsi*, (Yogyakarta : Jurusan Pendidikan Agama Islam, 2008), hlm.20