# BAB I

# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Indonesia kini sudah memasuki era persaingan global, dimana setiap orang diberikan kebebasan untuk memiliki dan mengembangkan bisnis baik dalam lingkup kecil, menengah, maupun besar. Ritel modern dan pasar tradisional mampu mewujudkan kesejahteraan para masyarakat dan diharapkan keberlangsungan keduanya dapatberjalan dengan simbang, namun seiring dengan meningkat dan majunya perekonomian secara global, r itel modern di Indonesia meningkat lebih pesat dibandingkan perkembangan pasar tradisional.[1]

Secara sederhana bisnis adalah suatu urusan atau kegiatan dagang, industri atau keuangan yang dihubungkan dengan produksi pertukaran barang atau jasa dengan menempatkan uang dari para *entrepreneur* dalam resiko tertentu dengan usaha tertentu dengan motif untung mendapatkan keuntungan.

Hukum bisnis adalah suatu perangkat kaidah hukum (termasuk *enforcement*-nya) yang mengatur tentang tata cara pelaksanaan urusan atau kegiatan dagang, industri atau keuangan yang dihubungkan dengan produksi atau pertukaran barang atau jasa dengan menempatkan uang (dari para *entrepreneur* tersebut) adalah untuk mendapatkan keuntungan tertentu.[2]

Kegiatan perdagangan merupakan kegiatan memindahkan barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, kegiatan perdagangan dapat dibedakan atas

---

[1]Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011, Hlm. 76

[2]Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2005), Hlm. 2

kegiatan perdagangan modern dan kegiatan perdagangan tradisional.Kegiatan perdagangan modern dijumpai dalam bentuk Ritel modern yang dikenal dengan Minimarket, Supermarket, dan Hypermarket. Sedangkan kegiatan perdagangan tradisional diantaranya adalah pasar tradisional dan Ritel-ritel ecaran.

Dibanyak lokasi, kehadiran Ritel modern seperti Minimarket memaksa pasar tradisional dan usaha kecil untuk gulung tikar. Namun, tidak semua menjadi kabar buruk bagi pasar tradisional dan usaha kecil, banyak juga yang mampu bertahan dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat.

Mulanya Ritel modern hanya menjangkau kota-kota besar di Indonesia, namun seiring kemajuan teknologi dan kebutuhan ekonomi yang semakin meningkat, saat ini ritel modern telah menjangkau konsumen secara langsung hingga kepedesaan, tidak dapat dipungkuri bahwasanya hampir disetiap tempat strategis telah berdiri ritel modern seperti Minimarket.[3]

Pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya harus berdasarkan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum. Penjelasan persaingan usaha tidak sehat dijabarkan dalam Undang-Undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat yang lebih dikenal sebagai Undang-Undang Anti Monopoli telah dirumuskan secara tegas dan jelas mengenai beberapa pengertian antar lain : monopoli, praktik monopoli, pemusatan kekuatan ekonomi, dan persaingan usaha tidak sehat.

[3]Serfianto Purnomo, dkk, *Sukses Bisnis Ritel Modern,* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Gramedia Group, 2013), Hlm. 1-2

Menurut rumusan Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Anti Monopoli, yang dimaksud dengan persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.[4]

Persaingan saat ini mengarah kepersaingan antar jenis atau antar Ritel yang berbeda jenisnya, tetapi di dalam bidang usahanya sama. Persaingan berbeda jenis ini yang menjadi permasalahan karena perbedaannya sangat jauh, baik dari segi modal maupun manajemennya. Kehadiran ritel modern sendiri mempunyai dampak terhadap pasar tradisional dan usaha kecil yang telah lama dahulu berdiri, karena ritel modern mempunyai kelebihan antara lain, ruangan nyaman, *full AC*, penyajian barang-barang yang menarik konsumen dapat melayani sendiri, harga pasti, dan bahkan menyediakan semua kebutuhan rumah tangga. Sedangkan pasar tradisional masih bermasalah dengan internal pasar seperti buruknya manajemen pasar, sarana, dan prasarana pasar yang minim, sehingga membuat perubahan pola masyarakat dalam berbelanja.

Kenyamanan berbelanja yang di tawarkan ritel modern membuat konsumen lebih memilih untuk berbelanja di ritel modern. Semua faktor tersebut membuat penjualan di ritel modern meningkat dan berdampak besar terhadap penjualan dari pasar tradisional dan usaha kecil. Keberadaan ritel modern menyebabkan pendapatan serta keuntungan yang diperoleh usaha kecil menurun drastis. Pasar tradisional dan usaha kecil dari waktu ke waktu tidak menunjukkan

[4]Hermansyah, *Pokok-Pokok Persaingan Usaha di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2009), Hlm. 2-4

pertumbuhan yang positif, bahkan ditemukan bahwa pertumbuhan pasar tradisional terus menurun dengan presentase 8% per tahun, sedangkan pertumbuhan Ritel modern kian meningkat yaitu 31,4% per tahun.[5]

Dalam hal ini, peran pemerintah sangat penting dalam masalah yang sedang dihadapi oleh pasar tradisional agar kinerja pedagang kecil tidak menurun yaitu dengan melakukan penertiban terhadap pendirian gerai ritel modern.

Sebagaimana Peraturan Presiden No. 112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Ritel Modern dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Ritel Modern. Dalam Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007, Pasal 1 ayat 12 menjabarkan tentang peraturan zona, yang diharapkan mampu melindungi pasar tradisional. Begitu juga hal yang didapat dalam Pasal 8 pemerintah harus menjaga iklim usaha dalam kaitannya dengan persaingan, dengan membuat peraturan-peraturan yang diperlukan.[6]

Untuk melindungi usaha kecil, pemerintah mencegah penguasaan pasar dan pemusatan usaha oleh perorangan atau kelompok tertentu yang merugikan usaha kecil. Inti dari Peraturan Presiden dan Peraturan Menteri Perdagangan adalah kemitraan, perizinan, kelembagaan pengawasan, serta mengatur masalah zonasi tentang pendirian tempat usaha perdagangan bahwa lokasi ritel modern hanya dapat berlokasi pada sistem jaringan jalan arteri, kolektor dan dilarang

---

[5]Putri Noor Adha, *Aspek Hukum Persaingan Usaha Tidak Sehat Yang Dilakukan Oleh Ritel Modern Terhadap Usaha Kecil,* https://eprints.umm.ac.id/id/eprints/29596, (diakses pada tanggal 25 Maret 2021, Pukul 13.10)

[6]Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Ritel Modern

berada pada kawasan pelayanan lokal atau lingkungan dan mengenai batasan lantai penjualan ritel modern.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian hukum dengan judul :

**"PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA KECIL DAN PASAR TRADISIONAL ATAS KEBERADAAN RITEL MODERN"**

## B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas dapat ditarik beberapa rumusan masalah yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana perlindungan hukum atas keberlangsungan usaha kecil dan pasar tradisional dengan kehadiran usaha ritel modern yang di dalam usahanya sama?
2. Bagaimana dampak yang ditimbulkan dari semakin banyaknya ritel modern terhadap keberadaan usaha kecil dan pasar tradisional?

## C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum keberlangsungan usaha kecil dan pasar tradisional dengan kehadiran ritel modern yang di dalam usahanya sama.

2. Untuk mengetahui bagaimana dampak yang ditimbulkan dari semakin banyaknya ritel modern terhadap keberadaan usaha kecil dan pasar tradisional.

## D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan sumbangan pemikiran dan pengetahuan dan keilmuan mengenai hukum khususnya hukum bisnis mengenai perlindungan hukum terhadap usaha kecil dan pasar tradisional atas keberadaan ritel modern.

2. Manfaat Praktis

   a. Bagi Penulis

      Sebagai media penerapan teori-teori yang diterima pada saat perkuliahan, selain sebagai pemenuhan syarat akademis untuk mencapai gelar Sarjana Hukum (SH) pada Universitas HKBP Nommensen Medan serta pemahaman lebih jauh mengenai permasalahan di bidang perlindungan hukum terhadap usaha kecil dan pasar tradisional.

   b. Bagi Masyarakat

      Walaupun tidak dimaksudkan untuk menghasilkan solusi praktis, hasil penelitian ini dapat saja digunakan sebagai tambahan informasi, baik bagi penulis yang hendak meneliti bidang kajian yang sama, mahasiswa fakultas hukum yang memperdalam ilmu hukum,

khususnya aspek hukum Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Perpres Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pasar Modern dan Pusat perbelanjaan, Permendag Nomor 53 Tahun 2008 tentang Pedoman Penataan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Ritel Modern, serta solusi-solusi menghadapi dampak negatif maraknya kegiatan ritel modern terhadap usaha.

c. Bagi Pelaku Usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan tentang analisa ekonomi dan dasar hukum berkenaan dengan praktek-praktek bisnis yang dikategorikan sebagai perlindungan hukum terhadap usaha kecil dan pasar tradisional.

# BAB II

# TINJAUAN PUSTAKA

## A. Tinjauan Umum Tentang Ritel Modern

### 1. Pengertian Ritel Modern

Ritel modern adalah ritel dengan sistem pelayanan mandiri atau sistem harga pasti tanpa tawar menawar dan menjual berbagai jenis barang/produk secara eceran. Ritel modern merupakan jenis pasar yang penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (*barcode*) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual diantaranya buah, sayuran, daging, pakaian, dan barang yang dapat bertahan lama lainnya.[7]

Pada prinsipnya pengertian Ritel modern yang dimaksud dalam Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 adalah sama dengan ritel modern. Ritel Modern sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 1 angka 5 Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Ritel Modern, berbunyi:

"Ritel Modern adalah Ritel dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, *Department Store*, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan".[8]

---

[7]Herman Malano, *Op. Cit.*, Hlm. 6

[8]Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Ritel Modern

Masyarakat dengan gaya hidup modern sekarang lebih menyukai pasar-pasar dengan sistem pengelolaan secara modern, mudah, bersih, nyaman, praktis, dan memliki pilihan barang yang lengkap. Ritel modern yang biasanya berada dalam bangunan yang mewah dan selalu dilengkapi dengan pendingin udara yang sejuk (*air conditioning*/AC), suasana yang nyaman dan bersih, produk yang dijual dikelompokan sehingga konsumen mudah mendapatkan barang yang dibutuhkan (pemajangan barang per kategori).[9]

**2. Bentuk-Bentuk Ritel Modern**

Ritel Modern dibagi menjadi 3 (tiga) bentuk yaitu, Minimarket, Supermarket dan Hypermarket.Perbedaan utama dari ketiga bentuk usaha Ritel modern tersebut terletak pada format, luas bangunan yang digunakan, fasilitas serta banyaknya barang yang dijual.

Berikut perbedaan dari 3 (tiga) bentuk usaha dalam kategori Ritel modern:

a. Minimarket

Minimarket adalah Ritel modern berukuran kecil dari supermarket yang menjual berbagai barang (makanan, minuman, perlengkapan sehari-hari) namun tidak selengkap dan sebesar supermarket.Jumlah item barang yang dijual untuk minimarket antara 3000 sampai 5000

[9]*Op, Cit*., Hlm. 77

macam barang yang di jual. Ukuran Ritel pun antara 300-500 $m^2$, contohnya: Indomaret dan Alfamart.

b. Supermarket

Supermarket adalah Ritel modern yang bangunannya lebih besar dari minimarket, karena jumlah barang yang dijual juga lebih banyak yaitu antara 5000 sampai 15000 macam barang.Supermarket untuk radius area yang efektif adalah sampai 10 km.

c. Hypermarket

Hypermarket adalah Ritel modern yang terbesar baik dari ukuran fisik bangunan maupun jumlah barang yang dijual. Macam barang dagangan yang dijual adalah diatas 15000 dan radius area yang bisa tercover sampai 50 km, contohnya: Carrefour.[10]

Batasan luas lantai penjualan Ritel Modern (Ritel Modern) secara tegas diatur dalam Pasal 3 ayat (2) Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Ritel Modern adalah sebagai berikut:

a) Minimarket, kurang dari 400 $m^2$ (empat ratus meter per segi)
b) Supermarket 400 $m^2$ (empat ratus meter per segi) sampai dengan 5.000 $m^2$ (lima ribu meter per segi)
c) Hypermarket diatas 5.000 $m^2$ (lima ribu meter per segi)[11]

[10]Sefrianto Purnomo, dkk, *Sukses Bisnis Ritel Modern*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo Gramedia Group, 2013), Hlm 30-37

[11]Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Ritel Modern, (diakses pada tanggal 29 April 2021, Pukul 11.30)

### 3. Karakteristik Dasar Ritel Modern

Ritel modern umumnya mempunyai karakteristik yang berbeda dengan pasar tradisional, diantaranya yaitu:

1) Konsumen tidak dapat menawar harga barang yang hendak dibeli
2) Terdapat label harga khusus pada barang yang hendak dijual (*barcode*)
3) Konsumen memilih dan mengambil sendiri barang yang hendak dibeli (swalayan)
4) Kenyamanan Ritel atau tempat menjual menjadi pertimbangan khusus bagi konsumen dalam memilih di Ritel mana ia akan berbelanja
5) Semua barang yang dijual dipajang (*display*)
6) Pada umumnya pemilik (pedagang ritel) berbentuk badan usaha dengan manajemen (*management)* yang teratur
7) Pembayaran pada umumnya dapat dilakukan secara tunai dan kredit.[12]

### 4. Pendorong Pertumbuhan Ritel Modern

Pertumbuhan ritel modern baik dari segi perputaran uang, jumlah gerai, jumlah pemain maupun formasi format gerai dipicu oleh berbagai faktor, antara lain:

a. Pertumbuhan Ekonomi

[12]Harmon Chaniago, dkk, *Faktor Kunci Keberhasilan Ritel Modern Di Indonesia*, https://jurnal.polibatam.ac.id, (diakses pada tanggal 29 April 2021, Pukul 13.20)

Ditandai dengan meningkatnya pendapatan perkapita penduduk, arus investasi asing maupun domestik, pertumbuhan lapangan pekerjaan, perputaran uang dan lain-lain.

b. Besarnya populasi dan pertumbuhan jumlah penduduk

dengan jumlah populasi lebih dari 230 juta orang, Indonesia jelas merupakan pasar yang sangat menjanjikan.

c. Kebijakan Pemerintah

Pemerintah memberikan kemudahan terhadap investasi asing ataupun lokal, termasuk industri ritel, bahkan Ritel modern terkesan lebih leluasa untuk mengembangkan bisnis mereka sehingga seringkali mengundang protes dari para pengusaha dan pedagang pasar tradisional. Hal ini terlihat dari banyaknya gerai Ritel modern yang dibangun dekat pasar tradisional atau jarak antar Ritel modern yang terlalu berdekatan (kurang dari 1 km).[13]

**5. Perizinan Ritel Modern**

Izin usah ritel modern yang meliputi Minimarket, Supermarket, dan Hypermarket. Dalam ketentuan tentang perizinan mempunyai fungsi yaitu sebagai fungsi penertib dan fungsi pengatur. Sebagai fungsi penertib, dimaksudkan agar izin atau setiap izin atau tempat-tempat usaha, bangunan dan bentuk kegiatan masyarakat lainnya tidak bertentangan satu sama lain, sehingga ketertiban dalam setiap segi kehidupan masyarakat dapat terwujud. Sebagai fungsi mengatur

[13]Asep ST Sujana, *Manajemen Minimarket*, (Jakarta: Penebar Swadaya Group, 2013), Hlm. 30

dimaksudkan agar perizinan yang ada dapat dilaksanakan sesuai dengan peruntukannya, sehingga tidak terdapat penyalahgunaan izin yang telah diberikan, dengan kata lain, fungsi pengaturan ini dapat disebut juga sebagai fungsi yang dimiliki oleh pemerintah.

Adapun tujuan pemberian izin yaitu untuk pengendalian dari pada aktivitas pemerintah dalm hal-hal tertentu dimana ketentuannya berisi pedoman-pedoman yang harus dilaksanakan oleh baik yang berkepentingan ataupun oleh pejabat yang berwenang. Selain itu, tujuan dari perizinan itu dapat dilihat dari dua sisi yaitu:

1) Dari Sisi Pemerintah

   Dari sisi pemerintah tujuan pemberian izin itu adalah sebagai berikut:

   a. Untuk melaksanakan peraturan

      Apakah ketentuan-ketentuan yang termuat dalam peraturan tersebut sesuai dengan kenyataan dalam praktiknya atau tidak dan sekaligus untuk mengatur ketertiban

   b. Sebagai sumber pendapatan daerah

      Dengan adanya permintaan permohonan izin, maka secara langsung pendapatan pemerintah akan bertambah karena setiap izin yang dikeluarkan pemohon harus membayar retribusi terlebih dahulu. Semakin banyak pula pendapatan di bidang retribusi tujuan akhirnya, yaitu untuk membiayai pembangunan.

2) Dari Sisi Masyarakat

Dari sisi masyarakat tujuan pemberian izin itu adalah sebagai berikut:

a. Untuk adanya kepastian hukum
b. Untuk adanya kepastian hak
c. Untuk memudahakan mendapatkan fasilitas. Apabila bangunan yang didirikan telah mempunyai izin akan lebih mudah mendapat fasilitas.

Izin yang diperlukan untuk mendirikan Ritel Modern adalah sebagai berikut:

a. Mendirikan badan hukum untuk yang akan menjalankan Ritel modern.

   Setiap ritel modern dapat berbentuk suatu badan usaha, badan hukum atau badan usaha bukan hukum.

b. Izin Usaha Ritel Modern (IUTM)

   Persyaratan IUTM berdasarkan Pasal 12 dan 13 Perpres 112/2007 jo Pasal 12 Permendag 53/2011, yaitu:

   1) Copy Surat Izin Prinsip dari Bupati/Walikota atau Gubernur Pemerintah Provinsi DKI Jakarta
   2) Hasil Analisis Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat serta rekomendasi dari instansi yang berwenang
   3) Copy Surat Izin Lokasi dari Badan Pertahanan Nasional
   4) Copy Surat Izin Undang-Undang Gangguan (HO)

5) Copy Surat Izin Mendirikan Bangunan (IMB)
6) Copy Akta pendirian perusahaan dan pengesahannya
7) Rencana Kemitraan dengan Usaha Mikro dan Usaha Kecil
8) Surat Pernyataan kesanggupan melaksanakan dan mematuhi ketentuan yang berlaku
9) Studi Kelayakan termasuk analisis mengenai dampak lingkungan, terutama sosial budaya dan dampaknya bagi pelaku perdagangan eceran setempat.

c. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

Setiap perusahaan perdagangan wajib memiliki SIUP, sedangkan SIUP itu sendiri terbagi menjadi 3 bagian, yaitu: SIUP Kecil, SIUP Menegah, SIUP Besar.

d. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

Berdasarkan Pasal 2 ayat (1) Peraturan Menteri Dagang 36/2007, setiap perusahaan wajib untuk mendaftarkan daftar dari perusahaan yang telah disahkan oleh pejabat yang berwenang dari kantor pendaftaran perusahaan. Perusahaan dapat berbentuk, antara lain adalah:

1) PT (Perseroan Terbatas)
2) Persekutuan Komanditer (CV)
3) Firma
4) Perorangan
5) Bentuk lainnya

6) Perusahaan asing dengan status Kantor Pusat, Kantor Tunggal, Kantor Cabang, Kantor Pembantu, Anak Perusahaan, dan Perwakilan Perusahaan yang berkedudukan dan menjalankan usahanya di wilayah RI.

Sehingga, setiap penyelengaraan Ritel Modern, wajib untuk memperoleh Tanda Daftar Perusahaan (IDP).

e. Izin Mendirikan Bangunan (IMB) atas Ritel Modern

Setiap orang yang akan mendirikan bangunan wajib mengikuti persyaratan secara administratif yaitu salah satunya adalah dengan memiliki Izin Mendirikan Bangunan gedung sebagaimana yang dimaksud pada Pasal 7 UU 28/2002 dan peraturan pelaksanaannya pada Pasal 14 PP 36/2005. Izin Mendirikan Bangunan gedung diberikan oleh pihak pemerintah daerah. Setiap daerah memiliki peraturannya masing-masing. Sebagai contoh untuk Provinsi Jakarta diatur oleh Peraturan Daerah Provinsi Khusus Ibukota Jakarta No. 7 Tahun 2010.

f. Surat Keterangan Domisili Perusahaan

Diajukan permohonan Surat Keterangan Domisili Perusahaan kepada kelurahan setempat lokasi ritel modern berada.

g. Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (bila pendirian dilakukan melalui perjanjian waralaba)

Apabila dalam membangun ritel modern yang merupakan hasil dari perjanjian waralaba maka berdasarkan PP 42/2007 harus memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba.

h. Izin Gangguan

Berdasarkan Pasal 1 angka 3 Permendag RI 27/2009, yang dimaksud dengan Izin Gangguan merupakan pemberian izin tempat usaha/kegiatan kepada orang pribadi/badan yang berada di lokasi tertentu yang dapat menimbulkan bahaya, kerugian, dan gangguan, tidak termasuk tempat/kegiatan yang telah ditentukan oleh Pemerintah Pusat atau Pemerintah Daerah.[14]

## B. Tinjauan Umum Tentang Pasar Tradisional

### 1. Pengertian Pasar Tradisional

Pasar Tradisional merupakan kegiatan jual beli barang secara eceran serta ditandai dengan adanya transaksi secara langsung ke konsumen terakhir, yang tempat berjualannya tidak terlalu luas, barang yang jual tidak terlalu banyak jenisnya, sistem pengelolan/manajemennya masih sederhana, dan dapat terjadi negoisasi (tawar menawar).Pasar ini kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan, ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging,

[14]Sari Hikmah, *Mekanisme Perizinan Dalam Mendirikan Ritel Modern Di Indonesia*, https://www.researchgate.net/publication/336721319, (diakses pada tanggal 3 Juni 2021, Pukul 21.16)

kain, pakaian, barang elektronik, jasa, dan lain-lain.Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya.[15]

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Ritel Modern mendefinisikan pasar sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, perritelan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.[16]

Menurut Menteri Perdagangan Republik Indonesia, Pasar dalam pengertian teori ekonomi adalah suatu situasi seorang atau lebih pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan transaksi setelah kedua pihak telah mengambil kata sepakat tentang harga terhadap sejumlah (kuantitas) barang dengan kuantitas tertentu yang menjadi objek transaksi. Kedua pihak, pembeli dan penjual, mendapatkan manfaat dari adanya transaksi atau pasar.Pihak pembeli mendapatkan barang yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan penjual mendapatkan imbalan pendapatan untuk selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.

---

[15]Herman Malano, *Op. Cit*., Hlm. 62

[16]Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Ritel Modern

## 2. Jenis-Jenis Pasar

Pasar sebagai perusahaan daerah digolongkan menurut beberapa hal, yakni menurut jenis kegiatannya, menurut lokasi dan kemampuan pelayananya, menurut waktu kegiatannya, dan menurut status kepemilikannya.[17]

1) Menurut jenis kegiatannya, pasar digolongkan menjadi tiga jenis:
   a. Pasar eceran, yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran barang secara eceran.
   b. Pasar grosir, yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran dalam jumlah besar.
   c. Pasar induk

      Pasar ini lebih besar dari pasar grosir, merupakan pusat pengumpulan dan penyimpanan bahan-bahan pangan untuk disalurkan ke grosir-grosir dan pusat pembelian.
2) Menurut lokasi dan kemampuan pelayanannya, pasar digolongkan menjadi lima jenis:
   a. Pasar regional, yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota bahkan sampai keluar kota, serta barang yang diperjual belikan lengkap dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakatnya.

[17]Galuh Oktavia, *Landasan Konseptual Perencanaan Dan Redesaian Pasar Tradisional Jangke Surakarta*, https://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/835, (diakses pada tanggal 29 April 2021, pukul 15:00)

b. Pasar kota, yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang diperjual belikan lengkap. Melayani 200.000-220.000 penduduk. Yang masuk pasar ini adalah pasar induk dan pasar grosir.

c. Pasar lingkungan, yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis, bangunan permanen/semi permanen, dan mempunyai pelayanan meliputi lingkungan pemukiman saja, serta barang yang diperjual belikan kurang lengkap. Melayani 10.000-15.000 penduduk, yang termasuk pasar ini adalah pasar eceran.

d. Pasar khusus, yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis, bangunan permanen/semi permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi wilayah kota, serta barang yang diperjual belikan terdiri dari satu macam barang khusus, seperti pasar bunga, pasar burung, atau pasar hewan.

3) Menurut waktu kegiatnnya, pasar digolongkan menjadi empat jenis:

a. Pada siang hari, yang beroperasi dari pukul 04.00-16.00

b. Pasar malam hari, yang beroperasi dari pukul 16.00-04.00

c. Pasar siang malam, yang beroperasi 24 jam *nonstop*.

d. Pasar darurat, yaitu pasar yang menggunakan jalanan umum atau tempat umum tertentu atas penetapan Kepala Daerah dan tiadakan pada saat peringatan hari-hari tertentu. Contohnya: Pasar Maulud, Pasar Murah Idulfitri, dan sebagainya.

4) Menurut status kepemilikannya, pasar digolongkan menjadi tiga jenis:

   a. Pasar pemerintah, yaitu pasar yang dimiliki dan dikuasi oleh pemerintah pusat maupun daerah.

   b. Pasar swasta, yaitu pasar yang dimiliki dan dikuasai oleh badan hukum yang diijinkan oleh pemerintah daerah.

   c. Pasar liar, yaitu pasar yang aktivitasnya diluar pemerintah daerah, yang kehadirannya disebabkan karena kurangnya fasilitas perpasaran yang ada dan letak pasar yang tidak merata, biasanya dikelola oleh perorangan/ketua RW. Pasar liar ini dibagi tiga berdasarkan penanggungjawabnya, yakni pasar perorangan, pasar RW dan pasar desa.

**3. Karakteristik Pasar Tradisional**

Karakteristik dari pasar tradisional adalah sebagai berikut:

1) Barang yang dijual dapat ditawar oleh konsumen yang hendak membeli
2) Tidak terdapat label harga khusus pada barang yang akan dijual (*barcode*)
3) Konsumen tidak mengambil sendiri barang yang hendak dibeli
4) Kenyaman Ritel atau tempat menjual tidak menjadi pertimbangan khusus bagi konsumen dalam memilih di Ritel mana ia akan berbelanja
5) Tidak semua barang yang dijual di pajang (*display*)

6) Pemilik (pedagang ritel) dapat berupa pelaku usaha perorangan

7) Pembayaran pada umumnya dilakukan secara tunai.

## C. Usaha Kecil

Usaha kecil berdasarkan Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, memiliki pengertian, "Segala kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasilpenjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini".

Di dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, usaha kecil di definisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha menengah atau Usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana di maksud dalam undang-undang ini.[18]

Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memenuhi kriteria sbb:

1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak 200 juta rupiah tidak termasuk harga tanah dan bangunan tempat usaha.
2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak 1 miliyar rupiah.
3) usaha yang berdiri sendiri, bukan perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau terafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau skala besar.

[18]Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

4) Berbentuk usaha yang dimiliki orang perorang, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum.[19]

Pelaku dari usaha kecil ini seringkali tidak mempertimbangkan lokasi usahanya yang strategis, mereka lebih memanfaatkan tempat yang sudah dimilikinya. Pada umumnya mereka mendirikan usaha yang mereka bangun di dekat tempat tinggalnya, misalnya di depan rumah. Usaha kecil merupakan salah satu bentuk industri kecil/usaha keluarga karena jumlah pekerjanya sedikit, yaitu sekitar 1-5 orang yang biasanya merupakan anggota keluarga sendiri. Dengan modal yang relatif kecil, dari segi harga, usaha ini hanya mempunyai sedikit kekuatan untuk mempengaruhi harga.

Ada beberapa kelebihan dan kelemahan dari usaha kecil, antara lain sebagai berikut:

a. Kelebihan usaha kecil
   1) Bersahabat terhadap pembeli
   2) Harga barang bisa ditawar
   3) Bisa beli eceran
   4) Dapat memenuhi pesan untuk pelanggan
   5) Bisa berutang atau dibayar kemudian
b. Kelemahan usaha kecil[20]
   1) Bentuk warung tidak menarik
   2) Tata letak barang tidak teratur dengn nyaman dan efisien

[19]Adler Haymans Manurung, *Wirausaha: Bisnis UKM*, (Jakarta: Kompas, 2005), Hlm 17

[20]Alyas dan Muhammad Rakib, *Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Dalam Pungutan Ekonomi Kerakyatan*, https://jurnal.ac.id, (diakses pada tanggal 29 April 2021, Pukul 21.05)

3) Tidak selalu memperhatikan dengan kenyamanan dan kebersihan
4) Kurangnya penerangan lampu
5) Kekurangan modal

## D. Pelaku Usaha

Dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 menejemahkan para pelaku usaha dalam pasal 1 ayat (5) yaitu, "Setiap perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum, yang didirikan atau berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi". Pengertian yang diberikan tersebut boleh dibilang cukup luas hingga mencakup segala jenis dan bentuk badan usaha, dengan tidak memperhatikan sifat badan hukumnya.

Dalam hal ini dalam kategori "Pelaku usaha" termasuk:

a. Orang Perorangan
b. Badan Usaha Badan Hukum
c. Badan Usaha Bukan Badan Hukum

Undang-Undang Anti Monopoli No. 5 Tahun 1999 masih melihat suatu pelaku usaha dalam arti suatu bentuk usaha, baik badan hukum atau tidak. Jadi, jika dalam suatu kelompok usaha ada dua badan hukum misalnya, maka hal tersebut dianggap sebagai dua pelaku usaha. Karena itu, bagi Undang-Undang Anti Monopoli No. 5 Tahun 1999 tersebut, tidak

begitu relavan misalnya memperbedakan apakah suatu distribusi ganda *(dual distribution)* berbentuk "Sejajar" atau berbentuk "Campuran" *(myriad)* karena akibat hukumnya tetap sama.

Distribusi ganda yang sejajar adalah jika ada satu perusahaan yang mengangkat distributornya lebih dari satu, tetapi kedua perusahaan distribusi tersebut berada di luar group dan saling bersaing satu sama lain. Sedangkan yang dimaksud dengan distribusi ganda campuran adalah dimana seorang produsen mengangkat dua distributor, satu merupakan distributor dalam satu kelompok usaha dengan produsen tersebut, sementara distributor yang satunya lagi adalah distributor bebas, yakni yang berada di luar kelompok usaha yang bersangkutan.Sehingga dalam distribusi ganda yang campuran tersebut yang terancam baik persaingan usaha yang *vertikal* maupun yang *horizontal*.[21]

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, pelaku usaha harus memiliki kewajiban untuk memastikan seriap prosesnya harus dilakukan secara legal dan tidak bertentangan dengan hukum, tidak terkecuali Hukum Persaingan Usaha. Pelaku usaha bertanggung jawab untuk memastikan bahwa segala proses bisnis telah memenuhi Hukum Persaingan Usaha, serta mengupayakan untuk meminimalisir kemungkinan terjadinya perjanjian yang dilarang, perbuatan yang dilarang, dan penyalahgunaan posisi dominan yang berakibat terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

[21]Munir Fuady, *Op. Cit.*, Hlm 6

## E. Ruang Lingkup Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

### 1. Dasar-Dasar Perlindungan Persaingan Usaha

Undang-undang persaingan usaha dapat dan harus membantu dalam mewujudkan struktur ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 UUD 1945. Dalam penjelasan Pasal 33 Ayat (1) UUD 1945, yang menyatakan bahwa "Ekonomi diatur oleh kerja sama berdasarkan prinsip gotong royong", termuat pikiran demokrasi ekonomi, yang dimaksud ke dalamPasal 2 UU No. 5 Tahun 1999. Demokrasi ciri khasnya diwujudkan oleh semua anggota masyarakat untuk kepentingan seluruh masyarakat, dan harus mengabdi kepada kesejahteraan seluruh rakyat. Pikiran pokok tersebut termuat dalam Pasal 2, yang dikaitkan dengan huruf a dan huruf b dari pembukannya, yang berbicara tentang pembangunan ekonomi penuju kesejahteraan rakyat sesuai dengan UUD dan demokrasi ekonomi. Disetujui secara umum bahwa Negara harus menciptakan peraturan persaingan usaha untuk dapat mencapai tujuan demokrasi ekonomi. Oleh karena terdapat tiga sistem yang bertentangan dengan tujuan tersebut, yaitu:

1) "Liberalisme perjuangan bebas", yang pada masa lalu telah melemahkan kedudukan Indonesia dalam ekonomi internasional
2) Sistem penganggaran belanja yang menhambat kemajuan dan perkembangan ekonomi

3) Sistem pengkonsentrasian kekuatan ekonomi, oleh karena segala monopoli akan merugikan rakyat.

Hanya undang-undang persaingan usaha yang dapat mencegah timbulnya ketiga sistem tersebut, karena melindungi proses persaingan usaha, menjamin tata persaingan usaha dan mencegah terjadinya dominasi pasar.

**2. Tujuan Perlindungan Persaingan Usaha**

Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tidak bertujuan melindungi persaingan usaha demi kepentingan persaingan itu sendiri. Oleh karena itu ketentuan Pasal 3 tidak hanya terbatas pada tujuan utama undang-undang persaingan, yaitu sistem persaingan yang bebas dan adil, dimana terdapat kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi semua pelaku usaha, sedangkan perjanjian atau penggabungan usaha yang menghambat persaingan serta penyalahgunaan kekuasaan ekonomi tidak ada (huruf b dan c), sehingga bagi semua pelaku usaha dalam melakukan kegiatan ekonomi tersedia ruang gerak yang luas.

Tujuan ini telah ditegaskan dalam huruf b dan c dari bagian pembukaan. Selain itu, Pasal 3 menyebutkan tujuan sekunder undang-undang persaingan, yang ingin dicapai melalui sistem persaingan yang bebas dan adil, kesejahteraan rakyat dan suatu sistem ekonomi yang efisien (huruf a dan d), tujuan-tujuan yang mana sudah disebutkan dalam huruf a dan b bagian pembukaan. Sehingga seharusnya sebagai

konsekuensi terakhir tujuan kebijakan ekonomi, yaitu penyedia barang dan jasa yang optimal bagi para konsumen.

Menurut teori persaingan yang modern, proses persaingan dapat mencapai tujuan tersebut dengan cara memaksakan alokasi faktor dengan cara ekonomis sehingga terwujudlah penggunaan paling efisien sumber daya yang terbatas, penyesuaian kapasitas produksi dengan metode produksi dan struktur permintaan serta penyesuaian penyediaan barang dan jasa dengan kepentingan konsumen (fungsi pengatur persaingan usaha), dengan menjamin pertumbuhan ekonomi yang optimal, kemajuan teknologi dan tingkat harga yang stabil (fungsi pendorong persaingan) serta dengan menyalurkan pendapatan menurut kinerja pasar berdasarkan produktivitas *marginal* (fungsi distribusi).[22]

**3. Pengertian Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat**

Dalam kegiatan ekonomi atau bisnis adanya suatu persaingan usaha antara pelaku usaha yang satu dengan lainnya merupakan hal yang biasa terjadi. 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. Konsumen juga mendapatkan manfaat dari adanya persaingan yang sehat karena dapat menimbulkan penurunan harga dan kualitas barang tetap terjamin. Sebaliknya, apabila persaingan

[22]Andi Fahmi Lubis, dkk, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2017), Hlm. 36-37

yang terjadi tidak sehat, akan dapat merusak perekonomian Negara yang merugikan masyarakat.

Kebutuhan akan suatu perangkat hukum yang mengatur persaingan usaha antar pelaku usaha tidak dapat ditawar-tawar lagi. Untuk maksud tersebut pada tanggal 5 Maret 1999 telah diundangkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Ada beberapa pengertian menurut UU Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yaitu:

Dalam ketentuan Pasal 1 butir (1) UU Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dikemukan bahwa yang dimaksud dengan monopoli adalah penguasaan atas produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha.

Selanjutnya dalam Pasal 1 butir (2) juga dikemukakan bahwa yang dimaksud dengan praktik monopoli 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 bisa merugikan kepentingan umum.

Dalam Pasal 1 butir (3) ditentukan bahwa pemusatan kekuatan ekonomi adalah penguasaan yang nyata atas suatu pasar bersangkutan

oleh satu atau lebih pelaku usaha sehingga dapat menentukan harga barang dan/atau jasa.

Berkaitan dengan itu pada Pasal 1 butir (4) dikatakan bahwa posisi dominan adalah keadaan dimana pelaku usaha tidak mempunyikan pesaing yang berarti di pasar bersangkutan dalam barkaitan dengan pangsa pasar yang dikuasai, atau pelaku usaha yang mempunyai posisi tertinggi di antara pesaingnya di pasar bersangkutan dalam berkaitan dengan kemampuan keuangan, kemampuan akses pada pasokan, atau penjualan, serta kemampuan untuk menyesuaikan pasokan, atau permintaan barang atau jasa tertentu.

Sedangkan menurut ketentuan Pasal 1 butir (6) yang dimaksud dengan persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antarpelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.[23]

**4. Asas dan Tujuan**

Menurut ketentuan Pasal 2 UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dikemukakan bahwa pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memerhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum.

[23]Abdul R. Saliman, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan*, (Jakarta: Kencana, 2011), Hlm. 223-224

Adapun tujuan dari pembentukan Undang-Undang tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat adalah:

1) Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.
2) Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha kecil, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha.
3) Mencegah praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha.
4) Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha (Pasal 3)

**5. Perjanjian Yang Dilarang**

Ketentuan Pasal 4 sampai dengan Pasal 16 Undang-Undang tersebut telah menetapkan jenis-jenis perjanjian yang dapat menimbulkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat sehingga antara pelaku usaha yang satu dengan lainnya dilarang untuk membuatnya.

Perjanjian yang dilarang ini, berupa:

1) Perjanjian Oligopoli

   Penguasaan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa

2) Perjanjian Penetapan Harga

Penetapan harga atau mutu suatu barang dan/atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelangganan pada pasar bersangkutan yang sama, penentapan harga secara diskriminatif terhadap barang dan/atau jasa yang sama untuk pembeli yang berbeda, penetapan harga di bawah harga pasar dan larangan menjual kembali barang atau jasa yang dibeli dengan harga yang lebih rendah dari pada harga yang telah diperjanjikan.

3) Perjanjian Diskriminasi Harga dan Diskon

Pelaku usaha dilarangan membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan/atau jasa yang sama.

4) Perjanjian Pembagian Wilayah

Pembagian wilayah pemasaran atau alokasi pasar terhadap barang dan/atau jasa.

5) Perjanjian Pemboikotan

Penghalangan untuk melakukan usaha yang sama baik untuk tujuan pasar dalam negeri maupun luar negeri. Penolakan penjualan setiap barang atau jasa.

6) Perjanjian Kartel

Pengaturan produksi dan/atau pemasaran suatu barang dan/atau jasa untuk memengaruhi harga.

7) Perjanjian*Trust*

pembentukan gabungan perusahaan atau perseroan yang lebih besar dengan tetap menjaga atau mempertahankan kelangsungan hidup masing-masing perusahaan atau perseroan anggotanya, yang bertujuan untuk mengontrol produksi dan/atau pemasaran atas barang dan/atau jasa.

8) Perjanjian *Oligopsoni*

Penguasaan pembelian atau penerimaan pasokan agar dapat mengendalikan harga atas barang dan/atau jasa dalam pasar bersangkutan.

9) Perjanjian Tertutup

Persyaratan bahwa pihak yang berpihak yang menerima barang dan/atau jasa hanya memasok atau tidak memasok kembali barang dan/atau jasa tersebut kepada pihak tertentu dan/atau pada tempat tertentu, persyaratan bahwa pihak yang menerima barang dan/atau jasa hanya akan memasok kembali barang dan/atau jasa tersebut kepada pihak tertentu atau pada tempat tertentu, persyaratan bahwa pihak yang menerima barang dan/atau jasa tertentu harus bersedia membeli barang dan/atau jasa lainnya dari pemasok, penentuan harga atau potongan harga tertentu dengan persyaratan harus bersedia membeli barang dan/atau jasa lain dari pemasok atau tidak akan membeli barang atau jasa yang sejenis dari pesaing pemasok.

10) Perjanjian dengan Pihak Luar Negeri

Perjanjian denganpihak luar negeri yang memuat ketentuan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

**6. Kegiatan Yang Dilarang**

Kegiatan-kegiatan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat juga dilarang Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yaitu meliputi:

1) Kegiatan Monopoli

Penguasaan atas produksi dan pemasaran barang dan/atau jasa.

2) Kegiatan Monopsoni

Penerimaan pasokan atau menjadi pembeli tunggal atas barang dan/atau jasa dalam pasar bersangkutan.[24]

*3) Dumping*

Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan/atau jasa dengan cara menjual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah (*dumping*) dari harga produksi barang dan/atau jasa yang sejenis dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pelaku usaha pesaingnya di pasar yang sama.

[24]*Ibid*, Hlm. 225-227

4) Manipulasi Biaya

Pelaku usaha dilarang melakukan kegiatan memanipulasi biaya produksi dan biaya lain yang nantinya akan diperhitungkan sebagai salah satu komponen harga barang dan/atau jasa yang akan dipasarkan kepada konsumen.

5) Kegiatan Penguasaan Pasar

Penolakan atau penghalangan pengusaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan, penghalangan konsumen atau pelanggan pelaku usaha pesaingnya untuk tidak melakukan hubungan usaha dengan pengusaha pesaing, pembatasan peredaran atau penjualan barang dan/atau pada pasar bersangkutan, praktik monopoli terhadap pengusaha tertentu, jual rugi atau penetapan harga yang sangat rendah untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar yang bersangkutan, dan kecurangan dalam menetapkan biaya produksi dan biaya lainnya yang menjadi bagian dari komponen harga barang dan/atau jasa.

6) Kegiatan Persekongkolan

Persekongkolan dengan pihak lain untuk mengatur dan menentukan pemenang tender dan/atau untuk mendapatkan informasi kegiatan usaha pesaingnya yang diklasifikasikan sebagai rahasia perusahaan dan/atau menghambat produksi dan/atau pemasaran barang/atau jasa pelaku usaha pesaingnya dengan maksud agar barang dan/atau jasa yang ditawarkan atau dipasok di pasar yang bersangkutan menjadi

berkurang, baik dari jumlah, kualitas, maupun ketepatan waktu yang dipersyaratkan.[25]

**7. Posisi Dominan**

Dalam ketentuan Pasal 27 Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat juga dilarang ditentukan bahwa pelaku usaha memiliki potensi dominan apabila memenuhi kriteria di bawah ini:

a) Satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai 50% atau lebih pangsa pasar satu jenis barang dan/atau jasa tertentu.
b) Dua atau tiga pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai 75% atau lebih pangsa pasar satu jenis barang dan/atau jasa tertentu

Posisi dominan bisa timbul melalui hal-hal berikut ini:

a) Jabatan rangkap pada lebih dari satu perusahaan dalam pasar bersangkutan yang sama ataumemiliki keterkaitan yang erat dalam bidang dan jenis usaha atau secara bersama-sama menguasai pangsa pasar produk tertentu. (Pasal 26)
b) Pemilikan saham mayoritas pada perusahaan sejenis dengan bidang usaha yang sama dan pasar yang sama. (Pasal 27)
c) Penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan. (Pasal 28 dan Pasal 29)[26]

---

[25]Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004), Hlm. 75-80

[26]Abdul R. Saliman, *Op. Cit.,* Hlm. 228

## 8. Komisi Pengawas Persaingan Usaha

Untuk menjamin pelaksanaan ketentuan-ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, maka diatur pula tentang pembentukan sebuah komisi pengawas independen yang terlepas dari pengaruh dan kekuasaan pemerintah dan/atau pihak lain yang disebut Komisi Pengawas Persaingan Usaha atau disingkat KPPU.

1) Tugas Komisi Pengawas Persaingan Usaha

   Dalam ketentuan Pasal 35 ditentukan bahwa yang menjadi tugas Komisi Pengawas Persaingan Usaha adalah sebagai berikut:

   a) Melakukan penilaian terhadap perjanjian yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik 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 praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 17 sampai dengan Pasal 24.
   c) Melakukan penilaian terhadap ada atau tidaknya posisi dominan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik 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 praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

f) Menyusun pedoman dan/atau publikasi yang berkaitan dengan Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

g) Memberikan laporan secara berkala atas hasil kerja komisi kepada presiden dan DPR.

**9. Wewenang Komisi Pengawas Persaingan Usaha**

Sedangkan yang menjadi wewenang Komsi Pengawas Persaingan Usaha adalah sebagai berukut:

a) Menerima laporan dari masyarakat dan/atau dari pelaku usaha tentang dugaan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

b) Melakukan penelitian tentang adanya kegiatan usaha dan/atau tindakan pelaku usaha yang mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

c) Melakukan penyelidikan dan/atau pemeriksaan terhadap kasus dengan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang dilaporkan oleh masyarakat atau oleh pelaku usaha atau yang ditentukan oleh komisi sebagai hasil dari penelitiannya.

d) Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran dan memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli, dan setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap ketentuan undang-undang ini .

e) Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak pelaku usaha lain atau masyarakat.

f) Menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif kepada pelaku usaha yang melanggar Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.[27]

**10. Penegakkan Hukum**

Sedangkan yang menjadi wewenang Komisi Pengawas Persaingan Usaha adalah sebagai berukut:

a) Menerima laporan dari masyarakat dan/atau dari pelaku usaha tentang dugaan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

b) Melakukan penelitian tentang adanya kegiatan usaha dan/atau tindakan pelaku usaha yang mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

c) Melakukan penyelidikan dan/atau pemeriksaan terhadap kasus dengan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang dilaporkan oleh masyarakat atau oleh pelaku usaha atau yang ditentukan oleh komisi sebagai hasil dari penelitiannya.

[27]*Ibid*, Hlm. 230

d) Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran dan memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli, dan setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap ketentuan undang-undang ini .

e) Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak pelaku usaha lain atau masyarakat.

f) Menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif kepada pelaku usaha yang melanggar Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.[28]

[28] *Ibid,* Hlm. 231

# BAB III

# METODOLOGI PENELITIAN

## A. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini, sangatlah perlu ditegaskan batasan atau ruang lingkup penelitian. Ruang lingkup dalam penelitian ini bertujuan untuk membatasi permasalahan yang akan dibahas, agar penelitian ini lebih terarah pada sasaran dan tidak mengambang dari permasalahan yang diangkat dalam penulisan skripsi ini. Adapun ruang lingkup yang akan dibahas adalah Bagaimana perlindungan hukum keberlangsungan usaha kecil dan pasar tradisional dengan kehadiran ritel modern yang di dalam usahanya sama dan Bagaimana dampak yang ditimbulkan dari semakin banyaknya ritel modern terhadap keberadaan usaha kecil dan pasar tradisional.

## B. Sumber Bahan Penelitian

Adapun sumber bahan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) Bahan Hukum Primer

   Bahan Hukum Primer merupakan bahan yang didapat dari sumber pertama, bahan hukum primer pada penelitian ini adalah Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Ritel Modern, serta Wawancara dengan pihak Walikota melalui Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP).[29]

[29]Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Kencana Prenanda Media Group, 2014), Hlm. 181

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan Hukum Sekunder adalah bahan yang diperoleh dari buku-buku, skripsi, jurnal-jurnal dan juga artikel-artikel yang diperoleh baik dari media cetak, seperti majalah ataupun dari internet

3) Bahan Hukum Tersier

Data tersier adalah data hukum yang memberikan pemahaman dan pengertian terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yaitu kamus hukum.

## C. Metode Pengumpulan Data

Untuk melengkapi materi dalam penelitian ini, maka metode pengumpulan data yang dipakai adalah :

a. Metode penelitian kepustakaan (*library research*)

Kepustakaan (*library research*) yaitu mengumpulkan data dan membahas bahan kepustakaan atau sumber data yang meliputi peraturan perundang-undangan, buku-buku, jurnal-jurnal, media massa, maupun bacaan lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

b. Metode Penelitian Lapangan

Suatu proses penelitian lapangan dengan mengumpulkan data yang berhubungan dengan judul skripsi yang diajukan. Dalam penelitian ini pengumpulan data tersebut

berupa wawancara dengan pihak Walikota Medan melalui Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP).[30]

## D. Analisis Data

Dari rumusan masalah dan pembahasan diatas, analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode Normatif-Empiris. Normatif-Empiris merupakan suatu metode penelitian yang menggabungkan unsur hukum normatif yang kemudian di dukung dengan penambahan data atau unsur Empiris. Dalam metode penelitian Normatif-Empiris, ini juga mengenai implementasi ketentuan hukum normatif (Undang-Undang) dalam aksinya disetiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam suatu masyarakat. Penyusunan Skripsi ini, Penulis menerapkan metode penelitian hukum normatif. Hal ini disebabkan penulis menggunakan bahan-bahan kepustakaan sebagai cara untuk menganalisis data dalam penyusunan skripsi ini.

[30] *Ibid*, Hlm. 186