

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha adalah cara atau proses ataupun kegiatan yang dilakukan oleh seseorang baik berbadan hukum ataupun tidak berbadan Hukum guna untuk memperoleh keuntungan/laba. Usaha dapat dilihat dari berbagai macam dan segi sudut pandang dari siapa yang memberikan tanggapan terhadap kegiatan yang dilakukannya. Seperti pedagang kelontong, yang berusaha menjual dagangannya demi memperoleh keuntungan dari siapa yang datang ketempatnya, usaha dari sudut pandang masyarakat pada intinya hanya memperoleh keuntungan dari prodak yang dijual ditempatnya. Apabila dari sudut pandang pengusaha menengah keatas usaha yang dipandang tidak hanya menjual barang yang ada di tempatnya dia juga menjual sistem penjualan atau secara umum dikenal dengan waralaba. waralaba saat ini dikenal juga dengan bisnis ritel modern.

Pada kenyataanya banyak usaha grosir atau menengah kebawah tutup dikarenakan bisnis waralaba yang menyediakan fasilitas jualan dengan prinsip kenyamanan dan pelayanan serta dengan metode pembayaran online yang artinya pembeli dapat berbelanja tidak perlu membawa uang kes cukup hanya membawa kartu kredit ataupun kartu yang didirikan oleh lembaga waralaba itu, seperti kartu indomaret, bahkan seiring perkembanganya telah banyak aplikasi Pembayaran yang terdapat di smart phone dengan satu genggamannya kita dapat melakukan semua hal yang kita inginkan.

Istilah *Franchise* atau dalam bahasa Indonesia dipersamakan dengan istilah “waralaba”. Waralaba terdiri atas kata “wara” dan “laba”. Wara artinya lebih atau istimewa, sedangkan laba artinya untung. Jadi, menurut arti kata, waralaba dapat diartikan sebagai usaha yang memberikan untung lebih atau laba istimewa. Istilah waralaba diperkenalkan pertama kali oleh lembaga Pendidikan dan Pembinaan Manajemen (LPPM) di Jakarta. Namun, dalam dunia bisnis para pelaku bisnis di Indonesia lebih mengenal dan senang menggunakan istilah aslinya *Franchise* daripada waralaba. Kedua istilah tersebut muncul dalam hukum bisnis di Indonesia.¹

Franchise berasal dari bahasa Prancis, yaitu *franchir* yang mempunyai arti memberi kebebasan kepada para pihak. Pengertian *Franchise* dapat dilihat dari 2 (dua) aspek, yaitu aspek yuridis dan bisnis.² *Franchise* adalah pemilik dari sebuah merek dagang, nama, dagang, sebuah rahasia dagang, paten, atau produk (biasanya disebut “*franchisor*”) yang memberikan lisensi ke pihak lain (biasanya disebut “*Franchise*”) untuk menjual atau memberi pelayanan dari produk di bawah nama *franchisor*. *Franchise* biasanya membayar semacam *fee (royalty)* kepada *franchisor* terhadap aktivitas yang mereka lakukan.³

Dalam Peraturan Pemerintah RI No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, didefinisikan waralaba sebagai :

Pasal 1 Ayat (1)

¹ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2010), hal. 560-561.

² Salim H.S, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat Di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), hal. 164.

³ Abdul R. Saliman, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan Teori dan Contoh Kasus*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), hal. 58.

“Hak khusus yang dimiliki oleh orang perorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan /atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba”.⁴

British *Franchise Association* (BFA) mendefenisikan *Franchise* sebagai berikut : *Franchise* adalah contractual licence yang diberikan oleh suatu pihak (*franchisor*) kepada pihak lain (*Franchisee*) yang :

1. Mengizinkan *Franchisee* untuk menjalankan usaha selama periode *Franchise* berlangsung, suatu usaha tertentu yang menjadi milik *franchisor*.
2. Franchisor berhak untuk menjalankan kontrol yang berlanjut selama periode *Franchise*.
3. Mengharuskan franchisor untuk memberikan bantuan pada *Franchisee* dalam melaksanakan usahanya sesuai dengan subjek *Franchisenya* (berhubungan dengan pemberian pelatihan, merchandising atau lainnya).
4. Mewajibkan *Franchisee* untuk secara periodik *Franchise* berlangsung, membayar sejumlah uang sebagai pembayaran atas *Franchise* atau produk atau jasa yang diberikan oleh franchisor kepada *Franchisee*.

⁴ Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba Pasal 1 ayat (1).

5. Bukan merupakan transaksi antara perusahaan induk (holding company) dengan cabangnya atau antara cabang dan perusahaan induk yang sama, atau antara individu dengan perusahaan yang dikontrolnya.⁵

Dari pengertian, definisi maupun rumusan yang telah diberikan di atas, maka pada dasarnya waralaba merupakan salah satu bentuk pemberian lisensi, hanya saja agak berbeda dengan pengertian lisensi pada umumnya, waralaba menekankan pada kewajiban untuk mempergunakan sistem, metode, tata cara, prosedur, metode pemasaran dan penjualan maupun hal-hal lain yang telah ditentukan oleh pemberi waralaba secara eksklusif, serta tidak boleh dilanggar maupun diabaikan oleh penerima lisensi.

Hal ini mengakibatkan bahwa waralaba cenderung bersifat eksklusif artinya seorang atau suatu pihak yang menerima waralaba tidaklah dimungkinkan untuk melakukan kegiatan lain yang sejenis atau yang berbeda dalam suatu lingkungan yang mungkin menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha waralaba yang diperolehnya dari pemberi waralaba.⁶

Semakin banyak dan berkembangnya usaha waralaba terutama diwilayah sumatera utara perlunya ditegakkan peraturan yang mengatur tentang aturan pelaksanaan bagaimana agar waralaba yang didirikan tidak saling menjatuhkan atau menjadi salah satu penyebab terjadinya persaingan usaha tidak sehat sebagai salah satu alasan mengapa KPPU didirikan .

⁵ Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), hal 57-58

⁶ Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis Waralaba*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003), Hal. 12

KPPU adalah salah satu lembaga yang dibentuk untuk mengawasi pelaksanaan Undang-Undang yang terkait dengan larangan monopoli serta persaingan usaha yang tidak sehat. Anggota Komisi Pengawas Persaingan Usaha jumlahnya ada 9 orang, diangkat langsung oleh Presiden sesuai dengan keputusan Dewan Perwakilan Rakyat. Dan Wewenang KPPU termuat dalam pasal 36 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha tidak sehat yaitu memiliki wewenang penyelidikan, pemeriksaan, dan penuntutan.

Dalam perkembangannya indomaret, alfamart alfamidi juga disebut pedagang dalam Model Ritel Modern . Setiap orang bisa mengajukan diri untuk mengajukan kerjasama dalam melakukan bisnis ritel ini . Dikarenakan perkembangannya yang pesat banyak orang telah mendirikan usaha ini diberbagai tempat dan lokasi strategis yang saling berdekatan lantas bagaimanakan peranan KPPU dalam hal tersebut, apakah KPPU sebagai lembaga pengawasan persaingan usaha telah melakukan kewajibannya sebagai pengawas sehingga nuansa persaingan usaha dapat berjalan dengan baik. Beberapa contoh yang Peneliti temukan dilapangan diakibatkan dampak bisnis ritel modern banyak jenis usaha tutup atau gulung tikar, serta bagaimana bisnis ritel modern yang didirikan berdekatan , dalam jenis dan usaha yang sama serta ada juga bisnis ritel dengan merek yang sama didirikan dilokasi yang berdekatan.

Bisnis Ritel Modern yang berdekatan menghapit bisnis ritel Tradisional dijalan kwalanamu, yang mana didirikan indomaret dengan nama yang sama saling berdekatan yang secara tidak langsung membuat bisnis ritel tradisional harus

mengikuti model penjualan bisnis ritel modern dan akibat tidak dapat mengikuti perkembangan itu , lambat laun bisnis ritel tradisional bangkrut dan tutup,

Bisnis Ritel Modern didirikan berdekatan dan mengakibatkan Monopoli perdagangan dalam satu wilayah di jalan kualanamu, yang mana Indomaret didirikan dengan merek yang sama saling berdekatan yang secara tidak langsung bisnis ritel tersebut mendominasi suatu wilayah dan berdampak pada pedagang tradisional yang berada di wilayah tersebut menjadi merugi

Bisnis Ritel Modern memberikan Penawaran terhadap Model Pembayaran seperti , atm, kredit card dan aplikasi lainnya , sedangkan Ritel model Tradisional semakin tertinggal di jalan kualanmu, perkembangan teknologi, memaksa semua kegiatan usaha memakai teknologi dalam semua bidang tidak terkecuali bisnis ritel, akan tetapi bisnis ritel tradisional dengan metode lama mengakibatkan kaum milenial yang tidak mau repot, dengan smartphone dmenggunakan pembayaran , seperti Ovo, Dana, M-Banking dan lainnya , menghambat perputaran ekonomi bagi bisnis ritel tradisional.

Contoh Kasus yang Pertama dapat dilihat di lingkungan RSUD. H. AMRI TAMBUNAN, beralamat di jalan MH. Thamrin No. 126, Lubuk Pakam Pekan, Kec. Lubuk Pakam, Kab. Deli Serdang, Sumatera Utara, apabila dilihat dilokasi tersebut sangat banyak ditemukan Usaha Ritel Modern yang jaraknya saling berdekatan, satu Alfamart, Dua Indomaret dan satu Alfamidi yang secara tidak langsung menghambat Pertumbuhan Bisnis ritel Tradisional.

Contoh kasus kedua dapat dilihat dari sudut pandang bisnis ritel tradisional yang cenderung kotor dan juga merusak tatanan kota dibandingkan bisnis ritel

Modern , hal itu dapat dilihat pada Central Pusat pasar yang dulunya berada disambu, yang merupakan bagian dari jalan sutomo, setiap pagi penjual tradisional sampai ke bahu jalan sehingga lintasan jalan sutomo sering kali macet Total sehingga sekarang sentral pasar tradisional dipindahkan ke MMTC pancing

Contoh yang ketiga adalah transisi dari tradisional menuju ritel semi modern dapat dilihat dari bentuk tradisional yang sudah tertata rapi, hal tersebut dapat dilihat dari Pajak Kampung Lalang yang pada awalnya berjualan dibahu jalan hingga ke tengah jalan, dan sering kali digusur oleh satuan Polisi Pamong Praja , saat ini sudah dibangun oleh pemerintah kios-kios semi modern dengan tatanan yang rapi .

Bahwa sebagai contoh yang sangat nyata berkembang pesatnya ritel modern, akan menimbulkan potensi persaingan usaha yang kurang sehat dan berpotensi dapat mematikan sektor ritel tradisional jika tidak diatur secara jelas. Hal ini, melatarbelakangi Pemerintah Provinsi (Pemprov) DKI Jakarta mengeluarkan kebijakan pengaturan perpasaran, terutama dalam hal penga- turan jarak dan zonasi dalam Peraturan Daerah (Perda) Provinsi DKI Jakarta No. 2 Tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta di Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Berdasarkan Perda tersebut, izin lokasi usaha ritel modern harus berjarak dari pasar lingkungan, yaitu peritel seluas 100–200 m² harus berjarak 500 meter, peritel seluas 1.000–2.000 m² harus berjarak 1.500 meter, peritel seluas 2.000–4.000 m² harus berjarak 2.000 meter, dan peritel seluas lebih dari 4.000 m² harus berjarak 2.500 meter.

Namun sejak dikeluarkan kebijakan Perda ini, ditemukan masih banyak pihak pelaku usaha, khu susnya di sektor ritel modern, yang tidak menaati dan melanggar ketentuan Perda ini. Berdasarkan catatan Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia

(APPSI), sebanyak 30 gerai ritel dianggap melanggar kebijakan zonasi ritel dalam Perda DKI Jakarta No. 2 Tahun 2002. Akibat pelanggaran tersebut, setidaknya 75 ritel tradisional terancam karena ritel yang melanggar perda tersebut. APPSI juga mencatat, secara umum ritel tradisional di Jakarta mengalami penurunan jumlah omzet sebesar 35% dari tahun ke tahun serta penurunan tingkat hunian kurang dari 80%, bahkan ada yang tingkat huniannya hanya 30% (Tempo.co, 2009). Hal inilah yang kemudian membuat beberapa ritel tradisional mulai merasakan ketidaknyamanan, bahkan beberapa ritel kecil/tradisional terancam tutup

Peran KPPU sendiri, dijelaskan terkait latar belakang lahirnya otoritas persaingan di Indonesia ini berdasarkan amanat Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang memiliki beberapa kewenangan yaitu sebagai advokasi kebijakan, penegak hukum, pengendalian merger, dan pengawasan kemitraan. “Monopoli sebenarnya tidak dilarang, yang dilarang adalah praktek monopolinya. Tiga hal besar yang juga dilarang oleh Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, antara lain perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang dan penyalahgunaan posisi dominan, KPPU dibantu oleh Kantor Wilayah yang turut melakukan pengawasan di berbagai sektor terutama berdiskusi dengan Pemerintah Daerah dalam menyusun kebijakan yang pro dan tidak melanggar ketentuan UU No 5/1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Faktor Penghambat bagi KPPU dapat dilihat dari Pasal 46 ayat (2) UU No. 5 Tahun 1999 mengatur KPPU sebagai penegak hukum persaingan usaha yang pelaksanaan putusan tidak memiliki kewenangan untuk melakukan eksekusi atas

putusannya sendiri maka harus meminta penetapan eksekusi pada Pengadilan Negeri. Aturan tersebut memberikan celah kosong pada putusan KPPU yang sudah memiliki kekuatan hukum tetap tersebut harus dimintakan penetapan eksekusi kepada Pengadilan Negeri agar putusannya dapat dilaksanakan, sehingga jika putusan KPPU belum atau tidak mendapat penetapan eksekusi dari Pengadilan Negeri maka putusan KPPU belum sah untuk dilakukan eksekusi sehingga memperlambat pelaksanaan putusan KPPU.

Dengan adanya tugas dan wewenang yang diberikan oleh Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tidak berarti KPPU tidak memiliki hambatan dalam menjalankan tugasnya. KPPU tidak memiliki suatu daya paksa untuk menghadirkan pelaku pelanggaran sehingga KPPU tidak dapat melakukan pemaksaan agar pihak yang bersangkutan hadir. Selain itu belum adanya peraturan yang jelas yang mengatur mengenai sikap yang harus dilakukan oleh KPPU dan yang mengatur mengenai hambatan eksekusi hukuman administratif berupa ganti rugi dan denda.

Berdasarkan uraian-uraian yang penulis sampaikan diatas sehingga Peneliti memilih judul **“Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (Kppu) Dalam Menindak Persaingan Usaha Yang Tidak Sehat Dalam Bisnis Ritel (Studi Kasus Indomaret Jalan Kuala Namu)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah Peneliti kemukakan di atas maka permasalahan pokok dalam Penelitian skripsi ini Peneliti rumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah Peran KPPU Dalam Menindak Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Bisnis Ritel?
2. Apakah Faktor-Faktor Penghambat Bagi KPPU Dalam Menindak Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Bisnis Ritel ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh Peneliti dalam Penelitian skripsi ini adalah antara lain:

1. Untuk Mengetahui Peran KPPU dalam menindak Persaingan usaha tidak sehat dalam bisnis ritel
2. Untuk Mengetahui Faktor-faktor Penghambat bagi KPPU dalam menindak Persaingan usaha tidak sehat dalam bisnis ritel

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki kegunaan, baik secara teoritis maupun secara praktis dan bagi Franchisor. Adapun kedua manfaat penelitian tersebut adalah antara lain sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini antara lain untuk dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi upaya pengembangan ilmu hukum pada umumnya, serta khususnya

untuk pengembangan ilmu hukum yang berkaitan dengan pengawasan Persaingan Usaha tidak sehat bagi masyarakat dan secara akademis

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan, untuk para Penegak Hukum seperti, Hakim, Jaksa, Pengacara, Polisi, dalam menyelesaikan kasus-kasus tentang Persaingan Usaha tidak sehat, termasuk bagi masyarakat serta para pelaku bisnis didalam rangka peningkatan dan efisiensi serta efektivitas bisnis, terutama dengan cara mengetahui hak dan kewajiban pihak di dalam pengawasan Persaingan Usaha tidak sehat

2.1 Manfaat bagi Peneliti

- a. Untuk memperdalam ilmu khususnya mengenai Pengawasan Persaingan Usaha Tidak Sehat
- b. Sebagai syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana Hukum (S1) di Fakultas Hukum Universitas HKBP Nommensen

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang KPPU

1. Pengertian KPPU

1) Pengertian Komisi Pengawas Persaingan Usaha

KPPU adalah suatu lembaga independen yang terlepas dari pengaruh dan kekuasaan pemerintah serta pihak lain. Berdasarkan pasal 30 sampai pasal 37 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 dengan tegas mengamatkan berdirinya suatu komisi yang independen yang disebut Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). KPPU berdiri berdasarkan keputusan Presiden RI No. 75 Tahun 1999. KPPU adalah suatu lembaga yang khusus dibentuk oleh dan berdasarkan Undang-Undang untuk mengawasi jalannya undang-undang.

KPPU bertanggung jawab langsung kepada Presiden, selaku kepala Negara. KPPU adalah lembaga yang tepat untuk menyelesaikan persoalan persaingan usaha yang mempunyai peran dan dianggap mampu menyelesaikan dan mempercepat proses penanganan perkara.⁷ Sebagaimana amanat UU No. 5 Tahun 1999, KPPU mempunyai kewenangan yang sangat luas, meliputi wilayah eksekutif, yudikatif, legislatif, serta konsultif yang artinya lembaga penegak hukum yang mengawasi persaingan usaha.

⁷ Samsul Ma'arif, *Tantangan Penegakan Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Dalamjurnala Hukum Bisnis* Vol. 19 Mei-Juni, 2002

2). Status dan Dasar Hukum Pembentukan KPPU

KPPU lembaga independen yang terlepas dari pengaruh dan kekuasaan pemerintah serta pihak lain. Status komisi diatur dalam Pasal 30 ayat (3) di sebutkan bahwa : komisi bertanggung jawab kepada Presiden” komisi bertanggung jawab kepada Presiden disebabkan komisi melaksanakan sebagian dari tugas-tugas pemerintah, dimana kekuasaan tertinggi pemerintah berada di bawah presiden.⁸

Dasar hukum pembentukan komisi pengawas adalah pasal 30 ayat (1) menyatakan,:

“untuk menguasai pelaksanaan undang-undang ini dibentuk komisi pengawas persaingan usaha”⁹

Komisi ini merupakan badan independen pasca reformasi 1998. Beberapa komisi lainnya yang di bentuk sebagai independent self regulatory body yang menguasai bidang bidang khusus, seperti Komisi Nasional Hak Asasi Manusia (Komnas HAM). 52 Komisi Nasional Anak (Komnas Anak), komisi Ombudmens Nasioanal (KON), Komisi Nasioanal Perempuan (Komnas Perempuan), akaomisi Penyiaran Indonesia (KPI).

2. Tugas dan Wewenang KPPU

Setelah berlakunya undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 banyak pihak yang mempertanyakan proses hukum acara yang ada di internal KPPU, terhadap hal itu KPPU merespon hal ini dan berdasarkan tugas dan wewenangnya sebagaimana Pasal 35 dan Pasal 36, KPPU proaktif meningkatkan transparansi dan efektivitas penanganan

⁸ Pasal 4 Ayat 1 Undang-Undang Dasar 1945

⁹ Pasal 30 UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

perkara persaingan usaha, untk mempersiapkan hukum acara secara integral dimulai dari memeriksa, menyidangkan dan bahkan sampai memutus perkara. Pada April 2006 KPPU menerbitkan PERKOM No. 1 Tahun 2006 yang kemudian diganti dengan PERKOM No. 1 Tahun 2010 Tentang Tata Cara penanganan perkara di KPPU,¹⁰

Peraturan Komisi itu disesuaikan dengna Peraturan Mahkamah Agung (PERMA) No. 3 Tahun 2005 tentang Tata Cara Pengajuan Upaya Hukum Keberatan Terhadap Putusan KPPU. Dengna telah dikeluarkanya PERKOM No 1 Tahun 2010 masih menimbulkan pertanyaan mengenai hak pelapor dalam proses pemeriksaan ataupun proses sanksi denda ataupun perhitungan ganti rugi.¹¹

Secara umum pengaturan tentang penanganan perkara pelanggaran hukum persaingan usaha tersebar dalam beberpa peraturan, yakni:¹²

1. Undang – Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;
2. Keputusan Presiden No. 75 Tahun 1999 tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Presiden No. 80 Tahun 2008.
3. Peraturan Komisi No. 2 tahun 2008 tentang Kewenangan Sekretariat Komisi dalam Penanganan Perkara;

¹⁰ Perkom No. 1 Tahun 2010 Tentang Tata Cara Penanganan Perkara Di Kppu

¹¹ I Made Sarjana, Prinsip-Prinsip Pembuktian dalam Hukum Acara Persaingan Usaha, Cetakan Pertama (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2014), Hal. 543.

¹² Ibid., Hal 543-544.

4. Peraturan Komisi (PERKOM) No. 1 tahun 2006 yang kemudian diperbaharui dengan PERKOM No. 1 tahun 2010 tentang Tata Cara Penanganan Perkara di KPPU.
5. Peraturan Mahkamah Agung No. 1 tahun 2003 mengenai Tata Cara pengajuan Upaya Hukum Keberatan Terhadap Putusan KPPU yang telah diperbaharui dengan Peraturan Mahkamah Agung No. 3 Tahun 2005;
6. HIR/RBg atau hukum acara Perdata, yaitu untuk ketentuan hukum acara perdata jika pelaku usaha menyatakan keberatan atas putusan KPPU sesuai dengan Pasal 44 Ayat (2) UU No. 5 tahun 1999, atau apabila terdapat gugatan perdata yang didasarkan pada putusan KPPU yang telah berkekuatan hukum tetap;
7. KUHP, yaitu ketentuan Hukum acara Pidana jika perkara tersebut dilimpahkan ke penyidik sesuai dengan Pasal 44 Ayat (4) UU No. 5 Tahun 1999.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha adalah lembaga *Quasi Judicial* yang mempunyai wewenang eksekutorial terkait kasus – kasus persaingan usaha. Menurut ketentuan Pasal 1 Angka 18 UU. No.5 Tahun 1999 yang dimaksud dengan Komisi Pengawas Persaingan Usaha adalah Komisi yang dibentuk untuk mengawasi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya agar tidak melakukan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Selanjutnya mengenai KPPU diatur dalam Pasal 30 ayat (1),(2), dan (3) UU.No.5 tahun 1999.¹³

¹³ Ibid. Hal. 544.

Ketentuan Pasal 30 ayat (1) mengamanatkan pembentukan Komisi Pengawas Persaingan Usaha, hal ini kemudian ditindak lanjuti dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia yang ditetapkan pada tanggal 18 Juli 1999, berdasarkan Keputusan presiden inilah terbentuklah sebuah lembaga yang bernama Komisi Pengawas Persaingan Usaha, dengan tujuan untuk mengawasi pelaksanaan UU. No.5 tahun 1999 demi terwujudnya perekonomian Indonesia yang efisien melalui penciptaan iklim usaha yang kondusif dan kompetitif. Selanjutnya mengenai tugas KPPU diatur dalam Pasal 35 UU. No. 5 Tahun 1999 yang kemudian ditindak lanjuti dalam Pasal 4 Keputusan Presiden No. 75 tahun 1999, sedangkan mengenai kewenangannya diatur dalam Pasal 36 UU. No. 5 Tahun 1999.¹⁴

Komisi Pengawas Persainagn usaha sebagai Lembaga Publik, Penegak, Pengawas, wasit independen dalam rangka menyelesaikan perkara perkara persiangan usaha, harpan yang dilekatkan kepada KPPU atas kewenangnaya dapat menjaga dan mendorong agar system ekonomi pasar lebih efisien produksi, konsumsi, alokasi sehingga pada akhirnya mensejahtrakan rakyat. Kewenangan dan Tugas KPPU sangatlah luas meliputi wilayah eksekutif, yudikatif, legislative, serta konsultatif. Dilihat dari kewenangan tersebut KPPU dapat dikatakan bersifat multio fungsikarena memiliki kewenangan sebagai investigator, penyidik, pemeriksa, penuntut, pemutuus, maupun konsultatif.¹⁵

¹⁴ Ibid. Hal. 545

¹⁵ Ibid., Hal 548.

Tugas Komisi Pengawas Persainagn usaha telah diatur dalam Pasal 35 UU. No.5 Tahun 1999 dan diulang dalam Pasal 4 Keputusan Presiden No.75 Tahun 1999, adapun tugas KPPU adalah sebagai berikut :¹⁶

1. Melakukan penilaian terhadap perjanjian yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.
2. Melakukan penilaian terhadap kegiatan usaha dan/atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.
3. Melakukan penilaian terhadap ada atau tidaknya penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usha tidak sehat.
4. Mengambil tindakan sesuai dengan kewenangan komisi.
5. Memberikan saran dan pertimbangan terhadap kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.
6. Menyusun pedoman dan/atau publikasi yang berkaitan dengan UU. No.5 tahun 1999.
7. Memberikan laporan secara berkala atas hasil kerja komisi kepada presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat.

Wewenang dalam menjalankan tugas dan fungsinya KPPU diatur dalam Pasal 36 dan 47 UU No. 5 Tahun 1999. KPPU tidak hanya berwenang menerima laporan dari masyarakat dan/atau pelaku usaha tentang dugaan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, tetapi secara aktif berwenang melakukan penelitian,

¹⁶ Ibid. Hal 551-552.

penyelidikan, dan/atau pemeriksaan, menyimpulkan hasilnya, memanggil pelaku usaha, memanggil dan menghadirkan saksi-saksi, meminta bantuan penyidik, meminta keterangan dari instansi pemerintah, mendapatkan dan meneliti serta menilai dokumen dan alat bukti lain, memutus dan menetapkan serta menjatuhkan sanksi tindakan administratif.¹⁷

Namun demikian, ada kewenangan yang dimiliki oleh komisi Negara lain tetapi tidak dimiliki oleh KPPU, yaitu kewenangan untuk mengajukan suatu perkara yang berkaitan dengan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat ke pengadilan. Kewenangan seperti ini dimiliki oleh Federal Trade Commission, dimana FTC ini dapat memasukkan gugatan perdata pada pengadilan distrik atau federal untuk mempertahankan prosedur atau putusan administrasi yang telah ditempuhnya dalam menangani suatu perkara persaingan usaha. Hal yang sama juga dimiliki oleh komisi Jepang yang mempunyai hak untuk mengajukan gugatan ke pengadilan dalam hal yang berkaitan dengan holding company, filling of merger.¹⁸

Sesuai dengan Pasal 36 UU No.5 Tahun 1999, secara lengkap kewenangan yang dimiliki Komisi Pengawas Persaingan usaha meliputi Kegiatan-kegiatan sebagai berikut:¹⁹

- a. Menerima laporan dari masyarakat dan atau dari pelaku usaha tentang dugaan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;

¹⁷ Ibid. Hal.557.

¹⁸ Ibid. Hal.557-558.

¹⁹ I Made Sarjana, Op.Cit. Hal. 43-44.

- b. Melakukan penelitian tentang dugaan adanya kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat;
- c. Melakukan penyelidikan dan atau pemeriksaan terhadap kasus dugaan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang dilaporkan masyarakat atau oleh pelaku usaha atau yang ditemukan oleh komisi sebagai hasil dari penelitiannya;
- d. Menyimpulkan hasil dari penyelidikan dan atau pemeriksaan tentang ada atau tidaknya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
- e. Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap ketentuan undang-undang ini;
- f. Memanggil dan menghadirkan saksi saksi ahli dan setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap ketentuan undang-undang ini;
- g. Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud huruf e dan huruf f, yang tidak bersedia memenuhi panggilan komisi;
- h. Meminta keterangan dari instansi pemerintah dalam kaitnaya dengan penyelidikan dan atau pemeriksaan terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang undang ini;
- i. Mendapatkan, meneliti dan atau menilai surat dokumen atau alat bukti lain guna peneyelidikan dan atau pemeriksaan;
- j. Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian dipihak pelaku usaha lain atua masyarakt;

- k. Memberitahukan putusan komisi kepada pelaku usaha yang diduga melakukan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
- l. Menjatuhkan sanksi berupa tindakan administrative kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini.

Selain KPPU diberikan tugas dan wewenang KPPU oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, untuk melengkapi kewenangan dan tugas tersebut KPPU diberikan kewenangan untuk menjatuhkan Sanksi. Sanksi yang dapat dijatuhkan oleh KPPU berdasarkan pasal 36 huruf (L) KPPU memiliki kewenangan untuk menjatuhkan sanksi administrative kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini²⁰, secara terinci penjatuhan sanksi oleh KPPU diatur dalam Pasal 47 UU. No.5 tahun 1999, disebutkan bahwa:

- a. Komisi berwenang menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini.
- b. Tindakan administratif sebagaimana dimaksud ayat (1) dapat berupa. Kalau ditelusuri dari Pasal 47 sampai dengan Pasal 49 UU No. 5 Tahun 1999 terdapat tiga macam sanksi yang dapat dijatuhkan kepada pelaku usaha yang melanggar hukum persaingan usaha ketiga macam sanksi tersebut meliputi tindakan administrative, sanksi pidana pokok dan sanksi pidana tambahan yang dijatuhkan pengadilan.

Pasal 47 Undang-Undang No.5 tahun 1999 menyatakan bahwa KPPU berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar

²⁰ Pasal 36 huruf “L” undang-undang No 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

ketentuan Undang-Undang No.5 tahun 1999 tindakan administrative tersebut berupa:²¹

a. Penetapan pembatalan perjanjian

Sebagaimana dimaksud dalam: perjanjian perjanjian oligopoli (Pasal 4), Penetapan harga (Pasal 5), diskriminasi harga (Pasal 6), pengekangan harga diskon (Pasal 7), pengekangan harga distributor (Pasal 8), pembagian wilayah (Pasal 9), pemboikotan(Pasal 10),Kartel (Pasal 11), trust(Pasal 12), oligopsoni(Pasal 13), perjanjian tertutup (Pasal 15), dan perjanjian dengan pihak luar negeri(Pasal 16).

b. Perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan integrasi vertical (pasal14). Perintah menghentikan integrasi vertical yang dapat mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat dan/atau merugikan masyarakat dilaksanakan dengan perintah untuk, membatalkan perjanjian tersebut, mengalihkan sebagian perusahaan kepada pelaku usaha lain atau perubahan bentuk rangkaian produksi. Dalam perspektif persaingan, integrasi vertical pada dasarnya tidak dilarang karena dapat menghasilkan efisiensi ekonomi dan mengurangi biaya transaksi. Namun demikian integrasi vertical juga dapat disalahgunakan sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan/atau merugikan masyarakat.

c. Perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan kegiatan yang terbukti menimbulkan praktik monopoli dan/atau menyebabkan persaingan usaha tidak sehat dan/atau merugikan masyarakat.

²¹ Susanti Adi Nugroho. *Susanti Adi nugroho, Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia, Cetakan Pertama,(Jakarta: Kencana, 2012)* Hal. 563.

Pengertian dari Pasal 47 ayat (2) huruf c diatas adalah komisi berwenang menjatuhkan tindakan administrative berupa perintah penghentian kegiatan yang menimbulkan praktik monopoli, adapun kegiatan yang menimbulkan praktik monopoli tercantum dalam Pasal 4 ayat(1), pasal 9, pasal 11, pasal 12, pasal 13 ayat (1), pasal 16, pasal 17 ayat (1) pasal 18 ayat(1) pasal 19, pasal 20, pasal 21, pasal 22, pasal 23, pasal 26 huruf c, serta pasal 28 ayat (1) dan ayat (2). Adapun kegiatan yang menimbulkan persaingan usha tidak sehat sebagaimana tercantum dalam Pasal 4 ayat (10, pasal 7, pasal 8, pasal 9, pasal 11, pasal 12, pasal 13 ayat 91), pasal 14, pasal 16, pasal 17 ayat (1), pasal 18 ayat (1), pasal 19, pasal 20, pasal 21, pasal 22, pasal 23, pasal 26 huruf c, serta pasal 28 ayat (1) dan ayat (2). Adapun kegiaitan yang merugikan masyarakat sebagaimana tercantum dalam Pasal 14.

- d. Perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan penyalahgunaan posisi dominan.

Posisi dominan pada dasarnya tidak dilarang oleh undang-undang No.5 Tahun 1999, karena masyarakat mendapatkan manfaat dari skala ekonomi perusahaan melalui kehadiran produk yang lebih murah, kualitas lebih baik, dan variasi produksi, pengertian penyalahgunaan posisi dominan yang dilarang dalam undang undang No. 5 tahun 1999 ialah sebagaimana ditentukan dalam bab 5 UU No.5 tahun 1999, mengenai posisi dominan yang mencakup Pasal 25,26,27,28, dan 29.

- e. Penetapan pembatalan atas penggabungan atau peleburan badan usaha dan pengambil alihan saham(Pasal 28).

Pada prinsipnya peleburan, penggabungan dan pengambil alihan saham tidak dilarang, menjadi terlarang apabila dalam peleburan, penggabungan dan pengambil alihan saham tersebut mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

f. Penetapan ganti rugi.

Ganti rugi diberikan kepada pelaku usaha dan/atau kepada pihak lain yang dirugikan. Dalam pedoman Keputusan KPPU No. 252/KPPU/Kep/VII/2008, ganti rugi didefinisikan sebagai “ganti rugi merupakan kompensasi yang harus dibayarkan oleh pelanggar terhadap kerugian yang timbul akibat tindakan anti persaingan yang dilakukannya”. Besar kecilnya ganti rugi ditetapkan oleh KPPU berdasarkan pada pembuktian kerugian senyatanya oleh pelaku usaha yang merasa dirugikan. Pengenaan denda dalam keadaan apapun serendah rendahnya Rp. 1.000.000.000 (satu milyar rupiah) dan setinggi tingginya Rp. 25.000.000.000 (dua puluh milyar rupiah).

Tugas dan wewenang KPPU juga dibahas oleh Muhammad Rizki, Imron Rosadi dalam judul “Penyelesaian Perkara Persaingan Usaha Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha di Era Revolusi Industri 4.0” yang mana dalam pembahasannya menyimpulkan bahwa :²²

1. KPPU mempunyai tugas dan wewenang untuk mengawasi monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat di Indonesia. Fungsi KPPU sendiri adalah

²² Muhammad Rizki, Imron Rosadi, *Penyelesaian Perkara Persaingan Usaha Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha Di Era Revolusi Industri 4.0 Dalam Jurnal Rechtidee*, Vol. 14, No.1, Juni 2019

sebagai penilai, pengambil dan pelaksana dalam suatu kegiatan usaha di Indonesia.

2. Hukum acara persaingan usaha dimulai dari laporan tertulis terjadinya suatu pelanggaran. Kemudian KPPU melakukan pemeriksaan pendahuluan terhadap pelanggaran yang terjadi. Apabila diperlukan, KPPU dapat melakukan pemeriksaan lanjutan. Selanjutnya KPPU memberikan putusan yang dibacakan dalam sidang yang terbuka untuk umum. Pelaku usaha dapat mengajukan keberatan terhadap putusan. Apabila tidak ada keberatan, maka putusan KPPU tersebut sudah mempunyai kekuatan hukum tetap. putusan KPPU tersebut dimintakan penetapan eksekusi kepada Pengadilan Negeri.
3. Tata cara pengajuan keberatan terhadap putusan KPPU diatur di dalam Peraturan Mahkamah Agung Nomor 3 Tahun 2005. Pelaku usaha dapat mengajukan kepada kepada Kepaniteraan PN. Kemudian dilakukan pemeriksaan keberatan yang diajukan. Apabila diperlukan maka dapat dilaksanakan pemeriksaan tambahan. Kemudian dilaksanakan sidang lanjutan. Permohonan penetapan eksekusi putusan melalui prosedur keberatan, diajukan oleh KPPU melalui PN yang memutus perkara tersebut.

Bahwa hal tersebut juga dibahas oleh Joshua Anggelito Paparang dengan judul Tugas Dan Wewenang Komisi Pengawas Persaingan Usaha (Kppu) Dalam

Penanganan Pelanggaran Hukum Persaingan Usaha Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang mana menyimpulkan bahwa :²³

1. Tugas Komisi Pengawas Persaingan Usaha dalam penanganan pelanggaran hukum persaingan usaha seperti melakukan penilaian terhadap perjanjian, kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha, penyalahgunaan posisi dominan, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. Komisi Pengawas Persaingan Usaha dapat mengambil tindakan, saran dan pertimbangan terhadap kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat dan menyusun pedoman dan atau publikasi serta memberikan laporan secara berkala atas hasil kerja Komisi kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat.
2. Wewenang Komisi Pengawas Persaingan Usaha dalam penanganan pelanggaran hukum persaingan usaha seperti menerima laporan dari masyarakat, melakukan penelitian, dan atau menilai surat, dokumen atau alat bukti lain guna penyelidikan dan pemeriksaan serta menyimpulkan hasil penyelidikan dan memanggil pelaku usaha, saksi dan saksi ahli serta meminta bantuan penyidikan dan memutuskan atau menetapkan ada atau tidak adanya pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap ketentuan undang-undang.

3. Tujuan KPPU

²³ Joshua Anggelito Paparang Tugas Dan Wewenang Komisi Pengawas Persaingan Usaha (Kppu) Dalam Penanganan Pelanggaran Hukum Persaingan Usaha Menurut Undang- Undang Nomor 5 Tahun 19991 Jurnal Hukum Lex Privatum Vol. VII/No. 7/Okt-Des/2019

Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) adalah lembaga independen yang memiliki tugas utama melakukan penegakan hukum persaingan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Dalam melaksanakan tugas tersebut, KPPU diberi wewenang untuk menyusun pedoman yang berkaitan dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, sebagaimana tercantum dalam pasal 35 huruf “f”.²⁴

Sebagai bagian dari pelaksanaan Pasal 35 huruf f tersebut²⁵, KPPU menyusun pedoman pelaksanaan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mengenai definisi pasar bersangkutan. Pendefinisian pasar bersangkutan merupakan sebuah bagian yang sangat penting dalam proses pembuktian penegakan hukum persaingan, terutama menyangkut beberapa potensi penyalahgunaan penguasaan pasar oleh pelaku usaha tertentu. Upaya menguraikan pasar bersangkutan memiliki kompleksitas yang tersendiri, yang terkait dengan konsep dan metodologi ekonomi, sehingga untuk memahaminya diperlukan pedoman yang bisa menjelaskan bagaimana sebuah pasar bersangkutan ditetapkan dalam sebuah kasus persaingan.

Dalam kaitan dengan itulah pedoman pasar bersangkutan ini disusun dan diharapkan dapat memberikan penjelasan kepada seluruh stakeholder hukum persaingan mengenai pendefinisian pasar bersangkutan serta metode pendekatan yang digunakan oleh KPPU melaksanakan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat.

B. Tinjauan tentang Persaingan Usaha Tidak Sehat

²⁴ Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 pasal 35 huruf “f”

²⁵ Pasal 35 “f” undang-undang No 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

1. Pengertian Persaingan Usaha Tidak Sehat

Persaingan usaha tidak sehat dapat dipahami sebagai kondisi persaingan diantara pelaku usaha yang berjalan secara tidak fair. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Pasal 1 angka 6 Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 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. Berdasarkan pengertian tersebut dapat diperoleh gambaran bahwa persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatannya dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum, implikasinya akan menghambat persaingan usaha secara sehat.²⁶

Persaingan usaha tidak sehat merupakan dampak dari praktek persaingan usaha. Kondisi persaingan usaha dalam beberapa hal memiliki juga aspek-aspek negatif, salah satunya apabila suatu persaingan dilakukan oleh pelaku ekonomi yang tidak jujur, bertentangan dengan kepentingan publik. Resiko ekstrim dari persaingan ini tentunya adalah kemungkinan ditempuhnya praktek-praktek curang (*unfair competition*) karena persaingan dianggap sebagai kesempatan untuk menyingkirkan pesaing dengan cara apapun.²⁷

Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 memberikan tiga indikator untuk menyatakan terjadinya persaingan usaha tidak sehat, yaitu:

²⁶ Suhasril Dan Mohammad Taufik Makarao, *Hukum Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Di Indonesia*, Cetakan Pertama (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), Hal. 35

²⁷ Galuh Puspaningrum, *Hukum Persaingan Usaha; Perjanjian Dan Kegiatan Yang Dilarang Dalam Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2013), Hal. 71

1. Persaingan usaha yang dilakukan secara tidak jujur.
2. Persaingan usaha yang dilakukan dengan cara melawan hukum.
3. Persaingan usaha yang dilakukan dengan cara menghambat terjadinya persaingan diantara pelaku usaha.²⁸

Persaingan usaha yang dilakukan secara tidak jujur dapat diartikan sebagai segala tingkah laku yang tidak sesuai dengan itikad baik, kejujuran di dalam berusaha. Misalnya, dalam persaingan tender, para pelaku usaha telah melakukan konspirasi usaha dengan panitia lelang untuk dapat memenangkan sebuah tender. Sehingga pelaku usaha lainnya tidak mendapatkan kesempatan untuk memenangkan tender tersebut.²⁹

Perbuatan ini termasuk perbuatan melawan hukum. Karena praktek bisnis atau persaingan usaha yang dilakukan secara tidak jujur dapat mematikan persaingan yang sebenarnya ataupun merugikan perusahaan pesaing secara tidak wajar/tidak sehat dan juga dapat merugikan konsumen.³⁰ Persaingan usaha yang dilakukan dengan cara melawan hukum ini dapat juga dilihat dari cara pelaku usaha dalam bersaing dengan pelaku usaha lainnya yaitu dengan melanggar ketentuan perundang-undangan yang berlaku atau peraturan-peraturan yang disepakati. Kondisi ini dapat dilihat seperti pelaku usaha yang mendapatkan fasilitas khusus sehingga menjadikan pasar bersaing secara tidak kompetitif.³¹

2. Unsur-Unsur Persaingan Usaha Tidak Sehat

²⁸ Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha Teori dan Prakteknya di Indonesia*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012) Hal. 17.

²⁹ Ibid Hal 22

³⁰ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia: Dengan Pembahasan Atas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2006), Hal. 222- 223

³¹ Mustafa Kamal Rokan, *Op. Cit.*, Hal. 17-18

Bahwa unsur dalam Persaingan usaha tidak sehat dibagi menjadi dua bagian diantaranya adalah :

a. Penguasaan Pasar

Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tidak menentukan pengertian penguasaan pasar. Namun demikian penguasaan pasar ini adalah kegiatan yang dilarang karena dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha yang tidak sehat, sebagaimana ditentukan dalam Pasal 19, Pasal 20, Pasal 21 Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999. Di samping dilarangnya penguasaan pasar yang besar oleh satu atau sebagian kecil pelaku pasar, Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 juga melarang penguasaan pasar yang secara tidak adil, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau praktek persaingan curang.³²

Sebagaimana diketahui penguasaan pasar atau dengan kata lain menjadi penguasa di pasar merupakan keinginan dari hampir semua pelaku usaha, karena penguasaan pasar yang cukup besar memiliki korelasi positif dengan tingkat keuntungan yang mungkin dapat diperoleh oleh pelaku usaha. Untuk memperoleh penguasaan pasar ini, pelaku usaha kadangkala melakukan tindakan-tindakan yang bertentangan dengan hukum. Walaupun pasal dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tidak merumuskan berapa besar penguasaan pasar atau berapa pangsa pasar suatu pelaku usaha, namun demikian suatu perusahaan yang menguasai suatu pasar pasti mempunyai posisi dominan di pasar.³³

³² Munir Fuady, *Hukum Antimonopoli Menyongsong Era Persaingan Sehat*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1999), Hal. 78.

³³ Andi Fahmi Lubis, et, al., *Hukum Persaingan Usaha antara Teks dan Konteks*, (Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2009), Hal. 138-139.

Kegiatan yang bersifat penguasaan pangsa pasar yang dilarang tersebut, diatur dalam Pasal 19 Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999, yang menyatakan bahwa 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.

Bentuk penguasaan pasar yang dilarang dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Menolak pesaing (*refusal to deal*). Menolak atau menghalang-halangi pelaku usaha tertentu (pesaing) dalam hal melakukan usaha yang sama pada pasar bersangkutan.
2. Menghalangi konsumen, yaitu menghalang-halangi pihak konsumen dari pelaku usaha lain (pesaing) untuk tidak melakukan atau meneruskan hubungan usaha dengan pihak usaha pesaing tersebut. Yang dilakukan oleh pelaku usaha ialah dengan mengadakan perjanjian antara distributor dari pelaku usaha tersebut yang memasarkan produknya dengan pihak grosir, pengecer, ritel, atau toko yang menjual produknya tersebut kepada masyarakat. Dimana pelaku ataupun ritel dapat memasarkan produknya namun tidak boleh menjual produk-produk lain. Apabila para grosir, pengecer, maupun ritel ini menjual barang lain maka akan diberhentikan pengiriman barang oleh distributor dan ini jelas merugikan. Dengan perjanjian inilah kemudian bagi para pelaku usaha lain akan mengalami kesulitan di dalam memasarkan produknya.

3. Pembatasan peredaran produk, yaitu dengan cara membatasi peredaran dan/atau penjualan barang dan/atau jasa pada pasar yang bersangkutan.
4. Diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu pesaingnya.
5. Melakukan jual rugi (*predatory pricing*). Pemasokan produk dengan cara jual rugi yaitu dengan menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya agar tidak mampu lagi bersaing.
6. Penetapan biaya secara curang, yaitu melakukan kecurangan atau manipulasi dalam menetapkan biaya produksi dan biaya lainnya yang merupakan komponen harga produk sehingga harga lebih rendah daripada harga sebenarnya.³⁴

Pihak yang dapat melakukan penguasaan pasar adalah para pelaku usaha yang mempunyai *market power*, yaitu pelaku usaha yang dapat menguasai pasar sehingga dapat menentukan harga barang dan atau jasa yang ada di pasar bersangkutan. Kriteria penguasaan pasar tersebut tidak harus 100%, penguasaan pasar sebesar 50% atau 75% saja sudah dapat dikatakan mempunyai *market power*.³⁵ Penguasaan Pasar berkaitan erat pula dengan pasar bersangkutan, artinya penguasaan pasar dapat terjadi karena adanya posisi dominan pada pasar bersangkutan. Secara umum, pasar bersangkutan memiliki 2 (dua) dimensi, yaitu dimensi produk yang merupakan pembatasan produk (barang atau jasa) yang dianggap saling bersaing dan bersubstitusi, dan dimensi geografis yang merupakan pembatasan wilayah dimana

³⁴ Mustafa Kamal Rokan, *Op. Cit.*, Hal. 163-165.

³⁵ Andi Fahmi Lubis, *Op. Cit.*, Hal. 140.

kondisi persaingan antara produk-produk tersebut terjadi dan memiliki kesamaan (*homogen*) serta yang dapat dibedakan dengan wilayah di sekitarnya yang memiliki kondisi persaingan yang berbeda.

b. Persengkokolan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia persekongkolan berasal dari kata sekongkol artinya orang yang serta berkomplot melakukan kejahatan, kecurangan, dan sebagainya. Persekongkolan yakni bersekutu, bersepakat melakukan kejahatan.³⁶

Blacks Law Dictionary mendefinisikan persekongkolan (*conspiracy*) sebagai berikut:

“a combination or confederacy between two or persons formed for the purpose of committing, by their joint efforts, some unlawful or criminal act, or some act which is innocent in itself, but becomes unlawful when done concerted action of the conspirators, or for the purpose of using criminal or unlawful means to the commission of an act not itself unlawful”.

Definisi di atas menegaskan bahwa persekongkolan harus dilakukan oleh dua pihak atau lebih yang bertujuan untuk melakukan tindakan/kegiatan bersama (*joint efforts*) suatu perilaku kriminal atau melawan hukum. Terdapat dua unsur persekongkolan yaitu;

- a. adanya dua pihak atau lebih secara bersama-sama (*in concert*) melakukan perbuatan tertentu, dan
- b. perbuatan yang disekongkolkkan merupakan perbuatan yang melawan atau melanggar hukum.³⁷

³⁶ Suharso Dan Ana Retnoningsih, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Lux*, Cetakan Kesebelas (Semarang: Widya Karya, 2013), Hal. 467

³⁷ Yakub Adi Krisanto, “*Analisis Pasal 22 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Dan Karakteristik Putusan KPPU Tentang Persekongkolan Tender.*”, *Jurnal Hukum Bisnis*, Vol. 24, No.

Hal yang perlu digaris bawahi adalah:

- a. Bahwa terjadi persekongkolan apabila ada tindakan bersama yang melawan hukum.
- b. Suatu tindakan apabila dilakukan oleh satu pihak maka bukan merupakan perbuatan melawan hukum tetapi ketika dilakukan bersama merupakan perbuatan melawan hukum.³⁸

Istilah persekongkolan diberbagai kegiatan masyarakat hampir selalu berkonotasi negatif. Pandangan ini disebabkan karena pada hakikatnya persekongkolan bertentangan dengan keadilan, dimana tidak memberikan kesempatan yang sama kepada seluruh penawar untuk mendapatkan objek barang dan/atau jasa yang ditawarkan penyelenggara. Akibat adanya persekongkolan tersebut, penawar yang mempunyai itikad baik menjadi terhambat untuk masuk pasar, dan akibat lebih jauh adalah terciptanya harga yang tidak kompetitif. Dalam Pasal 1 angka 8 Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 mendefinisikan Persekongkolan sebagai bentuk kerjasama yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan pelaku usaha lain dengan maksud untuk menguasai pasar bersangkutan bagi kepentingan pelaku usaha yang bersekongkol.³⁹

Tindakan persekongkolan (*conspiracy*) dalam hukum persaingan termasuk dalam kategori perjanjian. Namun, bentuk kegiatan/tindakan persekongkolan kadangkala tidak harus dibuktikan dengan adanya perjanjian, akan tetapi dapat dalam

2, (Jakarta: Yayasan Pengembangan Hukum Bisnis, 2005), Hal. 41-42.

³⁸ Ibid., Hal. 43.

³⁹ Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia, Dalam Teori Dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya*, Edisi Pertama (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), Hal. 267.

bentuk kegiatan lainnya yang tidak mungkin diwujudkan dalam suatu perjanjian.⁴⁰ Sebagai contoh, persekongkolan untuk mencuri rahasia dagang perusahaan pesaingnya, yang tidak mungkin dilakukan dalam suatu perjanjian. Pada hakikatnya, perjanjian terdiri dari dua macam:

- a. Perjanjian yang dinyatakan secara jelas (*express agreement*) biasanya tertuang dalam bentuk tertulis, sehingga relatif lebih mudah dalam proses pembuktiannya.
- b. Perjanjian tidak langsung (*implied agreement*) biasanya berbentuk lisan atau kesepakatan-kesepakatan, dalam hal ini tidak dikemukakan bukti adanya perjanjian, khususnya *implied agreement*. Dan jika keberadaan perjanjian tersebut dipersengketakan, maka diperlukan penggunaan bukti yang tidak langsung atau bukti yang melingkupi untuk menyimpulkan adanya perjanjian dan/atau persekongkolan tersebut.⁴¹

Dalam sistem ekonomi pasar mengandalkan pada proses persaingan sehingga membuat pelaku usaha harus bertindak secara efisien dan inovatif, dengan terjadinya persekongkolan tersebut akan menghilangkan persaingan antar pelaku usaha itu sendiri. Pada hukum pidana negara-negara *common law* persekongkolan atau konspirasi berarti suatu perbuatan melawan hukum, baik yang bermuatan unsur tindak pidana maupun suatu perbuatan yang semula tidak melawan hukum namun

⁴⁰ Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, Cetakan Pertama (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), Hal. 79.

⁴¹ Susanti Adi Nugroho, *Op. Cit.*, Hal. 278.

menjadi bersifat melawan hukum manakala yang dilakukan oleh konspirator dan diberi arti yang lebih luas lagi.⁴²

Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 melarang kegiatan yang bersifat persekongkolan, larangan terhadap persekongkolan ini juga termasuk persekongkolan antara pelaku usaha dengan pihak lain yang belum tentu merupakan pelaku usaha. Kegiatan persekongkolan yang dilarang terdapat dalam Pasal 22, Pasal 23, dan Pasal 24.⁴³

Pasal 22 :

“Pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk mengatur dan/atau menentukan pemenang tender sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.”

Pasal 23:

“Pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk mendapatkan informasi kegiatan usaha pesaingnya yang diklasifikasikan sebagai rahasia perusahaan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.”

Persekongkolan untuk memperoleh rahasia perusahaan yaitu persekongkolan antara pelaku usaha dengan pihak lain untuk mendapatkan informasi tentang kegiatan usaha pesaingnya yang diunifikasi sebagai rahasia perusahaan.

Pasal 24:

⁴² Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

⁴³ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

“Pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk menghambat produksi barang dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa pelaku usaha pesaingnya dengan maksud agar barang dan/atau jasa yang ditawarkan atau dipasok di pasar bersangkutan menjadi berkurang, baik dari jumlah, kualitas, maupun ketepatan waktu yang dipersyaratkan.”

Dalam penelitian ini akan terfokus pada Persekongkolan yang diatur dalam Pasal 22 Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999. Seperti yang telah dijelaskan di atas, salah satu bentuk kegiatan yang dilarang oleh Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 yang dapat mengakibatkan persaingan tidak sehat adalah persekongkolan dalam tender, Pasal 22 Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 menyebutkan bahwa;

Pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk mengatur dan atau menentukan pemenang tender sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Pasal 22 berasumsi bahwa persekongkolan terjadi diantara para pelaku usaha. Dengan demikian, penerapan ketentuan tersebut tergantung pada dua kondisi yaitu pihak-pihak tersebut harus berpartisipasi, dan harus menyepakati suatu persekongkolan.⁴⁴

Larangan dalam hal ini adalah apabila pelaku usaha bersekongkol dengan pihak lain, baik pihak penyelenggara tender yang dilakukan oleh pemerintah/swasta atau pelaku usaha yang turut terlibat dalam tender itu yang bertindak seolah-olah sebagai pesaing, padahal ia hanya sebagai pelengkap atau pelaku usaha semu yang

⁴⁴ Knud Hansen, Et. Al., *Undang-Undang No. 5 Tahun 1999: Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat; Law Concerning The Prohibition Of Monopolistic Practices And Unfair Competition*, Cetakan Kedua (Jakarta: GTZ Dan Katalis Publishing Media Services, 2002), Hal. 313.

telah bersepakat untuk menentukan pelaku usaha yang mana akan memenangkan tender tersebut. Tindakan persekongkolan tersebut menurut pasal 22 dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.⁴⁵

Persekongkolan juga bertujuan untuk melakukan tender kolusif, dimana jika posisi yang mengumumkan tender dapat diklasifikasikan sebagai pelaku usaha yang bersepakat dengan seorang penawar individu potensial untuk mempengaruhi hasil pengumuman tender untuk keuntungan penawar yang bersangkutan dengan tidak lagi memperhatikan penawaran yang diajukan oleh penawar lainnya.⁴⁶

Di Indonesia, persekongkolan dalam tender antara penyelenggara dan peserta tender merupakan hal yang sering terjadi sehingga dapat dikatakan tender yang diselenggarakan hanyalah sekedar formalitas belaka.⁴⁷ Para penawar tender telah bersepakat untuk menentukan perusahaan mana yang mendapatkan sebuah proyek tender dengan harga yang telah disepakati juga, bahkan belum diumumkan pemenang tender dan harga para peserta tender telah menyepakati baik pemenang maupun harga yang dikehendaki.

Dalam Pedoman Pasal 22, KPPU menggunakan frasa

“Persekongkolan dalam tender” bukan “persekongkolan tender”.

Pencantuman kata “dalam” tersebut memberikan penekanan bahwa KPPU

⁴⁵ Insan Budi Maulana, *Catatan Singkat Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Cetakan Pertama (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000), Hal. 33.

⁴⁶ Knud Hansen, Et. Al., Op. Cit., Hal. 314.

⁴⁷ Dhita Wiradiputra, “*Fenomena Persekongkolan*”, Tabloid Mingguan KONTAN Nomor 26 Tahun VI, April 2002.

bermaksud menegaskan persekongkolan yang dinilai melanggar Pasal 22 adalah persekongkolan yang terjadi didalam proses tender.

Maksud digunakannya istilah Persekongkolan dalam tender tersebut dapat terjadi melalui kesepakatan-kesepakatan, baik tertulis maupun tidak tertulis. Persekongkolan ini mencakup jangkauan perilaku yang luas, antara lain usaha produksi dan atau distribusi, kegiatan asosiasi perdagangan, penetapan harga, dan manipulasi lelang atau kolusif dalam tender (*collusive tender*) yang dapat terjadi melalui kesepakatan antar pelaku usaha, antar pemilik pekerjaan maupun antar kedua pihak tersebut. Kolusi atau persekongkolan dalam tender ini bertujuan untuk membatasi pesaing lain yang potensial untuk berusaha dalam pasar bersangkutan dengan cara menentukan pemenang tender.

Persekongkolan tersebut dapat terjadi di setiap tahapan proses tender, mulai dari perencanaan dan pembuatan persyaratan oleh pelaksana atau panitia tender, penyesuaian dokumen tender antara peserta tender, hingga pengumuman tender. Praktek persekongkolan dalam tender ini dilarang karena dapat menimbulkan persaingan tidak sehat dan bertentangan dengan tujuan dilaksanakannya tender tersebut, yaitu untuk memberikan kesempatan yang sama kepada pelaku usaha agar dapat ikut menawarkan harga dan kualitas yang bersaing, sehingga pada akhirnya dalam pelaksanaan proses tender tersebut akan didapatkan harga yang termurah dengan kualitas yang terbaik.⁴⁸ Oleh karena itu sudah seharusnya dalam penentuan pemenang tender itu tidak dapat diatur-atur, melainkan siapa yang dapat menawarkan

⁴⁸ Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia, Peraturan KPPU Nomor 2 Tahun 2010 Tentang Pedoman Pasal 22.

harga yang murah dan kualitas pekerjaan yang baik, dialah yang dapat menjadi pemenang tender.⁴⁹

Tender ini ditawarkan oleh pengguna barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha yang mempunyai kredibilitas dan kapabilitas berdasarkan alasan efektivitas dan efisiensi. Adapun alasan-alasan lain tender pengadaan barang dan/atau jasa adalah:

- a. Memperoleh penawaran terbaik untuk harga dan kualitas;
- b. Memberi kesempatan yang sama bagi semua pelaku usaha yang memenuhi persyaratan untuk menawarkan barang dan jasanya, serta
- c. Menjamin transparansi dan akuntabilitas pengguna barang dan jasa kepada publik khususnya pengadaan barang dan jasa dilembaga atau instansi pemerintah.⁵⁰

Berdasarkan Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 dalam pelaksanaan tender wajib memenuhi asas keadilan, keterbukaan, dan tidak diskriminatif. Selain itu, tender harus memperhatikan hal-hal yang tidak bertentangan dengan asas-asas persaingan usaha yang sehat, yaitu:

- a. Tender tidak bersifat diskriminatif, dapat dipenuhi oleh semua calon peserta tender dengan kompetensi yang sama;
- b. Tender tidak diarahkan pada pelaku usaha tertentu dengan kualifikasi dan spesifikasi teknis tertentu;
- c. Tender tidak mempersyaratkan kualifikasi dan spesifikasi teknis produk tertentu;

⁴⁹ Suyud Margono, *Loc. Cit.*

⁵⁰ Yakub Adi Krisanto, *Op. Cit.*, Hal. 44.

- d. Tender harus bersifat terbuka, transparan, dan diumumkan dalam media masa dalam jangka waktu yang cukup.

Berdasarkan hal diatas, KPPU telah memperluas kata tender itu sendiri dengan menyamakannya dengan pengertian lelang. Pelelangan adalah serangkaian kegiatan untuk menyediakan kebutuhan barang/jasa dengan cara menciptakan persaingan yang sehat diantara penyedia barang/jasa yang setara dan memenuhi syarat, berdasarkan metode dan tata cara tertentu yang ditetapkan dan diikuti oleh pihak-pihak terkait secara taat asas sehingga terpilih penyedia jasa terbaik.

Oleh karena itu tender harus dilakukan secara terbuka untuk umum dengan pengumuman secara luas melalui media cetak dan papan pengumuman resmi untuk penerangan umum dan bilamana dimungkinkan, melalui media elektronik sehingga dunia usaha atau masyarakat luas yang berminat dan memenuhi kualifikasi dapat mengikutinya.⁵¹

Dalam Peraturan Presiden Nomor 54 Tahun 2010 Pengadaan barang atau jasa Pemerintah dapat dilakukan secara elektronik.

3. Tindakan KPPU bagi pelaku usaha persaingan usaha tidak sehat

Selain KPPU diberikan tugas dan wewenang KPPU oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, untuk melengkapi kewenangan dan tugas tersebut KPPU diberikan kewenangan untuk menjatuhkan Sanksi. Sanksi yang dapat dijatuhkan oleh KPPU berdasarkan pasal 36 huruf (L) KPPU memiliki kewenangan untuk menjatuhkan sanksi administrative kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan

⁵¹ Dalam Peraturan Presiden Nomor 54 Tahun 2010 Pengadaan Barang Atau Jasa Pemerintah Dapat Dilakukan Secara Elektronik

undang-undang ini, secara terinci penjatuhan sanksi oleh KPPU diatur dalam Pasal 47 UU. No.5 tahun 1999, disebutkan bahwa:

- a. Komisi berwenang menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini.
- b. Tindakan administratif sebagaimana dimaksud ayat (1) dapat berupa. Kalau ditelusuri dari Pasal 47 sampai dengan Pasal 49 UU No. 5 Tahun 1999 terdapat tiga macam sanksi yang dapat dijatuhkan kepada pelaku usaha yang melanggar hukum persaingan usaha ketiga macam sanksi tersebut meliputi tindakan administrative, sanksi pidana pokok dan sanksi pidana tambahan yang dijatuhkan pengadilan.

Pasal 47 Undang-Undang No.5 tahun 1999 menyatakan bahwa KPPU berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-Undang No.5 tahun 1999 tindakan *administrative* tersebut berupa:⁵²

- a. Penetapan pembatalan perjanjian

Sebagaimana dimaksud dalam: perjanjian perjanjian oligopoli (Pasal 4), Penetapan harga (Pasal 5), diskriminasi harga (Pasal 6), pengekangan harga diskon (Pasal 7), pengekangan harga distributor (Pasal 8), pembagian wilayah (Pasal 9), pemboikotan(Pasal 10),Kartel (Pasal 11), trust(Pasal 12), oligopsoni(Pasal 13), perjanjian tertutup (Pasal 15), dan perjanjian dengan pihak luar negeri(Pasal 16).

⁵² Susanti Adi Nugroho. *Op.Cit.*, Hal. 563.

- b. Perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan integrasi vertical (pasal 14).

Perintah menghentikan integrasi vertical yang dapat mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat dan/atau merugikan masyarakat dilaksanakan dengan perintah untuk, membatalkan perjanjian tersebut, mengalihkan sebagian perusahaan kepada pelaku usaha lain atau perubahan bentuk rangkaian produksi. Dalam perspektif persaingan, integrasi vertical pada dasarnya tidak dilarang karena dapat menghasilkan efisiensi ekonomi dan mengurangi biaya transaksi. Namun demikian integrasi vertical juga dapat disalahgunakan sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan/atau merugikan masyarakat.

- c. Perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan kegiatan yang terbukti menimbulkan praktik monopoli dan/atau menyebabkan persaingan usaha tidak sehat dan/atau merugikan masyarakat.

Pengertian dari Pasal 47 ayat (2) huruf c diatas adalah komisi berwenang menjatuhkan tindakan administrative berupa perintah pengehentian kegiatan yang menimbulkan praktik monopoli, adapun kegiatan yang menimbulkan praktik monopoli tercantum dalam Pasal 4 ayat(1), pasal 9, pasal 11, pasal 12, pasal 13 ayat (1), pasal 16, pasal 17 ayat (1) pasal 18 ayat(1) pasal 19, pasal 20, pasal 21, pasal 22, pasal 23, pasal 26 huruf c, serta pasal 28 ayat (1) dan ayat (2). Adapun kegiatan yang menimbulkan persaingan usha tidak sehat sebagaimana tercantum dalam Pasal 4 ayat (10), pasal 7, pasal 8, pasal 9, pasal 11, pasal 12, pasal 13 ayat 91), pasal 14, pasal 16, pasal 17 ayat (1), pasal 18

ayat (1), pasal 19, pasal 20, pasal 21, pasal 22, pasal 23, pasal 26 huruf c, serta pasal 28 ayat (1) dan ayat (2). Adapun kegiatan yang merugikan masyarakat sebagaimana tercantum dalam Pasal 14.

- d. Perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan penyalahgunaan posisi dominan.

Posisi dominan pada dasarnya tidak dilarang oleh undang-undang No.5 Tahun 1999, karena masyarakat mendapatkan manfaat dari skala ekonomi perusahaan melalui kehadiran produk yang lebih murah, kualitas lebih baik, dan variasi produksi, pengertian penyalahgunaan posisi dominan yang dilarang dalam undang undang No. 5 tahun 1999 ialah sebagaimana ditentukan dalam bab 5 UU No.5 tahun 1999, mengenai posisi dominan yang mencakup Pasal 25,26,27,28, dan 29.

- e. Penetapan pembatalan atas penggabungan atau peleburan badan usaha dan pengambil alihan saham(Pasal 28).

Pada prinsipnya peleburan, penggabungan dan pengambil alihan saham tidak dilarang, menjadi terlarang apabila dalam peleburan, penggabungan dan pengambil alihan saham tersebut mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

- f. Penetapan ganti rugi.

Ganti rugi diberikan kepada pelaku usaha dan/atau kepada pihak lain yang dirugikan. Dalam pedoman Keputusan KPPU No. 252/KPPU/Kep/VII/2008, ganti rugi didefinisikan sebagai “ganti rugi merupakan kompensasi yang harus dibayarkan oleh pelanggar terhadap kerugian yang timbul akibat tindakan anti

persaingan yang dilakukanya”. Besar kecilnya ganti rugi ditetapkan oleh KPPU berdasarkan pada pembuktian kerugian senyatanya oleh pelaku usaha yang merasa dirugikan. Pengenaan denda dalam keadaan apapun serendah rendahnya Rp. 1.000.000.000 (satu milyar rupiah) dan setinggi tingginya Rp. 25.000.000.000 (dua puluh milyar rupiah).

C. Tinjauan Tentang Bisnis Retail

1. Pengertian Bisnis Retail dan dasar hukum

Sebelum memahami apa itu bisnis ritel, perlu dipahami dahulu mengenai bisnis itu sendiri. Menurut Ebert dan Griffin bisnis (*business*), organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud memperoleh laba. Laba sendiri merupakan selisih antara pendapatan dan biaya bisnis.⁵³ menurut Steinhoff dalam bukunya Buchari Alma, menyatakan untuk dapat menyediakan barang dan jasa bagi kebutuhan masyarakat, diperlukan lebih dulu bahan mentahnya, kemudian diproses dalam pabrik menjadi hasil produksi.

Akan tetapi ada pandangan lain mengenai fungsi bisnis, terbagi atas dua bagian yaitu :

1. Produktion yaitu berhubungan dengan mencari bahan mentah dan memproses bahan mentah menjadi hasil jadi.
2. marketing yakni mendistribusikan atau memindahkan barang dari satu tempat ke tempat lain yang menimbulkan kegunaan waktu, tempat dan pemilikan (*time utility, pace and possession utility*).⁵⁴

⁵³ Ronald J. Ebert Dan Ricky W. Griffin, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Erlangga, 2015, Hal 6.

⁵⁴ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), Hal 26

Berbicara mengenai bisnis, salah satu bentuk bisnis bergerak dalam bidang komersial adalah usaha ritel. Kotler dalam penelitian Tri Joko Utomo mendefinisikan usaha eceran (*retailing*) meliputi semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis.⁵⁵ maksud dari kata pribadi disini bukan ditujukan untuk satu orang pembeli saja melainkan mencakup orang-orang terdekat yang ikut serta dalam menikmati hasil pembeliannya. Sedangkan menurut Sopiah & E.M. Sangadji mengartikan ritel sebagai kegiatan penjualan barang atau jasa sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan konsumen.⁵⁶ Dasar Hukum bisnis ritel diatur secara khusus dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern yang mana dalam pasal 1 ayat 2 menjelaskan tentang ritel tradisional sebagai berikut :

“Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa tok kiosk, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar;

Kemudian pada pasal 1 ayat 5 disebutkan pengertian ritel moderen sebagai berikut :

⁵⁵ Tri Joko Utomo, “*Fungsi Dan Peran Bisnis Ritel Dalam Saluran Pemasaran*”, Fokus Ekonomi, 1(Juni, 2009), 46.

⁵⁶ Sopiah Dan Etta Mamang Sangadji, *Salesmanship (Kepenjualan)* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), Hal 226.

Toko Modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, *Department Store* *Hypermarket* ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan”

2. Jenis-Jenis Bisnis Retail

Klasifikasi dan jenis-jenis Bisnis Ritel Bisnis ritel atau pedagang eceran dapat diperinci dalam beberapa klasifikasi berdasarkan ukuran, kepemilikan, operasional, dan sebagainya. Klasifikasi paling mudah adalah membagi bisnis ritel menjadi dua kelompok besar, yaitu ritel tradisional dan ritel modern.

Ritel tradisional yang masih banyak dipahami oleh pedagang atau pelaku ritel konvensional adalah sebagai toko perancangan (penjual kebutuhan rumah tangga) yang berlokasi di kampung atau lokasi pinggiran kota. Sedang menurut Sinaga dalam buku Sopiah & E.M.

Sangadji menyebutkan pasar modern merupakan pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya berada di perkotaan. Misalnya saja seperti: supermarket, *departement store*, *shopping centre*, waralaba, minimarket, dan toko swalayan.⁵⁷

Sedangkan menurut Kotler dalam jurnal Tri Joko Utomo, membagi pedagang ritel dalam:⁵⁸

a. Pengecer Toko (*Store Retailing*), jenis-jenisnya adalah:

⁵⁷ Ibid., 226-227.

⁵⁸ Ibid, 47-49.

- 1) Toko Khusus (*Specialty Stores*), yaitu toko yang menjual lini produk yang sempit dengan ragam yang lebih banyak dalam lini tersebut. Contoh: toko pakaian, toko alat-alat olahraga, toko buku, dan sebagainya.
- 2) Toko Serba Ada (*Department Stores*), yaitu toko yang menjual berbagai lini produk dan tiap lini beroperasi sebagai suatu departemen tersendiri yang dikelola oleh pembeli atau pedagang khusus.
- 3) Pasar Swalayan (*Supermarkets*), yaitu toko dengan operasi yang relatif besar, berbiaya rendah, margin rendah, volume tinggi, swalayan, dirancang untuk melayani semua kebutuhan konsumen.
- 4) Toko Kelontong (*Convenient Stores*), yaitu toko yang relatif kecil dan terletak di daerah permukiman, memiliki jam buka yang panjang selama tujuh hari dalam seminggu, dan menjual lini produk *convenience* yang terbatas dan tingkat perputaran tinggi.
- 5) Toko Diskon (*Discount Stores*), yaitu toko yang menjual barang-barang standar dengan harga lebih murah karena mengambil margin yang lebih rendah dan menjual dengan volume yang lebih tinggi.
- 6) Pengecer Potongan Harga (*Off-price Retailers*), yaitu toko yang membeli pada harga yang lebih rendah daripada harga grosir dan menetapkan harga pada konsumen lebih rendah daripada harga eceran.
- 7) Toko Super (*Superstores*), yaitu toko yang rata-rata memiliki ruang jual 35.000 kaki persegi dan bertujuan memenuhi semua kebutuhan konsumen untuk produk makanan yang dibeli rutin maupun bukan makanan..

8) Ruang Pamer Katalog (*Catalog Showrooms*), yaitu toko yang menjual banyak pilihan produk bermerek, markup tinggi, perputaran cepat, dengan harga diskon, dimana pelanggan memesan barang dari katalog diruang pamer, lalu mengambil barang tersebut dari suatu area pengambilan barang di toko.

b. Penjualan Eceran Tanpa Toko (*Nonstore Retailing*)

- 1) Penjualan Langsung (*Direct Selling*), perusahaan melakukan penjualan dari rumah-kerumah, kantor- ke kantor, atau pesta-pesta rumahan.
- 2) Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*), mencakup berbagai cara untuk menjangkau orang, termasuk pemasaran lewat telepon (*telemarketing*), pemasaran tanggapan langsung lewat televisi (program home shopping dan *infomercials*), dan belanja elektronik.
- 3) Penjualan Otomatis (*Automatic vending*), menggunakan mesin penjual yang ditempatkan di pabrik-pabrik, kantor, toko eceran besar, hotel, restoran, dan lain-lain, dengan menawarkan keunggulan penjualan 24 jam, swalayan, dan barang dagangan tanpa penanganan.
- 4) Jasa Pembelian (*Buying service*), melayani konsumen khusus yang menjadi anggota jasa pembelian untuk dihubungkan dengan pengecer terpilih yang telah setuju memberikan diskon dan pengecer nantinya membayar sedikit komisi pada jasa pembelian.

c. Organisasi Eceran (*Retail Organizations*)

- 1) Jaringan Toko Korporat (*Corporate chain stores*), merupakan dua toko atau lebih yang dimiliki dan dikendalikan secara bersama-sama, melakukan

pembelian dan perdagangan yang terpusat, serta menjual lini produk yang sejenis.

- 2) Jaringan Sukarela (*Voluntary chain*), terdiri dari suatu kelompok pengecer independen yang didukung oleh suatu pedagang besar, yang melakukan pembelian secara borongan dan menjual barang dagangan yang sama.
- 3) Koperasi Pengecer (*Retailer cooperative*), terdiri dari pengecer-pengecer independen yang membentuk suatu organisasi pembelian terpusat dan melakukan promosi bersama.
- 4) Koperasi Konsumen (*Consumer cooperative*), suatu perusahaan eceran yang dimiliki oleh para pelanggannya.
- 5) Organisasi Waralaba (*Franchise Organization*), asosiasi kontraktual antara pemberi waralaba (*Franchiser*, yaitu produsen, pedagang besar, atau organisasi jasa) dengan penerima waralaba (*Franchisee*, yaitu usahawan independen yang membeli hak untuk memiliki dan mengoperasikan satu atau beberapa unit dalam sistem waralaba).
- 6) Konglomerat Perdagangan (*Merchandising Conglomerate*), perusahaan yang bentuknya bebas yang menggabungkan beberapa lini dan bentuk pengeceran dalam kepemilikan terpusat, yang juga menyatukan fungsi distribusi dan manajemen.

Klasifikasi lainnya juga diatur dalam Perpres RI No. 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional pusat perbelanjaan dan toko modern. Peraturan ini keluar seiring berkembangnya pedagang ecer modern, demi menjamin

pertumbuhan pasar tradisional sehingga dari keduanya dapat tumbuh dan berkembang serasi. Berikut ini pengertian pasar tradisional dan pasar modern:

- a. Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.
- b. Toko Modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, *Department Store*, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan.⁵⁹

Berikut Dasar Hukum Usaha Ritel / Toko Modern adalah Perpres No.112 Tahun 2007 yang secara operasionalnya diatur dalam Permendag No.53 Tahun 2008. Sekarang kita akan bahas ketentuan dasar hukum tersebut. peraturan presiden republik indonesia nomor 112 tahun 2007 tentang toko modern Perpres No. 112 Tahun 2007 Usaha ritel / toko modern bernaung di bawah ketentuan Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Pertimbangan mendasar penerbitan peraturan ini antara lain:

⁵⁹ Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2017 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern, Jakarta: Peraturan Presiden RI, 2017

1. Pemberdayaan pasar dan atau ritel tradisional agar dapat tumbuh dan berkembang serasi, saling memerlukan saling memperkuat dan saling menguntungkan dengan pasar atau ritel modern, baik skalakecil, menengah maupun skala besar yang telah, sedang dan akan semakin berkembang.
2. penataan hubungan industrial dan perdagangan dari hulu ke hilir yang memenuhi norma-norma keadilan, saling menguntungkan dan tanpa tekanan, khususnya anatara pemasok usaha kecil sehingga mendorong terciptanya tertib persaingan dan keseimbangan kepentingan produsen, pemasok, toko modern, dan konsumen.

Dalam ketentuan umum Perpres ini, toko didefinisikan sebagai bangunan gedung dengan fungsi usaha yang digunakan untuk menjual arang dan terdiri dari hanya satu penjual. Sementara itu, toko modern didefinisikan sebagai toko dengan pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran, yang berbentuk minimarket, supermarket, departement store, dan hypermarket. Bagian kedua pasal 3 mengatur bahwa:

1. Lokasi pendirian toko modern, termasuk minimarket, wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten/Kota dan Rencana Detail tata Ruang (RDTR) Kabupaten/Kota, serta Pengaturan Zonasinya.
2. Batasan luas lantai penjualan minimarket adalah maksimal 400 m² (empat ratus meter persegi).
3. Minimarket menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya.

3. Tujuan Bisnis Retail

Banyak tujuan dari bisnis ritel tergantung dari siapa yang memberikan jawabanya diantaranya :

Tujuan Bisnis Ritel Pada dasarnya, tujuan bisnis ritel adalah memudahkan pelanggan untuk membeli produk dengan menyediakan persediaan yang cukup dan dikemas dalam ukuran lebih kecil. Berikut ini penjelasan lengkapnya. :⁶⁰

1. Menyediakan berbagai pilihan barang sesuai keinginan pembeli.
2. Menawarkan produk barang dalam ukuran unit yang lebih kecil agar para konsumen dapat mencukupi kebutuhannya.
3. Menjadi penghubung antara distributor dengan konsumen.
4. Mengumpulkan informasi mengenai berbagai jenis barang yang menjadi kebutuhan pelanggan.

Ada juga yang berpendapat tentang Tujuan dari bisnis Ritel diantaranya adalah sebagi berikut :⁶¹

1. Menaikkan tingkat kesejahteraan

Dengan Anda membuka usaha ritel walaupun kecil misalnya warung sembako, tentu sedikit banyak akan menghasilkan pemasukan untuk Anda dan nantinya Anda akan membutuhkan karyawan tambahan untuk mengelola warung Anda tersebut. Pemasukan Anda yang tadinya hanya 1 sumber saja

⁶⁰ <https://www.ocbenisp.com/en/article/2021/11/11/bisnis-ritel> Diakses Pada Hari Minggu 24 Juli 2022 Pada Pukul 12.00 WIB

⁶¹ <https://www.hubster.co.id/blog/memahami-bisnis-ritel-tujuan-serta-keuntungannya>, Diakses Pada Senin 24 Juli 2022 Pada Pukul 13.00 WIB

bisa bertambah minimal 30% dari usaha ritel. Anda juga membantu orang lain untuk bekerja di warung atau toko, dengan demikian membuka lowongan kerja bagi orang lain termasuk ikut membantu menaikkan kesejahteraan.

Minimal dengan adanya 2 karyawan yang membantu Anda, keluarga karyawan akan ikut merasakan manfaat dari kesejahteraan yang Anda buat.

2. Memenuhi kebutuhan banyak orang

Dari segi kebutuhan, bisnis ritel sangat bagus karena setiap harinya semua orang akan membeli kebutuhan untuk hidup. Klasifikasi kebutuhan pokok terutama menjadi sebuah hal yang vital dalam bisnis ritel, seperti beras, gula, garam, sayuran, pasta gigi, cemilan dan sebagainya.

Simbiosis mutualisme antara konsumen akhir dengan pelaku ritel terjalin dengan baik karena sama-sama terpenuhi. Pelaku ritel menyediakan barang kebutuhan sedangkan konsumen akhir memiliki uang untuk membayar barang.

3. Membuat sistem ekonomi lebih bersaing

Menjamurnya pelaku ritel tentu membuat sistem ekonomi bersaing ketat terutama soal harga. Harga barang akan dinilai oleh konsumen sebagai pokok jual beli. Harga sedikit tinggi selisih Rp. 200 – Rp. 500 katakanlah tidak menjadi sebuah masalah karena saat ini orang mencari toko yang dekat, lengkap dan layanan terbaik. Alhasil, saingan ekonomi membuat barang yang dijual makin terkenal, dibutuhkan dan pelaku berusaha menggali strategi penjualan agar selalu capai target omzet.

4. Merangsang orang untuk belajar bisnis

Bisnis ritel untuk pemula bisa merangsang seseorang untuk mau belajar tentang dunia jual beli karena hampir saat ini dunia dikuasai dengan sistem jual beli. Entah barang apapun, 99% orang pasti membeli barang untuk dijual kembali atau dipakai sendiri.

Belajar bisnis ritel nantinya bermanfaat ketika masa tua Anda harus mulai memikirkan tabungan mandiri karena setiap anak belum tentu bisa memiliki investasi untuk orang tuanya.

Ritel adalah eceran dimana pedagang menjual produk dengan cara ecer kepada pembeli. Usaha ritel tidak hanya sebatas pada penjualan barang saja tetapi juga jasa contohnya rental mobil, jasa salon kecantikan dan sebagainya. Pelaku usaha ritel mempunyai peranan yang cukup penting dalam distribusi barang dan jasa. Usaha ritel atau eceran berperan sebagai jembatan antara produsen dengan konsumen akhir. Bahkan secara tidak langsung pengusaha ritel ikut menentukan laku tidaknya suatu produk. Bisnis ritel seperti supermarket misalnya juga dapat berfungsi sebagai sumber informasi dari produsen untuk para konsumen. Tujuan dari Bisnis Ritel Bisnis ritel tidak hanya memudahkan konsumen akhir mendapatkan berbagai kebutuhan mereka mulai dari pangan, sandang, peralatan rumah tangga hingga jasa-jasa tertentu. Bisnis ritel juga sangat penting bagi produsen untuk memasarkan produk mereka kepada masyarakat.

Selain memudahkan distribusi barang dari produsen kepada konsumen secara umum bisnis ritel mempunyai tujuan-tujuan sebagai berikut :

1. Memudahkan suplai atau pasokan barang dan juga jasa kepada konsumen ketika mereka membutuhkan tanpa adanya penundaan atau sesegera mungkin.

Contohnya konsumen bisa membeli sabun mandi di toko kelontong yang dekat dengan rumahnya.

2. Membantu pembeli atau konsumen untuk memilih atau membuat perbandingan kualitas dari barang dan jasa tertentu yang ditawarkan. Kadangkala pembeli hanya menginginkan suasana dan tempat yang nyaman saat berbelanja kebutuhannya tersebut sehingga tanpa begitu mempertimbangkan harga. Disinilah para peritel atau pelaku bisnis ritel harus bisa melakukan improvisasi supaya bisa menciptakan suasana nyaman bagi para pelanggan.
3. Membantu supaya standar hidup masyarakat bisa meningkat melalui promosi barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Promosi dilakukan agar konsumen dapat memperoleh informasi tentang suatu produk sehingga timbul keinginan untuk membelinya. Jika produk yang ditawarkan tersebut bagus secara tidak langsung ikut meningkatkan standar konsumsi masyarakat.
4. Menjaga harga jual suatu produk barang maupun jasa sebisa mungkin tetap rendah supaya memiliki kemampuan untuk bersaing dengan kompetitor tanpa mengurangi kenyamanan dan kepuasan pelanggan.
5. Membantu produsen untuk melakukan produksi barang secara massal untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Tanpa adanya peritel yang memasarkan produk secara langsung kepada konsumen nyaris tidak mungkin produsen bisa memproduksi barang secara massal.⁶²

⁶²https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKewiTzergiO_5AhVSHbcAHbqzCloQFnoECAUQAaw&url=https%3A%2F%2Fblog.invstree.id%2Fbisnis%2Fsimak-5-tujuan-umum-dalam-menjalankan-bisnis, diakses pada tanggal 30 agustus 2022 pada pukul 17.00 WIB

BAB III

MOTODE PENULISAN

A. Ruang Lingkup Penulisan

Ruang lingkup Penulisan ini bertujuan untuk membatasi sejauh mana masalah yang di bahas didalam Penelitian skripsi ini. Adapun Ruang lingkup dari penulisan ini adalah Bagaimanakah Peran KPPU dalam menindak Persaingan usaha tidak sehat dalam bisnis ritel dan apakah Faktor-faktor Penghambat bagi KPPU dalam menindak Persaingan usaha tidak sehat dalam bisnis ritel

B. Sumber Bahan hukum

a. Sumber data primer

Adapun sumber data primer yang diperoleh Peneliti adalah secara langsung dalam bentuk wawancara dengan salah satu karyawan indomaret nurjanah sebagai penjaga indomaret di jalan sultan serdang yang berlokasi di jalan Bandara kualanamu Deli serdang yang berkaitan dengan Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (KPPU) dan Peraturan yang berkaitan dengan Persaingan Usaha tidak sehat

b. Sumber data sekunder

Yakni bahan-bahan yang memberi petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, misalnya seperti buku-buku dan peraturan perundang-undangan No 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Agar diperoleh informasi yang terbaru dan berkaitan erat dengan permasalahan, maka kepustakaan yang di cari dan di pilih harus relevan dan mutakhir.

c. Sumber data Tertier

Yakni bahan-bahan yang memberi petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, misalnya internet dan kamus-kamus yang berkaitan dengan hukum. Agar diperoleh informasi yang terbaru dan berkaitan erat dengan permasalahannya, maka kepustakaan yang di cari dan di pilih harus relevan dan mutakhir.

C. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data di dalam Penelitian ini adalah Metode Field *research* (wawancara) atau melalui penelitian secara langsung ke lapangan dengan wawancara di indomaret jalan kualanamu, deli serdang sedangkan wawancara adalah metode secara langsung dilapangan untuk mengetahui masalah apa yang sering terjadi dilapangan secara langsung dari sumber-sumber terpercaya serta yang bersentuhan secara langsung terutama dalam ruang lingkup bisnis ritel **Studi Lapangan Indomaret Jalan Kuala Namu** dan metode *library research* (kepustakaan), yaitu dengan melihat buku-buku, menganalisa buku-buku, peraturan perundang-undangan yang berkaitan yaitu Peraturan yang berkaitan dengan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang dibawah naungan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) yang diatur dalam Undang-Undang No 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan PERPRES No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern serta bahan-bahan kepustakaan yang berkaitan dengan literatur-literatur majalah, mas media, internet dan juga media informasi lainnya yang berkaitan dengan perumusan masalah dalam Penelitian ini.

D. Metode Analisa Data

Analisa data yang digunakan dalam Penelitian ini adalah yuridis deskriptif yaitu dengan menggambarkan sesuai dengan kenyataan-kenyataan yang ada dalam masyarakat dikaitkan dengan undang-undang yang berlaku saat ini (Hukum Positif)