

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi sekarang perkembangan ekonomi di negara Indonesia pada saat ini jauh lebih cepat dari sebelumnya. Ini merupakan hasil dari ekspansi yang cepat dari sektor bisnis, yang mengakibatkan banyak perubahan dalam sektor bisnis, yang mendorong semakin banyak masyarakat yang memulai usaha-usaha ekonomi. Perkembangan bisnis yang cepat dalam pandangan pelaku bisnis didefinisikan sebagai beberapa strategi yang dapat diterima dalam bersaing untuk memenuhi permintaan pelanggan dengan berbagai cara, sehingga pengembangan usaha menjadi lebih baik. Salah satu usaha ekonomi yang sedang ramai diminati masyarakat adalah usaha bisnis *Coffee shop*.

Coffee shop adalah sebuah tempat yang menyediakan makanan dan minuman, namun utamanya menjual kopi. Umumnya, yang disebut dengan *Coffee shop*, adalah kedai minum kopi yang tempatnya didesain menarik dan menyediakan banyak menu kopi.¹ *Coffee shop* atau kafe merupakan jenis [restoran](#) yang biasanya menyajikan berbagai jenis minuman maupun makanan baik makanan yang ringan maupun yang berat terkhusus minuman yang sering ada di berbagai kafe adalah kopi maupun teh. Istilah “*cafe*” berasal dari [kata Prancis](#) yang berarti “kopi”.² Peneliti menyimpulkan *Coffee shop* dan kafe memiliki arti yang sama yaitu tempat usaha jenis restoran yang menjual makanan dan minuman, yang menu utamanya adalah kopi. Pada saat ini keberadaan *Coffee shop* semakin berkembang di tengah masyarakat. Karena

¹ <https://www.pinhome.id/kamus-istilah-properti/Coffeee-shop> diakses pada tanggal 29 Maret 2022, jam 18:15 WIB.

² <https://id.wikipedia.org/wiki/Kafe> diakses pada tanggal 29 Maret 2022, jam 18:45 WIB.

terjadinya peningkatan gaya hidup, terkhususnya di kalangan anak muda, yang menjadikan *Coffee shop* tidak hanya sebagai tempat untuk menikmati kopi dan teh saja, tetapi bisa menjadi tempat untuk mengerjakan tugas, tempat untuk bersantai, dan tempat untuk berkumpul dengan teman. *Coffee shop* biasanya berada di tempat-tempat pusat strategis, wilayah dekat kampus, dan di pusat perbelanjaan, misalnya di kota Medan. *Coffee shop* banyak ditemui di daerah kampus maupun pusat perbelanjaan.

Banyaknya masyarakat yang berkunjung ke *Coffee shop* dan menjadikan *Coffee shop* sebagai gaya hidup yang membuat usaha *Coffee shop* sebagai usaha ekonomi yang menjanjikan, sehingga banyak masyarakat yang meminati usaha ekonomi ini, hal ini dapat dilihat dari banyaknya *Coffee shop* yang berdiri di kota Medan. Dengan banyaknya *Coffee shop* yang berdiri di kota Medan maka akan menimbulkan persaingan usaha antara *Coffee shop* yang ada di kota Medan.

Persaingan usaha terdiri dari dua suku kata yaitu persaingan dan usaha, persaingan berasal dari kata dasar “saing” yang berarti berlomba atau (mengatasi, dahulu mendahului), dengan kata lain yakni usaha untuk memperhatikan keunggulan masing-masing yang dilakukan perseorangan atau badan hukum dalam bidang perdagangan, produksi, dan pertahanan.³ Persaingan adalah proses sosial yang melibatkan individu atau kelompok yang saling berlomba dan berbuat sesuatu untuk mencapai kemenangan tertentu.⁴ Pesaing merupakan perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang ditawarkan. Kualitas manusia akan meningkat akibat adanya

³ Andini dan Aditiya, 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Surabaya: Prima Media. Hlm. 382.

⁴ <http://www.temukanpengertian.com/2013/09/pengertian-persaingan.html?m=1> diakses pada tanggal 29 Maret 2022, jam 19:00 WIB.

persaingan yang sehat. Manusia pesaing adalah orang-orang yang secara sadar berlatih dan bekerja keras untuk bersaing dan memenangkan persaingan itu.⁵ Menurut kamus besar bahasa Indonesia Usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud. Pekerjaan, perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya untuk mencapai suatu maksud.⁶ Dari penjelasan diatas Peneliti menyimpulkan Persaingan usaha adalah usaha-usaha dari dua pihak atau lebih pelaku usaha yang masing-masing bersaing untuk memperoleh pesanan dengan menawarkan barang atau jasa yang paling menguntungkan.

Dengan banyaknya *Coffee shop* yang berdiri di tengah-tengah masyarakat kota Medan menimbulkan persaingan usaha antara *Coffee shop* yang ada di kota Medan. Hal itu menimbulkan pertanyaan bagi penulis tentang bagaimana persaingan usaha *Coffee shop* di kota Medan, karena banyaknya pesaing usaha, para pelaku usaha bisa saja bersaing secara tidak sehat, Persaingan tidak sehat menurut Pasal 1 angka 6 Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat merupakan persaingan yang dilakukan antara para pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi maupun pemasaran barang dan jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur ataupun melawan hukum atau menghambat persaingan usaha, karena ingin mendapatkan untung yang besar dan menguasai pasar *Coffee shop* di kota Medan. Dan dengan banyaknya usaha *Coffee shop* yang berdiri di kota Medan membuat timbulnya pasar bersangkutan antara *Coffee shop*,

⁵ <http://indraputrabintan.blogspot.co.id/2013/03/analisis-situasi-psar-dan-analisis.html?m=1> diakses pada tanggal 29 Maret 2022, jam 19:30 WIB.

⁶ Departemen Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. Edisi ke-3. Hlm . 1254.

pasar bersangkutan menurut Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat merupakan pasar yang berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu oleh pelaku usaha atas barang dan jasa yang sama atau sejenis atau substitusi dari barang dan atau jasa tersebut.

Dalam penelitian ini peneliti akan mengambil data dari beberapa *Coffee shop* di kawasan kampus yang ada di Kota Medan yang biasa dikunjungi oleh masyarakat. Di bawah ini merupakan data beberapa kafe yang berada di Kawasan kampus Kota Medan:

Tabel 1.1 Data Beberapa *Coffee shop* di Kota Medan

NO.	NAMA <i>COFFEE SHOP</i>	ALAMAT
1.	<i>Caffe Istana Rakyat</i>	Jl. Rakyat No.14, Sidorame Tim., Kec. Medan Perjuangan, Kota Medan, Sumatera Utara
2.	<i>Labasta Tea Room & Cafe</i>	Jl. Tuasan No.82, Sidorejo Hilir, Kec. Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara 20222
3.	<i>Ray Café</i>	Jl. Tuasan No.112-100, Sidorejo Hilir, Kec. Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara 20222
4.	<i>Take Away Coffee</i>	Jl. Tuasan No.85, Sidorejo Hilir, Kec. Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara 20222
5.	<i>Arkana Cafe</i>	Jl. Tuasan No.126, Sidorejo Hilir, Kec. Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara 20222

6.	<i>KA KUPI</i>	Jl. Prof. HM. Yamin Sh No.35, Sidodadi, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20232
7.	<i>Coffee Hitam Putih</i>	Jl. Ps. Baru No.54, Titi Rantai, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara
8.	<i>Delicious Coffee PASBAR</i>	Jl. Bunga Cemp. Jl. Ps. Baru No.14, Titi Rantai, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20156
9.	<i>Bojack Coffee Shop</i>	Jl. Ps. Baru, Titi Rantai, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20157
10.	<i>Gallerie Kopi Jogal</i>	Pasar II Padang Bulan, Jl. Rebab No.54, Titi Rantai, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20157

Sumber : Hasil pengolahan Data *Coffee shop* di kota Medan dari penulis

Dari beberapa data *Coffee shop* yang berada di kota Medan, penulis ingin meneliti persaingan usaha dan pasar bersangkutan *Coffee shop* di kota Medan. Berdasarkan penjelasan yang disampaikan diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul, **“Persaingan Usaha *Coffee Shop* Di Kota Medan Ditinjau Dari Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis akan membahas permasalahan persaingan *Coffee shop* di kota Medan berjalan secara sehat dalam artian tidak ada praktek curang bila dilihat dari ketentuan UNDANG-UNDANG

NO 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penulis melalui penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah persaingan *Coffee shop* di kota Medan berjalan secara sehat dalam artian tidak ada praktek curang bila dilihat dari ketentuan UNDANG-UNDANG NO 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT

D. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penyusunan yang hendak dicapai, maka dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat dalam hal sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, diharapkan dari penelitian ini berguna dalam pengembangan wawasan keilmuan bagi perkembangan ilmu hukum khususnya dalam hukum bisnis, terutama dalam persaingan usaha *Coffee shop* di kota Medan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan keilmuan, khususnya bagi penulis yang dapat digunakan sebagai pedoman ataupun bahan masukan dalam penelitian yang berkaitan dengan persaingan usaha *Coffee shop* di kota Medan.

3. Manfaat Bagi Penulis

Dalam penelitian ini memberikan manfaat bagi penulis sebagai persyaratan dalam menempuh gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas HKBP Nommensen Medan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Persaingan Usaha Tidak Sehat

1. Dasar Hukum Pengaturan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Dasar hukum Undang-Undang Nomor 5 Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat adalah Pasal 5 Ayat (1), Pasal 21 Ayat (1), Pasal 27 Ayat (2), dan Pasal 33 Undang Undang Dasar 1945. Pertimbangan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat adalah :

- a) Bahwa pembangunan bidang ekonomi harus diarahkan kepada terwujudnya kesejahteraan rakyat berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.
- b) Bahwa demokrasi dalam bidang ekonomi menghendaki adanya kesempatan yang sama bagi setiap warga negara untuk berpartisipasi di dalam proses produksi dan pemasaran barang atau jasa, dalam iklim usaha yang tidak sehat, efektif, dan efisien sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan bekerjanya ekonomi pasar yang wajar.
- c) Bahwa setiap orang yang berusaha di Indonesia harus berada dalam situasi persaingan yang sehat dan wajar, sehingga tidak menimbulkan adanya pemusatan kekuatan ekonomi pada pelaku usaha tertentu, dengan tidak terlepas dari kesepakatan yang telah dilaksanakan oleh negara Republik Indonesia terhadap perjanjian-perjanjian internasional.

d) Bahwa untuk mewujudkan sebagaimana yang dimaksud dalam huruf a, huruf b, huruf c, atau usul inisiatif DPR perlu disusun Undang-Undang tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.⁷

Setiap pelaku bisnis harus mengerti tentang seluk beluk praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, sebagaimana yang diatur dalam UU anti monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Di negara lain keberadaan Undang-Undang anti monopoli sebenarnya sudah sangat tua. Di Amerika Serikat, keberadaan Undang-Undang tersebut sudah berumur lebih dari 100 tahun yang dikenal dengan nama *Shermant Act*. Berbeda dengan Indonesia setelah dilanda berbagai krisis, mulai dari krisis keuangan, ekonomi kemudian krisis muti-dimensi barulah pada tahun 1999, tepatnya bulan maret Undang-Undang tentang monopoli diterbitkan, padahal diskusi-diskusi tentang pentingnya Undang-Undang anti monopoli sudah lama dibicarakan, hal ini sudah menunjukkan begitu lambatnya kita merespon perkembangan hukum yang sedang berlangsung saat ini yang setiap detik mengalami perubahan terutama hukum yang mengatur mengenai masalah bisnis.⁸

Kesimpulan dari Undang-Undang anti monopoli dirancang untuk memeriksa kegiatan dari kelompok pelaku ekonomi yang menguasai pasar. Karena dengan posisi dominan maka mereka dapat menggunakan kekuatannya untuk berbagai macam kepentingan yang menguntungkan pelaku usaha. Sehingga dengan adanya Undang-Undang anti monopoli maka jalur-jalur hukum yang mengatur ketika terjadi persaingan usaha tidak sehat antara pelaku-pelaku usaha.

⁷ <https://www.pn-palopo.go.id/index.php/berita/artikel/222-persaingan-usaha-tidak-sehat-dalam-tinjauan-hukum> diakses pada tanggal 10 Juni 2022, jam 18:15 WIB.

⁸ <https://www.jogloabang.com/pustaka/uu-5-1999-larangan-praktek-monopoli-persaingan-usaha-tidak-sehat> diakses pada tanggal 10 Juni 2022, jam 19:30 WIB.

Ditinjau lebih lanjut sebenarnya terjadi suatu peningkatan konsentrasi dalam suatu struktur pasar dapat disebabkan dari beberapa hal yang dapat berakibat terjadinya monopolistik diantaranya adalah pembangunan industri besar dengan teknologi produksi massal sehingga dengan mudah dapat membentuk struktur pasar yang monopolistik dan oligopolistik, kemudian faktor yang lain adalah pada umumnya industri atau usaha yang besar memperoleh perlindungan efektif yang tinggi, bahkan melebihi rata-rata industri yang ada kemudian faktor yang lain adalah industri tersebut melebihi memperoleh kemudahan dalam mendapatkan Sumber Daya Alam (SDA) dan Sumber Daya Manusia (SDM) yang lebih baik, dan dengan adanya bermacam usaha yang menghambat usaha baru.

Akibat dari pelaku usaha yang memiliki industri tersebut membentuk kelompok dan akan mudah untuk masuk kedalam pasar baru serta pada tahap selanjutnya akan melakukan diversifikasi usaha dengan mengambil keuntungan dari kelebihan sumber daya manusia dan alam serta keuangan yang berhasil dikumpulkan dari pasar yang sudah ada. Sehingga pada tahap selanjutnya struktur pasar oligopolistik dan monopolistik tidak dihindarkan, akan tetapi bukan pula bahwa lahirnya direncanakan. Oleh sebab itu pada negara-negara berkembang dan beberapa negara yang sedang berkembang struktur pasar yang demikian perlu ditata atau diatur dengan baik, yang pada dasarnya akan mengembalikan struktur pasar menjadi pasar yang lebih kompetitif.

2. Definisi Persaingan Usaha

Menurut Arie Siswanto, yang dimaksud dengan hukum persaingan usaha (competition law) adalah instrumen hukum yang menentukan tentang bagaimana

persaingan itu harus dilakukan.⁹ Menurut Marbun dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha dari dua belah pihak atau lebih perusahaan yang masing-masing bergiat memperoleh pesanan dengan menawarkan harga/syarat yang paling menguntungkan.¹⁰ Menurut Arie Siswanto yang dimaksud dalam hukum persaingan usaha (competition law) adalah instrumen hukum yang menentukan tentang bagaimana persaingan itu harus dilakukan.¹¹

Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan. Persaingan usaha dilakukan untuk merebut hati konsumen. Para pelaku usaha berusaha menawarkan produk dan jasa yang menarik, baik dari segi harga, kualitas dan pelayanan.¹² Keberadaan persaingan usaha tidak lepas dari keterlibatan antara pelaku usaha, meliputi produsen, distributor, pelaku usaha dan konsumen meliputi beberapa rangkaian kegiatan produksi yakni kebutuhan akan bahan baku, pengolahan, pendistribusian atau peredaran barang/jasa di pasar. Untuk mendukung mobilisasi usaha maka dari kegiatan tersebut terciptalah hubungan hukum antara pelaku usaha.¹³

Dalam peraturan perundang-undangan yang ada di Indonesia tidak ada penjelasan tentang definisi persaingan usaha, yang terdapat didalamnya adalah mengenai persaingan usaha tidak sehat. Definisi persaingan usaha tidak sehat dijelaskan dalam rumusan istilah Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 5

⁹ Hermansyah, 2008, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, (Jakarta: Kencana), hlm. 1

¹⁰ B.N Marbun, 2003, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan), hlm. 276

¹¹ Galuh Puspaningrum, 2013, *Hukum Persaingan Usaha Perjanjian dan Kegiatan yang Dilarang dalam Hukum Persaingan Usaha di Indonesia* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo), hlm. 28

¹² <https://www.pelajaran.co.id/2020/19> diakses pada tanggal 11 Juni 2022, jam 17:00 WIB.

¹³ Galuh Puspaningrum, 2013, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta : Asawaja Pressindo), hlm. 57

Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, yang berbunyi sebagai berikut:

“Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antara 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”¹⁴.

Jika dilihat dari penjelasan definisi persaingan usaha tidak sehat dalam peraturan perundang-undangan yang ada di Indonesia, dapat disimpulkan definisi dari persaingan usaha adalah persaingan antara pelaku usaha dalam melakukan kegiatan-kegiatan produksi dan atau pemasaran barang atau jasa. Yang dapat diartikan untuk memajukan usaha masing-masing dan bersifat kepentingan usaha sendiri.

Dengan bersifat mementingkan usaha sendiri, seseorang dapat melakukan segala cara untuk mendapat keuntungan yang besar untuk memuaskan dirinya, contoh cara yang dilakukan adalah melakukan tindakan untuk mematikan pesaingnya dengan tindakan yang merugikan, contohnya menipu konsumen, menjatuhkan nama baik pesaing, dan mematikan pengusaha kecil. Pengertian persaingan usaha secara umum tidak dicantumkan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

3. Jenis-jenis Persaingan Usaha

Ada dua jenis persaingan usaha, yaitu persaingan usaha secara sehat dan persaingan usaha tidak sehat.

¹⁴ Pasal 1 Angka 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Persaingan secara sehat (*Perfect Competition*)

Ciri-ciri persaingan usaha yang sehat adalah :

- a. Menjamin persaingan di pasar yang inheren dengan pencapaian efisiensi ekonomi di semua bidang kegiatan usaha.
- b. Menjamin kesejahteraan konsumen serta melindungi kepentingan konsumen.
- c. Membuka peluang pasar yang seluas-luasnya dan menjaga agar tidak terjadi konsentrasi kekuatan ekonomi pada kelompok tertentu.¹⁵

Dalam persaingan usaha, para pelaku usaha harus menekan harga untuk merebut hati konsumen, tentunya penekanan harga ini akan berakibat pada berkurangnya keuntungan yang didapatkan. Hal tersebut merupakan suatu tindakan logis yang dilakukan para pelaku usaha, tindakan ini digunakan karena ingin memonopoli pangsa pasar dengan menyingkirkan pesaing secara tidak wajar. Jika banyak pelaku usaha yang terlibat proses persaingan, maka keuntungan semakin berkurang. Untuk bisa menang dalam persaingan sering pelaku usaha harus menekan harga untuk , merebut konsumen, penekanan harga ini tentunya akan berakibat berkurangnya keuntungan yang diperoleh. Dengan demikian adalah merupakan suatu yang logis bila para pelaku usaha memilih untuk tidak bersaing, tindakan seperti ini digunakan karena ingin memonopoli pangsa pasar dengan menyingkirkan pesaing secara tidak wajar¹⁶. Adapun tindakan-tindakan yang biasa dilakukan oleh para pelaku usaha dalam melakukan persaingan usaha secara

¹⁵ Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao, 2010, *Hukum Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*, (Bogor : Ghalia Indonesia), hlm. 42

¹⁶ Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao, 2010, *Hukum Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*, (Malang : Ghalia Indonesia), hlm. 43

tidak wajar dalam rangka memenangkan persaingan usaha antara lain adalah sebagai berikut:

a. Penetapan Harga (*Price Fixing*).

Penetapan harga adalah termasuk dalam tindakan persaingan usaha yang bisa terjadi secara vertikal maupun horizontal yang dianggap sebagai hambatan perdagangan, karena membawa akibat buruk terhadap persaingan harga. Jika penetapan harga dilakukan, kebebasan untuk menentukan harga secara bebas menjadi berkurang.

b. Tindakan Boikot

Boikot dalam hubungannya dengan persaingan usaha merupakan tindakan mengorganisir suatu kelompok untuk menolak hubungan suatu usaha dengan pihak tertentu. Dengan demikian boikot merupakan suatu tindakan bersama yang dilakukan oleh sekelompok pengecer yang menolak membeli produk perusahaan tertentu yang karena suatu alasan tertentu tidak mereka sukai.

c. Pembagian Pasar Secara Horizontal

Tindakan ini merupakan salah satu cara untuk menghindari persaingan yang bisa diambil oleh suatu perusahaan yang saling bersaing dalam suatu usaha. Tujuannya adalah mengurangi persaingan dengan cara menentukan pasar yang bisa dikuasai secara eksklusif oleh masing-masing pesaing.

d. Pembatasan Perdagangan Secara Vertikal Dengan Menggunakan Alat Selain Harga (*Non-Price Vertical Restraints*)

Hal ini menunjukkan bahwa perdagangan bisa terhambat ketika perusahaan yang berada pada level usaha tertentu mengikat perusahaan lain pada level

usaha di bawahnya dengan cara menentukan harga. Di samping dengan menentukan harga secara vertikal juga bisa terhambat oleh perjanjian-perjanjian vertikal yang menggunakan alat selain harga (*non-price instruments*).

e. Diskriminasi Harga (*Price Discrimination*)

Diskriminasi harga yaitu penetapan harga yang lebih murah bagi pelanggan tetap, umumnya harga ditetapkan oleh perusahaan yang sedang berupaya memperluas atau membuka pasaran baru bagi produknya. Dari sisi konsumen praktek diskriminasi harga bisa menguntungkan apabila mereka termasuk sebagai konsumen yang dikenai harga yang lebih rendah.

f. Penyalahgunaan Posisi Dominan (*Abuse of Dominant Position*).

Ketika seseorang pelaku usaha yang memiliki dominasi ekonomi melalui kontrak mensyaratkan supaya pelanggan-nya tidak berhubungan dengan pesaingnya, ia telah menyalahgunakan posisi dominan.¹⁷

Persaingan Tidak Sehat (*Unperfect Competition*)

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

- a. Persaingan usaha yang dilakukan secara tidak jujur.
- b. Persaingan usaha yang dilakukan dengan cara melawan hukum.
- c. Persaingan usaha yang dilakukan dengan cara menghambat terjadinya persaingan diantara pelaku usaha.¹⁸

¹⁷ <https://www.kajianpustaka.com/2019/12/pengertian-aspek-dan-jenis-jenis-persaingan-usaha.html> diakses pada tanggal 14 Juni 2022, jam 03:40 WIB.

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.¹⁹

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.²⁰ 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.²¹ Tindakan yang biasa dilakukan dalam persaingan usaha yang tidak sehat, diantaranya yaitu:

a. Monopoli

Monopoli adalah penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok

¹⁸ Mustafa Kamal Rokan, 2010, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta : PT.RajaGrafindo Persada), hlm. 17

¹⁹ Ibid.

²⁰ Janus Sidabalok, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia: dengan Pembahasan atas Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999*, (Bandung : PT Citra Aditya Bakti), hlm. 222- 223

²¹ Mustafa Kamal Rokan, *op. cit.*, hlm. 17-18

pelaku usaha.²² Dengan demikian, jenis pasar yang bersifat monopoli ini hanya terdapat satu penjual, sehingga penjual tersebut bisa menentukan sendiri berapa jumlah barang atau jasa yang akan dijual, atau berapa jumlah barang yang akan dijual tergantung kepada keuntungan yang ingin diraih sehingga penjual akan menerapkan harga yang akan memberikan keuntungan tertinggi.²³

b. Posisi Dominan (*Dominan Firm*)

Pasar dengan *dominan firm* adalah pasar dimana satu perusahaan menguasai sebagian besar pangsa pasar sisanya dikuasai perusahaan berskala kecil tetapi dengan jumlah yang sangat besar dengan struktur pasar yang seperti ini bisa mempengaruhi pembentukan harga di pasar melalui pengaturan tingkat produksinya sehingga memiliki kekuatan monopoli yang cukup berarti.²⁴

4. Unsur-unsur Persaingan Usaha

Jika dilihat dari Perundang-undangan yang ada di Indonesia dalam pasal 1 Undang-undang No.5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dikatakan bahwa persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antara pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi, pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara yang tidak jujur atau tidak melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.

Dapat di cermati bahwa dalam pasal 1 Undang-undang No.5 Tahun 1999, ada dua unsur yang terkandung didalamnya :

²² Pasal 1 Angka 1 UU No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

²³ Mustafa Kamal Rokan, *op. cit.*, hlm. 137

²⁴ <https://www.pelajaran.co.id/2020/19/pengertian-persaingan-usaha.html> diakses pada tanggal 14 Juni 2022, jam 12:30 WIB.

- a. Persaingan antara pelaku dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan jasa.
- b. Dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum serta menghambat persaingan usaha.

5. Asas dan Tujuan Persaingan Usaha

Dalam Pasal 33 ayat (4) Undang-undang Dasar 1945 dikatakan bahwa pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya harus berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum. Pasal ini memberi syarat asas demokrasi ekonomi yang juga menjadi dasar bagi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya di Indonesia.

Jika dilihat dari Perundang-undangan yang ada di Indonesia dalam pasal 2 Undang-undang No.5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat asas dari hukum persaingan usaha adalah dimana Pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum, dimana ruang lingkup pengertiannya sesuai dengan penjelasan Pasal 33 ayat (4) UUD 1945.

Adapun tujuan yang ingin tercapai dari dibentuknya undang-undang tentang larangan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yaitu untuk menciptakan persaingan antara pelaku usaha yang tidak saling merugikan yang diharapkan menjaga keberadaan persaingan antara pelaku usaha. Persaingan perlu dijaga eksistensinya demi terciptanya efisiensi, baik efisiensi bagi masyarakat konsumen maupun bagi setiap perusahaan. Persaingan akan mendorong setiap perusahaan

untuk melakukan kegiatan usahanya seefisien mungkin agar dapat menjual barang-barang dan atau jasa-jasanya dengan harga yang serendah rendahnya. Apabila setiap perusahaan berlomba-lomba untuk menjadi seefisien mungkin agar memungkinkan mereka dapat menjual barang-barang dan atau jasa-jasanya dengan semurah-murahnya dalam rangka bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain yang menjadi pesaingnya maka keadaan itu akan ditawarkan di pasar yang bersangkutan. Dengan terciptanya efisiensi bagi setiap perusahaan, maka pada gilirannya efisiensi tersebut akan menciptakan pula efisiensi bagi masyarakat konsumen.²⁵

Terdapat dua efisiensi yang ingin dicapai oleh undang-undang anti monopoli, yaitu efisiensi bagi para produsen dan efisiensi bagi masyarakat atau *productive efficiency* dan *allocative efficiency*. *Productive efficiency* adalah efisiensi bagi perusahaan dalam menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa. Perusahaan dikatakan efisien apabila dalam menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa perusahaan tersebut dilakukan dengan biaya yang serendah rendahnya karena dapat menggunakan sumber daya yang sekecil mungkin. Sedangkan *allocative efficiency* adalah efisiensi bagi masyarakat konsumen. Dikatakan masyarakat konsumen efisien apabila para produsen dapat membuat barang-barang yang dibutuhkan oleh konsumen dan menjualnya pada harga yang para konsumen itu bersedia untuk membayar harga barang yang dibutuhkan itu.²⁶

²⁵ Sutan Remy Sjahdeni, *Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat* di akses pada tanggal 14 Juni 2022 pukul 01.45 WIB

²⁶ Ibid.

Dalam ketentuan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat menetapkan tujuan pembentukan undang-undang tersebut, adalah untuk:

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

Dari keempat tujuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dapat juga dirumuskan menjadi dua tujuan pokok, yaitu tujuan di bidang ekonomi dan tujuan meta ekonomi atau tujuan di luar ekonomi.²⁷

Jadi pada prinsipnya tujuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 ini ada dua, yaitu tujuan bidang ekonomi dan tujuan di luar ekonomi. Apabila tujuan ekonomi tercapai, yaitu meningkatnya ekonomi nasional, maka tujuan di luar ekonomi juga akan tercapai, yaitu meningkatnya kesejahteraan rakyat. Dalam pelaksanaan Undang-Undang Anti monopoli oleh para praktisi hukum, pelaku usaha dan khususnya Komisi Pengawas Persaingan Usaha perlu kiranya memperhatikan kedua tujuan tersebut, yaitu untuk meningkatkan ekonomi nasional dan kesejahteraan rakyat Indonesia.²⁸

²⁷ M. Udin Salalahi, *Undang-Undang Antimonopoli Indonesia: Peranan dan Fungsinya di Dalam Perekonomian Indonesia* di akses pada tanggal 14 Juni 2022 pukul 15.00 WIB

²⁸ Ibid

Selanjutnya tujuan dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 selain tercantum di dalam Pasal 3, juga secara implisit ada pula di bagian konsiderans. Terdapat tiga tujuan umum yang hendak dicapai dari penyusunan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 ini, yakni:

- a. Pertama, di dalam konsiderans tercantum tujuan yang sangat umum dan klise bahwa Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 ditujukan untuk mengarahkan pembangunan ekonomi kepada terwujudnya kesejahteraan rakyat berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
- b. Kedua, konsiderans juga menyebutkan bahwa Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 disusun untuk mewujudkan demokrasi ekonomi yang menghendaki adanya kesempatan yang sama bagi setiap warga negara yang ikut serta dalam proses produksi dan pemasaran barang dan atau jasa dalam iklim usaha yang sehat dan kondusif bagi pertumbuhan ekonomi dan bekerjanya mekanisme ekonomi secara wajar;
- c. Ketiga, secara tersirat juga dinyatakan bahwa Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dimaksudkan untuk mencegah pemusatan kekuatan ekonomi pada pelaku usaha tertentu.²⁹

B. Tinjauan Umum Tentang Usaha *Coffee shop*

1. Definisi *Coffee shop*

Coffee shop adalah sebuah tempat yang menyediakan makanan dan minuman, namun utamanya menjual kopi. Umumnya, yang disebut dengan *Coffee*

²⁹ Arie Siswanto, 2002, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta : Cetakan Pertama, Ghalia), hlm. 75

shop, adalah kedai minum kopi yang tempatnya didesain menarik dan menyediakan banyak menu kopi.³⁰

Menurut KBBI *Cafe* atau *Coffee Shop* (kedai kopi) adalah suatu tempat (kedai) yang menyajikan olahan kopi espresso dan kudapan kecil. Seiring perkembangan jaman *coffee shop* menyediakan makan kecil dan makanan berat.³¹ Istilah “*cafe*” berasal dari kata Prancis yang berarti “kopi”.³² Hal ini berdasarkan kebiasaan orang lokal Prancis menyebut kedai kopi dengan istilah *Cafe*. Negara Prancis memang dikenal dengan Negerinya *Cafe* karena perkembangan *Cafe* di sana sangat pesat jika dibandingkan dengan negara lain, ada banyak sekali *Cafe* tersebar luas di hampir seluruh daerah Prancis. Akan tetapi *Coffee shop* yang kita kenal sekarang berasal dari Turki tepatnya pertama kali berdiri pada tahun 1475 di Constatinopel. Pada awalnya *Coffee shop* hanya menyediakan satu menu saja yaitu kopi sebelum berkembangnya banyak jenis minuman. Sedangkan di negara-negara yang ada di Eropa, *Coffee shop* pertama kali berdirikan pada tahun 1529 dan langsung digemari oleh masyarakat Eropa karena cara memperhalus dan menyaring kopi serta mencampurkannya dengan susu semakin membuatnya terasa nikmat. Sejak itu *Coffee shop* di negara-negara Eropa semakin populer dan berkembang dan tidak hanya menjual minuman kopi saja, namun mulai menjual kue-kue manis sebagai tambahan menu pelengkap. Berikut ini tabel sejarah berdirinya *Coffee shop* di berbagai belahan dunia:

³⁰ <https://www.pinhome.id/kamus-istilah-properti/Coffeee-shop> diakses pada tanggal 29 Maret 2022, jam 18:15 WIB.

³¹ *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 1988, Departement Pendidikan dan Kebudayaan, (Jakarta: Balai Pustaka)

³² <https://id.wikipedia.org/wiki/Kafe> diakses pada tanggal 29 Maret 2022, jam 18:45 WIB.

Tabel 1.2 Data sejarah berdirinya *coffee shop* di berbagai belahan dunia

Negara	Tahun Berdiri
Turki	1475
Eropa	1529
Britania	1652
Italia	1654
Paris	1672
Jerman	1673
Berlin	1721
Amerika	1792

Sumber : *All about coffee by Wiliam H. Ukers: Adam Media, 2012*

2. Dasar pengaturan *Coffee shop*

Pada dasarnya *Coffee shop* merupakan salah satu jenis restoran, maka dari itu peraturan atau undang-undang yang mengatur *Coffee shop* adalah sama dengan peraturan yang mengatur tentang restoran. Peraturan yang mengatur *Coffee shop* adalah :

Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2014 Tentang Standar Usaha Kafe, dijelaskan dalam pasal 1 ayat 2 Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2014 Tentang Standar Usaha Kafe, usaha Kafe adalah penyediaan makanan ringan dan minuman ringan dilengkapi dengan peralatan dan

perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan/atau penyajiannya, di dalam 1 (satu) tempat tetap yang tidak berpindah-pindah. Dalam Pasal 2 Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2014 Tentang Standar Usaha Kafe ini mengatur dan menetapkan batasan tentang:

- a. persyaratan minimal dalam penyelenggaraan Usaha Kafe; dan
- b. pedoman best practices dalam pelaksanaan Sertifikasi Usaha Kafe.

Ruang lingkup Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2014 Tentang Standar Usaha Kafe dituliskan pada Pasal 3 yang berisi:

- a. penyelenggara Usaha Kafe;
- b. sertifikat dan sertifikasi Usaha Kafe;
- c. pembinaan dan pengawasan; dan
- d. sanksi administratif.

Dalam pasal 2 bagian a Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2014 Tentang Standar Usaha Kafe ini mengatur dan menetapkan batasan tentang persyaratan minimal dalam penyelenggaraan Usaha Kafe, maksud dari persyaratan minimal jika dilihat dari Pasal 5 Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2014 Tentang Standar Usaha Kafe berisi yaitu :

1. Setiap Usaha Kafe, wajib memiliki Sertifikat Usaha Kafe dan melaksanakan sertifikasi Usaha Kafe, berdasarkan persyaratan dan ketentuan sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri ini.
2. Dalam hal menyangkut usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan koperasi di bidang Usaha Kafe, Kementerian dan/atau Pemerintah

Daerah dapat memberikan dan/atau mencarikan dukungan administrasi, kelembagaan dan pendanaan yang bersifat khusus, untuk keperluan kemudahan dalam rangka penerbitan Sertifikat Usaha Kafe dan/atau pelaksanaan proses Sertifikasi Usaha Kafe³³.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, dijelaskan dalam pasal 1 ayat 3 Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.³⁴

Di dalam Pasal 7 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen ditetapkan bahwa Kewajiban pelaku usaha adalah:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

³³ Pasal 5 Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2014 Tentang Standar Usaha Kafe

³⁴ Pasal 1 ayat 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian³⁵.

³⁵ Pasal 7 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian secara ilmiah artinya suatu metode yang bertujuan untuk mempelajari suatu atau beberapa gejala, dengan jalan menganalisisnya dan dengan mengadakan pemeriksaan yang mendalam terhadap fakta tersebut untuk kemudian mengusahakan suatu pemecahan atas masalah-masalah yang ditimbulkan oleh fakta tersebut. Batas-batas atau ruang lingkup penelitian bertujuan untuk memperjelas masalah yang akan dibahas dalam skripsi agar tidak mengambang dan tidak menyimpang sehingga penulisan skripsi berlangsung secara sistematis dan terarah. Adapun ruang lingkup penelitian dalam penulisan ini dibatasi pada masalah yang akan diteliti yaitu persaingan *Coffee shop* di kota Medan berjalan secara sehat dalam artian tidak ada praktek curang bila dilihat dari ketentuan UNDANG-UNDANG NO 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT

B. Sumber Data

Sumber data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah peneliti melakukan kegiatan langsung ke lokasi penelitian untuk mencari data-data yang lengkap dan berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

Sedangkan data sekunder adalah pengumpulan data yang dilakukan melalui penelitian studi kepustakaan yang diperlukan untuk mendukung data yang berkaitan dengan penelitian.

1. Sumber Data Primer

Teknik dalam pengumpulan data ini dilakukan dengan cara :

a. Wawancara

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian dengan wawancara kepada 10 (sepuluh) pelaku usaha *Coffee shop* yang ada di kota medan, yaitu *Coffee Shop* Labasta Tea Room & Cafe, *Caffe Istana Rakyat*, *Ray Café*, *Take Away Coffee*, *Arkana Cafe*, *KA Kupi*, *Coffee Hitam Putih*, *Delicious Coffee PASBAR*, *Bojack Coffee Shop*, *Gallerie Kopi Jogal* yang menjadi narasumber dari peneliti, cara wawancara ini membuat aturan-aturan daftar pernyataan yang dijadikan acuan bagi peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan yang bisa disebut dengan metode *interview guide*. Metode pengumpulan data dengan cara wawancara yang dilakukan berulang-ulang kali pada narasumber membutuhkan waktu yang cukup lama. Dan wawancara yang mendalam merupakan percakapan yang sifatnya terbuka dan santai.

b. Pendekatan perundang-undangan

Pendekatan Perundang-undangan, adalah pendekatan yang dilakukan dengan menelaah semua peraturan Perundang-undangan dan regulasi yang bersangkutan paut dengan Topik Penelitian.³⁶ Dalam metode pendekatan Perundang-undangan peneliti perlu memahami hirarki, dan asas-asas dalam peraturan Perundang-undangan. Telah didefinisikan dalam pasal 1 angka 2 Undang-undang RI Nomor 10 tahun 2004, peraturan Perundang-undangan adalah peraturan yang tertulis yang dibentuk oleh Lembaga negara atau pejabat yang berwenang dan mengikat secara umum. Dari pengertian tersebut, secara singkat dapat dikatakan bahwa yang dimaksud dengan *state* berupa legislasi dan regulasi. Dengan demikian pendekatan Perundang-undangan adalah Pendekatan yang menggunakan legislasi dan regulasi.³⁷

³⁶ Peter Machmud, 2011, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rajawali Grafindo), hlm. 93

³⁷ M Nazir, 1998, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia), hlm. 112

2. Sumber Data Sekunder

Pengumpulan Data Sekunder dilakukan dengan cara penelitian studi kepustakaan yang berhubungan dengan penelitian. Data diperoleh dari buku-buku ilmiah, tulisan ilmiah, dan laporan peneliti yang berhubungan dengan objek analisis penelitian. Dalam pengumpulan data sekunder, dokumentasi yang diperoleh dari sumber elektronik yaitu internet dapat dilakukan.

C. Metode Pengumpulan Data

Karya ilmiah ini menggunakan metode impretasi data dan studi kepustakaan. Metode ini merupakan suatu kegiatan menggabungkan antara hasil analisis dengan permasalahan penelitian untuk menemukan makna yang ada dalam permasalahan, dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia yang didapat melalui observasi. Setelah itu kemudian data akan dipelajari dan ditelaah kembali menggunakan teori yang digunakan dan diinterpretasikan secara kuantitatif untuk menganalisis permasalahan tersebut.³⁸

D. Analisis Data

Analisis data berguna untuk memberi makna pada data yang dikumpulkan. Penulisan ini secara sistematis mencari dan menyusun data dari wawancara, menyusun data ke dalam kategori, menjabarkan dalam unit-unit, mengaturnya dalam pola, memilih apa yang penting dan apa yang diselidiki, dan menarik kesimpulan. Penulis menggunakan proses, hal ini digunakan untuk pemahaman yang mudah oleh diri sendiri dan orang lain. Analisis data dalam studi kuantitatif dilakukan pada saat pengumpulan data dan setelah pengumpulan data selesai dalam jangka waktu tertentu.

³⁸ <http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/66285/Chapter%20III-V.pdf?sequence=3&isAllowed=y> diakses pada tanggal 1 April 2022, jam 15:45 WIB.