

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Leon Duguit mengatakan bahwa Hukum adalah aturan tingkah laku masyarakat, digunakan pada saat tertentu sebagai jaminan dari kepentingan bersama yang jika dilanggar menimbulkan reaksi bersama terhadap orang yang melakukan pelanggaran itu. Dalam hal ini Negara Indonesia merupakan Negara hukum, dimana di dalamnya terdapat beberapa aturan hukum yang mengatur jalannya roda perekonomian sehingga terciptalah keseimbangan dan ketertiban. Tanpa adanya aturan yang mengikat, maka perekonomian sebuah bangsa akan menjadi tak terkendali yang nantinya akan menimbulkan reaksi terhadap masyarakat sehingga akan berdampak pada pembangunan bangsa itu sendiri.

Pembangunan dalam bidang Ekonomi memiliki 2 hal utama, yakni berkelanjutan yang pertama, ekonomi makro yaitu menjamin ekonomi secara berkelanjutan dan mendorong efisiensi ekonomi melalui reformasi structural dan nasional. Lalu berkelanjutan yang kedua, ekonomi sektoral dimana perlu beberapa hal untuk mencapainya yaitu (a) sumber daya alam dimana nilai ekonominya dapat dihitung; (b) koreksi terhadap barang dan jasa perlu diintroduksikan. Selain itu erat kaitannya juga dengan pembangunan berkelanjutan social budaya yang meliputi (a) Stabilitas penduduk, (b) pemenuhan kebutuhan dasar manusia, (c) mempertahankan keanekaragaman

budaya, (d) mendorong partisipasi masyarakat local dalam pengambilan keputusan.¹

Pembangunan Ekonomi dan social budaya juga termasuk dalam kategori penting untuk mewujudkan bangsa yang adil, makmur dan sejahtera sesuai dengan sila sila yang termaktub dalam Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945. Agar terciptanya tujuan tersebut maka demokrasi menghendaki adanya kesempatan yang sama bagi setiap warga Negara untuk berpartisipasi dalam proses produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa, maka dari itu dapat melahirkan iklim usaha yang sehat, efisiensi ekonomi serta berkeadilan sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi dan bekerjanya ekonomi pasar yang wajar.

Indonesia dalam melakukan perannya sebagai Negara hokum mengeluarkan peraturan perundang-undangan sebagai batas untuk mengawasi dan memberikan kepastian hokum bagi masyarakat yang turut campur dalam kegiatan ekonomi yaitu melalui pengaturan persaingan usaha dalam Undang-Undang No 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Perilaku para pelaku usaha dalam mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya merupakan perilaku yang wajar, sepanjang perilaku tersebut tidak menimbulkan praktik monopoli dan usaha tidak sehat. Maka dari itu, segala kegiatan ekonomi usaha harus selaras dengan Undang-Undang No 5 tahun 1999, sehingga dapat terjaminnya kebebasan bersaing yang berlangsung tanpa hambatan. Demikian pula dengan persaingan usaha yang

¹ Absori, Deklarasi Pembangunan Berkelanjutan dan Implikasinya di Indonesia, Journal Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta, hlm. 43-44

sehat tidak menimbulkan pemusatan ekonomi terhadap pelaku usaha tertentu karena persaingan tidak sehat hanya akan bermuara pada matinya persaingan usaha yang pada gilirannya akan melahirkan monopoli.

Dewasa ini, pelaku bisnis harus pandai untuk mempertahankan usaha serta membuat usaha itu berkembang dikarenakan terciptanya persaingan yang sangat ketat, maka dari itu pelaku bisnis dipaksa untuk memiliki kemampuan yang mahir dalam mengoperasikan bisnis. Pelaku bisnis ini secara tidak langsung mempunyai kreatifitas dalam mengembangkan bisnisnya dapat berupa menciptakan inovasi baru maupun menggunakan cara yang telah dipakai oleh pelaku bisnis lainnya. Hal tersebut yang melahirkan kegiatan usaha semakin banyak ragamnya mulai dari penjualan secara offline dengan memberikan penawaran maupun menjual secara online.

Menjual secara *offline* maupun *online* sejatinya merupakan praktik bisnis yang diperbolehkan. Namun demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa di balik praktik bisnis itu adanya berbagai macam persaingan, misalnya: ada persaingan yang sehat dan adil (*fair competition*), ada persaingan yang tidak sehat (*unfair Competition*), bahkan ada persaingan yang destruktif (*Destructive Competition*), seperti *predatory price*. Hal ini pun berpengaruh kepada reaksi konsumen dalam mendapatkan kualitas pelayanan yang baik. Pelaku usaha yang membuka peluang usaha pun tidak dapat mengalahkan pesaing hanya karena harga tetapi juga kualitas sehingga pelaku usaha dapat mempertahankan pelanggan. Kondisi sempurna dalam jual beli adalah apabila penjual dan pembeli mempunyai informasi yang sama tentang barang yang akan diperjual belikan. Apabila suatu pihak tidak mendapatkan informasi

yang sama dengan pihak lain sehingga menimbulkan kerugian dan perasaan ditipu hingga dicurangi.

Saat ini, fasilitas perdagangan dalam menghadapi persaingan usaha maupun mendapatkan kepercayaan dari masyarakat terhadap produknya menuntut setiap pasar untuk mengikuti perkembangan zaman yang semakin modern. Salah satunya yaitu toko retail atau Hypermarket yang menjadi arena khusus para konsumen melakukan jual beli berupa produk kebutuhan sehari-hari. Menurut Permendag No. 53 Tahun 2008 Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, Pasal 1 Butir 5 menyatakan : “Pasar retail modern adalah toko mandiri yang menjual barang secara ecer baik dalam bentuk supermarket, minimarket dan lain-lain”.

Dalam definisi diatas, Pasar retail Usaha ritel atau eceran (*retailing*) dapat dipahami sebagai semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan penggunaan bisnis. Ritel juga merupakan perangkat dari aktivitas-aktivitas bisnis yang melakukan penambahan nilai terhadap produk-produk dan layanan penjualan kepada para konsumen untuk penggunaan atau konsumsi perorangan maupun keluarga.²

Perusahaan retail yang saat ini mulai berkurang yaitu Hypermarket Giant yang beroperasi di bawah PT. Hero Supermarket Tbk. Laiknya supermarket yang lain, kini Giant harus berjuang mati-matian agar dapat

² Munir Misbakhul M, 2011, Analisis Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Permata Di Kecamatan Balapulang, Semarang: Universitas Diponegoro Semarang, hal. 15.

bertahan di tengah gencarnya arus perdagangan elektronik di salah satu marketplace yang sistemnya hampir sama dengan perusahaan retail Indonesia, yaitu menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari tentunya dengan harga dan kemudahan yang lebih baik bagi konsumen untuk mendapatkan barang.

Berdasarkan www.republika.com (Utami, 2018:43) menyatakan bahwa sejak tahun 2017 menerangkan adanya berita penurunan kinerja sub-sektor retail melalui penutupan gerai-gerai supermarket ataupun toko-toko retail, seiring dengan berita penurunan daya beli masyarakat. Riset Nielsen menyebutkan penjualan *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) hingga September 2017 hanya tumbuh 2,7%, sedangkan rata-rata perumbuhan normal tahunan mencapai 11% atau setara Rp 12 triliun. Itu artinya telah terjadi kerugian penjualan sebesar Rp 37 triliun. Angka kerugian tersebut tidak sebanding dengan nilai penjualan FMCG yang hanya sekitar 1,5 triliun.³ Hingga saat ini sudah ada 6 gerai Giant dikabarkan tutup pada 28 Juli 2019. 6 toko tersebut antara lain Giant Ekspres Cinere Mall, Giant Ekspres Mampang Prapatan, Giant Ekspres Pondok Timur, Giant Ekstra Wisma Asri, Giant Ekstra Jatimakmur, dan Giant Ekstra Mitra 10 Cibubur.

Factor yang membuat perusahaan retail tutup pun salah satunya telah dinyatakan oleh Menteri Koordinator bidang Perekonomian Darmin Nasution yang mengatakan, tutupnya sejumlah ritel karena gaya belanja masyarakat yang sudah berubah. Saat ini lebih banyak masyarakat yang memilih belanja lewat online atau *e-commerce*. *E-commerce* (perniagaan elektronik) pada

³ Simamora Contanius Saor, Santoso Gatot Prihatin, 2019, Analisis Prediksi Kebangkrutan Dengan Metode Altman Z-Score Pada Perusahaan Retail Trade yang Terdaftar Di Bei Tahun 2014-2017, Jurnal Ilmiah M-Progress, VOL.9, NO.2, Juni 2019.

dasarnya merupakan dampak dari berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi. Secara signifikan ini mengubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya yang dalam hal ini terkait dengan mekanisme dagang. Hingga akhirnya berdampak pada keberadaan perusahaan-perusahaan besar persero yang telah ada sebelumnya.

Saat ini *E-commerce* yang paling di gemari adalah Marketplace Shopee. Marketplace ini lahir pertama kali di Singapore lalu bergerak cepat hingga masuk ke ranah Indonesia pada bulan Mei 2015. Di dalamnya disediakan beberapa barang kebutuhan sehari-hari yang sebagian besar hampir sama dengan yang ada pada Hypermarket. Namun kehadiran marketplace Shopee ini membuat masyarakat perdagangan seolah-olah harus menerima kenyataan bahwa kemudahan itu justru menciptakan persaingan usaha yang tidak sehat di kalangan para pelaku perdagangan yang kecil maupun besar. Yang lebih parah lagi bahwa bisnis *online* tidak mengharuskan berbentuk korporasi sehingga pengaturan bisnis perdagangan online hanya membutuhkan teknologi informasi. Sehingga aplikasi itu hanya memfasilitasi konsumen memakai jasa jual beli dengan penjual *online*. Jelas hal ini membuat pelaku usaha yang sudah besar seperti Hypermarket Giant tidak adil.

Berdasarkan latar belakang diatas, mendorong peneliti untuk melakukan penelitian empiris berjudul **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PERSAINGAN USAHA YANG TIDAK SEHAT (Studi Hypermarket Giant dan Marketplace)** yang menurut penulis sangat menarik untuk ditelaah, disamping karena Penelitian terhadap persaingan

usaha antara Hypermarket Giant yang *collaps* bisa jadi dikarenakan Marketplace dapat dikatakan suatu hal yang baru dan belum dikenal oleh masyarakat luas.

Kajian toko retail dan online yang menurut pendapat penulis adalah satu bagian pembahasan yang akhir-akhir ini sedang hangat dibicarakan menjadi hal yang sangat khusus untuk dikaji. Hal ini dikarenakan persaingan antara retail dan online dipandang belum ada yang mengaturnya. Perjanjian toko retail dan online pun sebenarnya harus sama-sama dikaji apakah kehadiran marketplace/ fasilitas jual beli *online* yang menyebabkan perusahaan retail saat ini colaps, serta perlindungan yang melahirkan kepastian hukum untuk pelaku usaha apabila dirugikan pun menjadi syarat penting untuk dikaji. Berbagai pendapat ahli hukum di kalangan Indonesia pun masih simpang siur dalam menyangkut perlindungan yang dibuat.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap pelaku usaha yang terdampak pada kegiatan persaingan usaha tidak sehat ?
2. Bagaimana konsep perlindungan hukum masa mendatang agar terciptanya Persaingan Usaha yang Sehat?

C. Tinjauan Pustaka

1. Konsep Perlindungan Hukum

Menurut Begawan Sosiologi Hukum Indonesia Prof. Satjipto Rahardjo dalam renungan-renungan pemikiran hukumnya dengan tegas

mengulas pengembalian keberpihakan hukum kepada manusia, oleh karena hukum secara hakikat adalah untuk tujuan-tujuan kemanusiaan. Hukum adalah sarana untuk pencapaian perwujudan harkat dan martabat kemanusiaan.⁴

Sebab Teori yang umum kita pahami adalah Hukum untuk mewujudkan keadilan, memberikan kemanfaatan, dan kepastian hukum yang jelas kepada masyarakat. Perlindungan hukum menurut Satjipto Rahardjo yaitu dimana hukum melindungi kepentingan seseorang dengan cara menempatkan suatu kekuasaan yang dilakukan secara terukur untuk bertindak dalam rangka kepentingan tersebut.⁵ Hal ini sangat berpengaruh pada peraturan-peraturan hukum yang menjadi pedoman terciptanya perlindungan hukum yang adil.

2. Toko Retail Modern

Toko modern (*modern store*) adalah toko dengan system pelayanan mandiri atau swalayan, system harga pasti (tanpa tawar-menawar), dan menjual berbagai jenis produk secara ritel/eceran. Toko modern dapat berbentuk minimarket, supermarket, *department store*, *hupermarket*, *speciality store*, dan perkulakan/grosir. Toko modern dan pusat perbelanjaan merupakan bagian dari pasar modern. Pusat perbelanjaan adalah bangunan gedung yang terdiri atas beberapa toko modern.⁶

Dalam hal ini Hypermarket adalah jenis toko modern yang memiliki luas lantai penjualan lebih dari 5000m², serta jumlah dan jenis

⁴ Qamar Nurul, Dkk, Sosiologi Hukum, Makassar, Mitra wacana Media, 2016, hlm. 71

⁵ Satijpto Raharjo, Ilmu Hukum, Bandung: Citra Aditya Bakti, 1991, hlm 53

⁶ Purnomo Serfianto, dkk, Sukses Bisnis Ritel Modern, Jakarta:PT Elex Media Komputindo,2013,hlm. 27

barang yang dijual di hypermarket sangat besar (lebih dari 15.000 item) dan meliputi banyak jenis produk.⁷ Hypermarket juga merupakan gabungan antara retailer toko diskon dengan hypermarket, contohnya adalah Hypermarket Giant.

Dalam pendirian Hypermarket, sebagai seorang pelaku usaha tidak bisa semena-mena dalam mendirikan usahanya. Pelaku usaha harus memenuhi kriteria yang telah diatur dalam undang-undang. Toko modern dan pusat perbelanjaan diatur dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia (Perpres) nomor 112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Pasar Modern. Sehingga dengan adanya ini Pasar Modern lebih teratur dalam setiap proses operasionalnya.

3. Marketplace

Marketplace merupakan perantara yang menghubungkan antara penjual dan pembeli (*Seller & Buyer*) yang bermodelkan *E-Bussines* atau pasar elektronik/digital yang di dalamnya terdapat kegiatan menjual dan membeli suatu produk/jasa, meliputi *Bussines to Bussines*, *Bussines to Customer* dan *Customer to Customer* dimana *Bussines to Bussines* ini mendominasi di marketplace sebesar 75%. Dalam pengoperasiannya marketplace mempunyai system yang secara otomatis mengatur jutaan produk yang akan di jual maupun di beli di situs tersebut. Contohnya adalah Tokopedia.com, yang didalamnya terdapat toko online. Toko

⁷ Hartono Lapan Suroto, , "Pengertian Supermarket, jenis pasar swalayan, minimarket, Midmarket, Hypermarket", Go marketingStrategic, diakses dari <https://www.gomarketingstrategic.com/pengertian-supermarket-jenis-pasar-swalayan-minimarket-midmarket-hypermarket/#Hypermarket>, pada tanggal 12 Desember 2019 Pukul 17.02

online sendiri yang berada di marketplace terbentuk seperti *website*, mempunyai fasilitas jual, masukkan keranjang, lalu tahapan dalam bertransaksi.

4. Hukum Persaingan Usaha Tidak Sehat

Toko online sendiri yang berada di marketplace terbentuk seperti *website*, mempunyai fasilitas jual, masukkan keranjang, lalu tahapan dalam bertransaksi.

Hukum Persaingan usaha adalah hokum yang mengatur tentang interaksi perusahaan atau pelaku pasar, sementara tingkah laku perusahaan ketika berinteraksi dilandasi atas motif-motif ekonomi.⁸ Dalam Undang-Undang No 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat pada pasal 1 huruf f, 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 hokum atau menghambat persaingan usaha.

Ciri-ciri atau jenis pasar yang bersifat monopoli salah satunya adalah adanya hambatan yang besar untuk dapat masuk ke dalam pasar, secara langsung maupun tidak langsung diciptakan oleh perusahaan yang mempunyai kemampuan untuk memonopoli pasar. Perusahaan monopolis akan berusaha menyulitkan pendatang baru yang ingin masuk ke pasar tersebut dengan berbagai cara, antara lain menetapkan harga serendah mungkin. Perusahaan baru tersebut tidak akan mampu bersaing

⁸ Maarif Syamsul,dkk, *Hukum Persaingan Usaha (Edisi kedua)*, Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2017, hlm. 36

dengan perusahaan monopolis yang memiliki kekuatan pasar, *image* produk dan harga murah sehingga lama kelamaannya perusahaan tersebut akan mati dengan sendirinya.⁹

Undang-undang persaingan usaha harus dapat membantu dalam mewujudkan demokrasi ekonomi sebagaimana yang di maksud dalam pasal 33 aat 1 UUD 1945. Dalam penjelasan Pasal 33 ayat 1 UUD 1945, yang menyatakan bahwa "Ekonomi diatur oleh kerja sama berdasarkan prinsip gotong royong", termuat pikiran demokrasi ekonomi, yang dimaksudkan ke dalam Pasal 2 UU No. 5 Tahun 1999. Demokrasi ciri khasnya diwujudkan oleh semua anggota masyarakat untuk kepentingan seluruh masyarakat, dan harus mengabdikan kepada kesejahteraan seluruh rakyat. Pikiran pokok tersebut termuat dalam Pasal 2, yang dikaitkan dengan huruf a dan huruf b dari pembukaannya, yang berbicara tentang pembangunan ekonomi menuju kesejahteraan rakyat sesuai dengan UUD dan demokrasi ekonomi.

Terbitnya Undang-undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, maka diharapkan perlindungan terhadap para pelaku usaha di Indonesia dalam melakukan persaingan usaha menjadi lebih sehat dan adanya kepastian hukum bagi pelaku usaha yang merasakan kerugian. Salah satu bentuk perilaku anti

⁹ Nugroho Adi Susanti, *Hukum Persaingan usaha di Indonesia*, Jakarta: PT Fajar Interprtama Mandiri, 2014, hlm. 228.

persaingan yang menjadi perhatian dalam Undang-undang No 5 Tahun 1999 adalah melakukan jual rugi atau menetapkan harga sangat rendah.¹⁰

Ketentuan tentang praktik penetapan harga sangat rendah ini diatur dalam pasal 20 Undang-Undang No 5 Tahun 1999 tentang larangan praktik Monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, yaitu:

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

Dalam membuktikan suatu perusahaan melakukan penetapan harga jual yang sangat rendah ini adalah dengan melakukan pembandingan harga rata-rata produk bersangkutan terhadap pasar yang bersangkutan. Kegiatan yang seperti ini telah berpengaruh pada marketplace yang kehadirannya secara tidak langsung mengancam keberadaan toko retail.

5. Penegakan Hukum Persaingan Usaha Tidak Sehat

Penegakan Hukum persaingan usaha tidak sehat pada dasarnya telah diatur oleh undang-undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang penegakannya dipercayakan kepada KPPU sebagai lembaga *quasi judicial* yang mempunyai kewenangan eksekutorial terkait kasus-kasus persaingan usaha. Namun dalam menciptakan persaingan usaha yang sehat dapat dilakukan terhadap internal perusahaan dalam menerapkan *Good Corporate Governance*, penerapan inilah yang nanti akan di sampaikan kepada para pengikut pelaku usaha agar menerapkan konsep tata kelola

¹⁰ Andi Fahmi Lubis, Dkk, *Hukum Persaingan Usaha: Antara Teks dan Konteks*. (Jakarta: Creative Media, 2009), hlm. 260.

usaha yang baik. Hal tersebut dapat berdampak positif terhadap tindakan, kebijakan putusan-putusan sebagaimana para pengikut harus mentaati ketentuan yang telah di atur tersebut.

Keberadaan hukum persaingan usaha adalah mengupayakan secara optimal terciptanya persaingan usaha yang sehat dan efektif pada suatu pasar tertentu, yang mendorong agar pelaku usaha melakukan efisiensi agar mampu bersaing dengan para pesaingnya. Kehadiran Undang-undang No 5 Tahun 1999 sebagai *tool of social control and a tool of social engineering*. Sebagai *control social* untuk menjaga kepentingan umum dan mencegah praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Selanjutnya sebagai alat rekayasa social, undang-undang ini berusaha untuk meningkatkan efisiensi ekonomi nasional mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha tidak sehat, dan berusaha menciptakan aktivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.¹¹

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada sub bab rumusan masalah diatas maka tujuan dari pada penulisan ini :

- a. Untuk mengetahui fakta peristiwa terhadap dampak dalam persaingan usaha tidak sehat yang menimbulkan Hypermarket Giant sebagian besar tutup.
- b. Untuk merumuskan konsep dalam perbaikan penegakan hokum bagi pelaku usaha agar mendapatkan kepastian hokum.

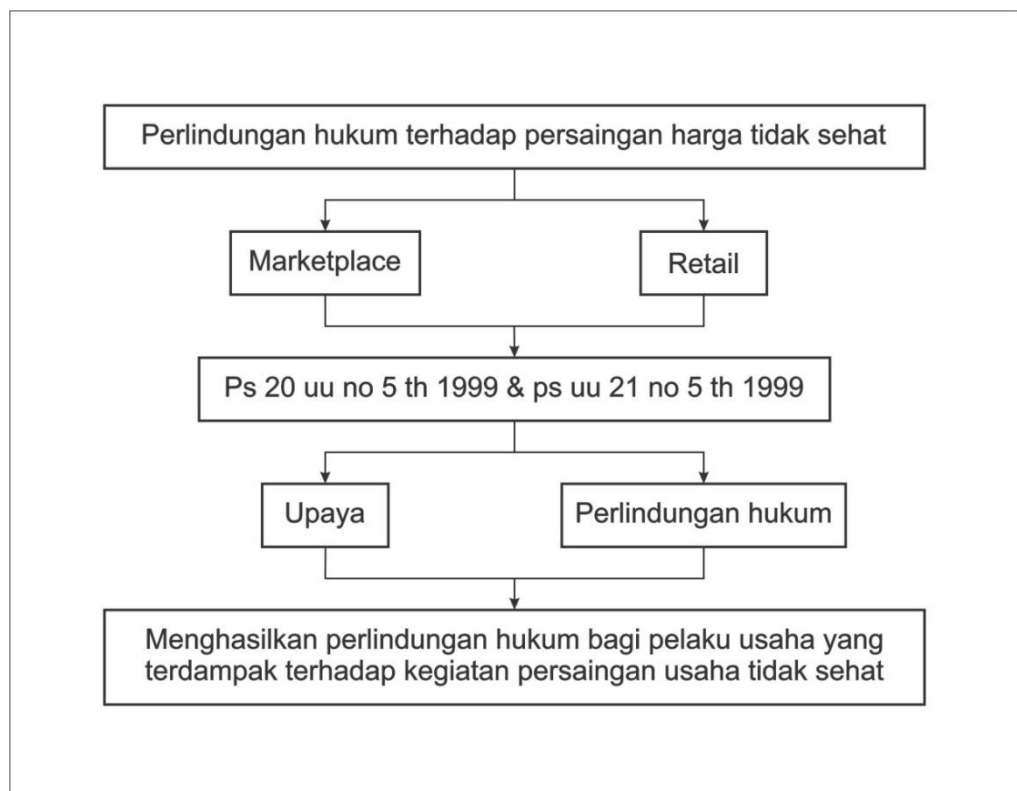
¹¹ Prayoga D.Ayudha, Hukum Persaingan usaha antara Teks dan Konteks, R0V Creative Media, Jakarta, 2000, hlm 52-53.

2. Manfaat Penulisan

Berdasarkan uraian pada sub bab tujuan penulisan diatas maka manfaat maupun kegunaan penulisan ialah :

- a. Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan madaaft bagi perkembangan ilmu pengetahuan hokum dalam persaingan usaha yang baik.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pemikiran terhadap pengetahuan dan wawasan keilmuan bagi praktisi hokum sebagai bahan penelitian lebih lanjut dan mendalam.

E. Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Negara Indonesia merupakan Negara hukum (rechstaat) pada alinea ke-4 yang berbunyi ”maka disusunlah kemerdekaan kebangsaan Indonesia itu dalam suatu Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia”, selain itu dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945 yang menyatakan bahwa “Negara Indonesia adalah Negara Hukum”.

Berkaitan dengan Praktik Monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, dapat dihubungkan dengan pasal 33 Ayat (4) Undang-Undang Dasar 1945 Alinea ke-4, yang menyatakan:

“Perekonomian Nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisien, berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi Nasional”

Dengan dasar yang tercantum pada Undang-undang Dasar tersebut pemerintah mengukuhkan peraturan yang dapat lebih spesifik mengatur tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yaitu Undang-Undang No 5 Tahun 1999. Undang-undang ini menjadikan dasar peraturan terhadap perbuatan *Predator Pricing* dan Diskriminasi Harga.

Predator Pricing merupakan suatu kegiatan monopoli yang dilarang dalam kegiatan usaha. Dimana perusahaan atau pelaku usaha menekan harga jual dengan menetapkan harga serendah-rendahnya. Pada pasal 20 Undang-undang No 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa

“Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau penetapan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di

pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat”

Hingga dapat ditentukan unsur penting dalam ketentuan di atas :

1. Melakukan jual rugi atau penetapan harga yang sangat rendah;
2. Dengan maksud menyingkirkan atau mematikan usaha pesaing;
3. Pasar bersangkutan;
4. Dapat terjadi praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

Perlindungan hukum terhadap para pelaku usaha pun menjadi kewajiban pada penegak hukum untuk mendapatkan keadilan, kepastian hukum serta terbaginya persaingan usaha yang rata dimana setiap pelaku usaha dapat melaksanakan kegiatan usahanya tanpa takut untuk di curangi oleh pihak lain.

Toko Retail yang saat ini di duga mengalami kemunduran dalam usahanya yaitu Toko Retail Giant dimana toko retail memberikan pelayanan dan kesediaan barang murah terhadap konsumennya. Hal ini pun mengganggu pemasarannya, dugaan yang paling kuat adalah toko retail banyak yang tutup karena hadirnya marketplace yang akhir-akhir ini sangat di gandrungi oleh para pihak manapun. Dikarenakan kemudahannya dalam mendapatkan barang, serta harganya yang murah melampaui harga dari produk retail.

Penelitian ini mengkaji permasalahan tentang perlindungan hukum terhadap persaingan usaha tidak sehat yang di alami oleh toko retail, serta solusi yang terbaik untuk kedepannya penegak hukum dalam memberikan regulasi yang tepat untuk pelaku usaha sehingga terciptanya persaingan usaha yang sehat, adil dan berkepastian hukum.

F. Metode Penelitian

Metode Penelitian adalah suatu metode cara kerja untuk dapat memahami objek yang menjadi sasaran yang menjadi ilmu pengetahuan yang bersangkutan. Metode adalah pedoman cara seorang ilmuwan mempelajari dan memahami lingkungan-lingkungan yang dipahaminya.¹²

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengkaji konsep Yuridis-Empiris, yaitu dimana penelitian ini terfokus pada perlindungan hukum, dan model penegakan hokum di masa yang akan datang terhadap persaingan usaha tidak sehat.

2. Metode Pendekatan

Metode pendekatan ini bersifat deskriptif yaitu menggambarkan keadaan dari obyek atau subyek yang diteliti dan sejumlah faktor – faktor yang mempengaruhi data yang diperoleh itu dikumpulkan, disusun, dijelaskan, kemudian dianalisis. Dalam penelitian ini jenis penelitian deskriptif ini digunakan untuk memberikan gambaran secara jelas mengenai perlindungan hukum terhadap persaingan usaha tidak sehat dan upaya penegakan hukum yang dilakukan masa mendatang.

3. Lokasi Penelitian

Dalam penyusunan laporan ini, penulis melakukan penelitian di toko Hypermarket Giant yang berlokasi Magelang.

4. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan sumber data sebagai berikut:

¹²Soerjono Soekamto, 1986, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI Press, hal.67

a. Data Primer

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer yang dihasilkan dari penelitian terjun ke lapangan yang diperoleh langsung untuk memperoleh informasi mengenai kondisi persaingan usaha Retail terhadap kehadiran Marketplace.

Das Sollen:

- 1) Undang-Undang No 5 tahun 1999 tentang Anti Monopoli dan Persaingan usaha tidak sehat
- 2) Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha UMKM

Das Sein :

Hasil wawancara

b. Data Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang menjelaskan bahan hukum primer. Dalam penulisan skripsi ini yang menjadi bahan hukum sekundernya ialah buku-buku literature tentang Hukum persaingan usaha, jurnal, peraturan pemerintah, artikel dari internet, buku-buku serta hasil riset yang berhubungan dengan permasalahan yang berhubungan dengan penelitian ini.

5. Metode Pengumpulan Data

Di dalam penelitian ini, untuk memperoleh data yang sesuai dengan apa yang diharapkan, maka peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu:

- a. Penelitian kepustakaan (*library research*) Penelitian kepustakaan ini menghasilkan data sekunder. Penelitian kepustakaan dimaksudkan

untuk membandingkan antara teori dan kenyataan di lapangan. Melalui studi kepustakaan ini diusahakan pengumpulan data dengan mempelajari buku-buku, tulisan-tulisan, surat kabar, artikel dari internet, serta referensi lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

- b. Penelitian Lapangan (*Field research*) Penelitian lapangan ini menghasilkan data primer. Teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan cara wawancara (*interview*). Kegiatan wawancara dilakukan sebagai upaya untuk mengumpulkan data guna mendukung dan menunjang data sekunder yang berasal dari penelitian kepustakaan. Wawancara adalah cara untuk memperoleh informasi dengan bertanya langsung pada yang diwawancarai.

6. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis kualitatif, yaitu dengan analisis data berupa konsep, pendapat, opini yang diperoleh dari penelitian kepustakaan (*Library Research*) dan penelitian di lapangan, kemudian diolah, digeneralisir dan didesain untuk menjawab permasalahan, kemudian diambil suatu kesimpulan untuk hukum perlindungan usaha dan perlindungan konsumen pada masa yang akan datang.

G. Sistem Penulisan Skripsi

Hasil penelitian akan disusun dalam format penulisan hukum maka penelitian menyiapkan suatu sistematika hukum. Adapun sistematika penulisan hukum ini terdiri dari empat bab, yang tiap-tiap bab terbagi dalam

sub-sub bagian yang dimaksud untuk memudahkan pemahaman terhadap keseluruhan hasil penelitian ini. Sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Rumusan Masalah
- C. Tinjauan Pustaka
- D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian
- E. Kerangka Berpikir
- F. Metode Penelitian
- G. Sistematika Penulisan Hukum.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

- A. Konsep Perlindungan Hukum
- B. Toko Retail Modern
- C. Marketplace
- D. Hukum Persaingan Usaha Tidak Sehat
- E. Penegakan Hukum Persaingan Usaha Tidak Sehat

BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Yang Terdampak Persaingan Tidak Sehat
- B. Konsep Perlindungan Hukum Kedepan Agar Menjadi Persaingan Usaha Yang Sehat

BAB IV : PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA