

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PERSAINGAN USAHA
TIDAK SEHAT
(Studi Hypermarket Giant Terhadap Marketplace)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Hukum**

Oleh:

NURUL SITI FATIMA

C100160172

**PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PERSAINGAN
USAHA TIDAK SEHAT
(Studi Hypermarket Terhadap Marketplace)**

PUBLIKASI ILMIAH

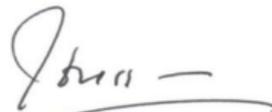
oleh:

NURUL SITI FATIMA

C.100.160.172

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

**Dosen
Pembimbing**



Prof. Dr. Absori, S.H., M.Hum.

NIK.-

HALAMAN PENGESAHAN

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PERSAINGAN
USAHA TIDAK SEHAT**

(Studi Hypermarket Terhadap Marketplace)

OLEH

NURUL SITI FATIMA

C 100 160 172

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Hukum
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Senin, 5 Agustus 2020
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Prof. Dr. Absori, S.H., M.Hum.

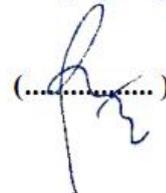
(Ketua Dewan Penguji)

2. Dr. Kelik Wardiono, S.H., M.H.

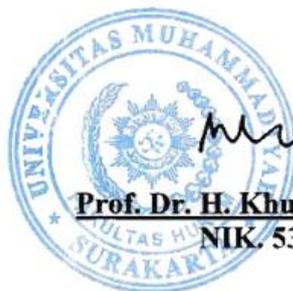
(Anggota I Dewan Penguji)

3. Dr. Rizka, S.Ag., M.H.

(Anggota II Dewan Penguji)



Dekan,



Prof. Dr. H. Khudzaifah Dimiyati, S.H., M.Hum
NIK. 537/NIDN. 0727085803

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 14 Juli 2020

Penulis



NURUL SITI FATIMA

C 100 160 172

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT (STUDI HYPERMARKET TERHADAP MARKETPLACE)

Abstrak

Persaingan usaha dalam bisnis teknologi online serta offline semakin ketat. Dengan adanya perkembangan teknologi membuat seluruh pelaku bisnis berbondong-bondong untuk melakukan penjualan secara online yang di dalamnya dapat dilakukan secara bebas. Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat sebagai control social diharapkan untuk dapat memberikan kendali terhadap kegiatan persaingan usaha yang dilakukan secara bebas di marketplace. Seperti penentuan harga jual yang sangat rendah yang menciptakan persaingan usaha tidak sehat yang berdampak pada pelaku usaha offline maupun online. Namun terciptanya regulasi tersebut belum diterapkan dalam kehidupan social dalam melakukan kegiatan usaha, dikarenakan masih kurang jelasnya aturan yang mencakup permasalahan ini serta penegak hukum yang belum menjalankan tugasnya secara maksimal. Rumusan masalah dalam penelitian ini membahas terkait perlindungan hukum Persaingan Usaha yang terdampak pada persaingan tidak sehat, serta bagaimana penegak hukum kedepannya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yuridis-empiris dan metode kualitatif.

Kata Kunci: perlindungan hukum, persaingan usaha tidak sehat, penegak hukum

Abstract

Business competition in the online and offline technology business is getting tougher. With the development of technology, all business people have flocked to make online sales which can be done freely. Law Number 5 of 1999 concerning Antitrust and Unfair Competition as social control is expected to be able to provide control over business competition activities that are carried out freely in the marketplace. Such as determining a very low selling price which creates unfair business competition which impacts on offline and online businesses. However, the creation of these regulations has not been applied in social life in conducting business activities, due to the lack of clarity about the rules covering this issue and law enforcement who have not performed their duties optimally. The formulation of the problem in this study discusses legal protection related to Business Competition that is affected by unfair competition, as well as how law enforcement in the future. This study uses juridical-empirical research and qualitative methods.

Keywords: legal protection, antitrust and unfair competition bussines, law enforcer

1. PENDAHULUAN

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 (Munir, 2011).

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 pertumbuhan 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 (Saor dan Prihatin, 2019). 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.

Faktor 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 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 di sediakan beberapa barang kebutuhan sehari-hari yang sebagian besar hamper 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 hokum untuk pelaku usaha apabila dirugikan pun menjadi syarat penting untuk dikaji. Berbagai pendapat ahli hokum

di kalangan Indonesia pun masih simpang siur dalam menyangkut perlindungan yang dibuat.

2. METODE

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 (Soekamto, 1986).

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

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

Penelitian ini menggunakan sumber data sebagai berikut data primer dan data sekunder. 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*: Undang-Undang No 5 tahun 1999 tentang Anti Monopoli dan Persaingan usaha tidak sehat dan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha UMKM. *Das Sein*: hasil wawancara.

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.

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

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.

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.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Yang Terdampak Persaingan Tidak Sehat

Hypermarket hadir dengan kapasitas tempat yang memadai sehingga dapat memberikan kepuasan pelanggan dengan cara membiarkan konsumen atau pelanggan dapat memilih sendiri barang yang diinginkan maupun dibutuhkan sehingga pelanggan tersebut dapat melihat bentuk barangnya secara nyata, lalu membayarnya di kasir tanpa perlu melakukan tawar menawar. Komoditi/barang-barang yang dijual diutamakan barang-barang produksi dalam negeri dan kualitas barang dagangan harus dapat di pertanggungjawabkan sesuai dengan standar mutu.

Namun pada saat lahirnya marketplace pertama kali, hingga tahun 2020 ini. Beberapa Retail Giant telah menutup beberapa gerainya yang meliputi Giant Express Cinere Mall, Giant Express Mampang, Giant Ekspres Pondok Timur, Giant Ekstra Jatimakmur, Giant Ekstra Mitra Cibubur, Giant Ekstra Wisma Asri dan Giant Ekstra Points Square. Marketplace lahir dengan system pembelanjaan secara online, yang diakui dapat menciptakan persaingan tidak hanya kepada sesama toko online, tetapi juga offline seperti Retail. Marketplace sendiri jika masuk dalam kriteria Usaha tetapi belum secara jelas ditentukan oleh pemerintah karena belum ada peraturan yang membahas masalah usaha di toko online.

Perlindungan hukum terhadap pelaku usaha sesungguhnya telah diatur di dalam Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat No 5 tahun 1999. Pasal 3 dalam undang-undang tersebut menetapkan 4 tujuan dibentuknya undang-undang Persaingan usaha, yang apabila disimpulkan menjadi satu tujuan, yaitu untuk mempertahankan dan mendorong terjadinya persaingan pasar yang kompetitif dengan tujuan untuk mencapai efisiensi ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Wie, 2002). Berdasarkan pada tujuan tersebut undang-undang lebih memfokuskan kepada peningkatan efisiensi dan efektifitas dunia usaha serta jenis pasar untuk menentukan persaingan usaha ketimbang kepentingan dari berbagai pihak seperti (konsumen, pelaku usaha atau Negara). Padahal sejatinya permasalahan yang terjadi antara Usaha Menengah atau Retail dan Usaha yang belum terkategori seperti Marketplace merupakan konflik pada kepentingan antara kedua belah pihak.

Jika dipandang dalam kategori usaha pada undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 mempunyai keterikatan erat terhadap Undang-undang persaingan usaha sebagai landasan untuk menegakkan aturan hukum dan memberikan perlindungan yang legal kepada setiap pelaku usaha untuk menciptakan persaingan usaha yang sehat dan semakin memberikan perlindungan hukum bagi pelaku usaha kecil maupun besar (Hermansyah, 2008). Pengorganisasian dalam kepentingan pun dapat teratasi sesuai dengan ketentuan yang telah berlaku.

Iklim usaha yang sehat dapat menciptakan perkembangan terhadap usaha kecil maupun besar, online maupun offline yang tidak terlepas dari peranan pemerintah sebagai penentu keputusan dan kebijakan. Hal ini sesuai dengan

ketentuan pasal 1 angka 9 Undang-undang No 20 Tahun 2008 tentang UMKM yang menyatakan bahwa Iklim Usaha adalah kondisi yang diupayakan Pemerintah dan Pemerintah Daerah untuk memberdayakan usaha Mikro, Kecil, dan Menengah secara sinergis melalui penetapan berbagai aturan perundang-undangan dan kebijakan di berbagai aspek kehidupan ekonomi agar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memperoleh pemihakan, kepastian, kesempatan, perlindungan dan dukungan berusaha seluas-luasnya. Namun, ketentuan diatas diatur hanya untuk usaha yang berdiri pada suatu tempat atau memiliki bangunan. Jika dalam ranah retail maka hanya berlaku bagi usaha offline. Dan untuk ketentuan iklim usaha terhadap perdagangan online belum diatur secara spesifik.

Peraturan yang diberlakukan transaksi online secara umum di atur dalam Undang-undang No 11 Tahun 2008 Informasi dan Transaksi Elektronik, namun peraturan di dalamnya belum secara spesifik mengatur perdagangan yang diberlakukan secara online yang di dalamnya terdapat unsur persaingan usaha antar pelaku usaha online maupun offline. Hal ini juga berpengaruh pada pelaku usaha offline yang berdampak dengan kehadirannya marketplace.

Riyanto menjelaskan bahwa Marketplace memberikan dampak yang negative apabila terus dibiarkan tumbuh tanpa hukum, marketplace membutuhkan hukum yang sama seperti retail Giant, agar kedepannya pelaku usaha offline dan online tetap dapat melakukan bisnis dan dapat dipertanggungjawabkan.

Berdasarkan penuturan diatas, penulis memfokuskan kepada pelaku usaha retail giant yang merasakan adanya ancaman dengan keberadaan marketplace. Peraturan yang belum ada secara khusus untuk menangani pelaku usaha online maupun offline dalam bersaing secara sehat untuk menentukan harga jual yang adil bagi kedua belah pihak. Dengan begitu kondisi semacam ini membutuhkan perlindungan hukum atas kegiatan pelaku usaha untuk menjual produknya. Dari pelaku usaha yang memainkan harga dan produk secara bebas.

Toko retail dan pusat perbelanjaan secara offline telah diatur pada perpres No 112 Tahun 2007 tentang penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Pasar Modern, namun untuk Marketplace pengoperasiannya tidak ada peraturan yang mengatur secara terperinci apa yang dilarang dan diperbolehkan dalam melakukan pedagangan secara online. Ditambah lagi barang

ataupun jasa yang dijual oleh Retail pada umumnya sama yang dijual oleh Marketplace tersebut. Berkembangan marketplace menyebabkan keberadaan toko retail tersisih sehingga menciptakan persaingan yang tidak sehat diantara pelaku usaha tersebut. Kelebihan yang dimiliki oleh Marketplace tersebut tidak dimiliki oleh retail offline, sehingga hal ini menimbulkan kecemburuan social antara keduanya.

Dalam ilmu ekonomi pada dunia usaha, persaingan yang sempurna adalah suatu kondisi pasar yang ideal. Paling tidak ada empat asumsi yang melandasi agar terjadinya persaingan yang sempurna pada pasar usaha (Sugiarto, 2006): Pelaku usaha tidak dapat menentukan secara sepihak harga atas produk atau jasa; Barang dan jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha mempunyai kebebasan untuk masuk ataupun keluar dari pasar; Pelaku usaha mempunyai kebebasan untuk masuk ataupun keluar dari pasar; dan konsumen dan pelaku pasar memiliki informasi yang sempurna tentang berbagai hal.

Pelaku usaha yang membuka tokonya di marketplace dan menjual barang-barang yang mirip dengan produk retail Giant tidak masuk dalam kategori persaingan sempurna karena pelaku usaha yang ada di dalamnya menentukan secara sepihak harga atas produk dan jasa. Tanggapan tersebut di akui oleh pelaku usaha Sdr. Widhi yang mengatakan bahwa marketplace justru menyarankan selaku pelaku usaha yang berjualan di marketplace untuk perang harga, Contohnya yang pihak marketplace katakan missal pelaku usaha online mau menjual handphone merk xiaomi di marketplace yang harga pasarnya Rp1.500.000,00 dan mereka menyarankan sebelum menjual harus mengamati berapa harga jual termurah di marketplace tersebut. Jika ada beberapa penjual yang menjual Rp1.500.000,00 kata mereka maka pelaku usaha online disuruh menjual dengan harga Rp1450.000,00. Jadi harus seperti itu, margin kita semakin menipis untuk meghadapi persaingan harga biar jadi yang termurah.

Selaku Kepala Cabang Giant hal tersebut yang melahirkan rasa cemas, karena pada saat retail Giant dan retail lainnya melakukan penjualan di dalamnya sudah terdapat perjanjian terhadap Harga eceran tertinggi yang telah disepakati oleh supplier maupun pelaku usaha retail. Dan hal tersebut tidak berlaku di Marketplace sehingga hal ini menjadi tidak adil bagi pelaku usaha retail.

Dalam dunia usaha di Indonesia, telah terbagi beberapa kriteria usaha yang dapat dikategorikan sebagai pelaku usaha. Pada pasal 1 angka 5 Undang-undang No 20 Tahun 2008 kategori usaha dalam duni usaha meliputi usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar yang melakukan kegiatan ekonomi dan berdomisili di Indonesia. Kriteria usaha tersebut dapat diperjelas pada pasal 6 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Kriteria Usaha yang terdampak Persaingan Tidak Sehat dalam penelitian ini yaitu mengenai Persaingan usaha Hypermarket Giant terhadap Marketplace dimana Hypermarket Giant ini masuk dalam Kriteria Usaha Menengah yang perlu dilindungi sesuai dengan kriteria pada Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada pasal 6 ayat 3. Hal tersebut dibuktikan dengan pendapatan Perseroan milik Hypemarket Giant pada setiap bulan terakhir tanggal 31 Desember 2010, 2011 dan 2012 yang pada saat itu perseroan mendapatkan pendapatan bersih masing-masing Rp7.650,0 miliar, Rp8.952,1 miliar, dan Rp10.510,4 miliar. Sehingga dari data tersebut Perusahaan Perseoran milik Hypemarket Giant masuk dalam kriteria usaha menengah yang memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000,- (dua miliar lima ratus juta rupiah).

Pelaku usaha juga telah dijelaskan dalam Pasal 1 Undang-undang No 5 Tahun 1999 yaitu setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri-sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi. Namun dalam Undang-undang No 5 Tahun 1999, definisi pelaku usaha masih terbatas pada pelaku usaha yang melakukan kegiatan usahanya dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia. Dengan pengaturan demikian diperlukan adanya pengaturan yang lebih luas, agar KPPU memiliki kewenangan dan untuk melakukan pengawasan tidak hanya terhadap pelaku di Indonesia yang secara Offline saja, tetapi juga secara Online yang dapat mempengaruhi perekonomian di Indonesia.

Bentuk perlindungan hukum terhadap usaha yang berdampak pada

kehadirannya marketplace belum diatur secara implisit pada Undang-undang No. 5 tahun 1999. Namun kegiatan yang telah dilakukan oleh Marketplace meliputi penetapan harga yang sangat rendah telah dilarang oleh Undang-undang No 5 Tahun 1999 dalam pasal 20 yang berupa:

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

Juga masuk dalam pasal 21 UU No. 5 Tahun 1999 yang menyatakan:

“Pelaku usaha dilarang melakukan kecurangan dalam menetapkan biaya produksi dan biaya lainnya yang menjadi bagian dari komponen harga barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat”

Perlindungan hukum terhadap pelaku usaha yang berdampak ini seharusnya dikuasai oleh Negara, dengan adanya hal ini Negara harus berperan aktif untuk melindungi dan mengawasi kegiatan persaingan usaha. Mengingat bahwa Indonesia kini telah memasuki era Digital dimana kegiatan jual beli dapat dilakukan secara online sehingga pelaku usaha yang dapat secara bebas melakukan penjualan produk dengan harga terendah harus segera di atur sehingga pelaku usaha lain dapat terlindungi.

3.2 Penegakan Hukum Kedepan Agar Menjadi Persaingan Usaha Yang Sehat

Undang-undang Persaingan usaha telah mengatur pembentukan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), tercantum pada pasal 30 yang menyatakan bahwa; Untuk mengawasi pelaksanaan Undang-undang ini dibentuk Komisi Pengawas Persaingan Usaha yang selanjutnya disebut Komisi. Komisi adalah suatu lembaga independen yang terlepas dari pengaruh dan kekuasaan pemerintah serta pihak lain. Komisi bertanggung jawab kepada Presiden.

Komisi Pengawas Usaha ini dibentuk untuk mengawasi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya agar tidak melakukan praktik monopoli. dalam hal ini KPPU selain menjadi pengawas persaingan usaha juga berhak untuk menjatuhkan sanksi. Sanksi tersebut dapat berupa tindakan administratif, sedangkan sanksi pidana adalah wewenang pengadilan maka kewenangannya pun

hanya terbatas pada kewenangan administratif (Fahmi, 2009). Penegakan hukum dalam persaingan usaha yang dihadirkan pemerintah untuk mengawasi persaingan usaha nyatanya kurang berpengaruh dengan keberadaan marketplace yang telah secara bebas pelaku usahanya melakukan penjualan dengan penetapan harga yang rendah.

Purwanto Penegakan hukum yang diharapkan oleh pelaku usaha offline terkait persaingan usaha ini seharusnya dari pemerintah membuat divisi khusus yang kerjanya untuk mengawasi kegiatan usaha semacam itu. Karena jika dibiarkan terus menerus maka hal ini akan memberikan dampak yang negatif pada retail, termasuk berimbas pada produk menjadi kurang laku.

Sehubungan dengan adanya KPPU yang telah diatur di UU NO. 5 Tahun 1999 di dalamnya tidak terdapat aturan mengenai pengawasan untuk pelaku usaha secara online. Seharusnya untuk memaksimalkan tugas KPPU dalam mengawasi pelaksanaan kegiatan persaingan usaha, Komisi Pengawas Persaingan Usaha membentuk suatu direktorat pengawas persaingan usaha terhadap pelaku usaha online yang merugikan pelaku usaha offline yang telah menetapkan harga di bawah harga standart.

Bila melihat Penegakan Hukum yang dipegang oleh KPPU berdasarkan UU No. 5 Tahun 1999 hal ini ada kaitannya dengan teori Law as a tool of social engineering, maka Hukum dalam Undang-undang No 5 Tahun 1999 digunakan sebagai salah satu bentuk aturan yang diberlakukan di Indonesia ke dalam Pengawasan dan control untuk memberikan sanksi bagi pelaku usaha yang melakukan kegiatan persaingan tidak sehat. Ada beberapa alasan yang melandasi hal tersebut:

Pertama, adanya hukum perundang-undangan sebagai control social yang merupakan konsep-konsep yang banyak digunakan untuk melindungi pelaku yang merasakan kerugian akibat perbuatan seseorang. Dalam perspektif ini fungsi utama dari suatu hukum ini secara integrative dimaksudkan untuk mengatur dan memelihara regulasi social masyarakat Indonesia yang mempunyai usaha ke dalam suatu system hukum yang teregulasi dengan baik. Seperti pada wewenang KPPU pasal 36 huruf 1 yang menyatakan bahwa KPPU berhak menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif kepada pelaku usaha yang melanggar

ketentuan Undang-undang ini.

Kedua, hukum perundang-undangan persaingan usaha ini sebagai social engineering yang dijadikan tinjauan bagi pejabat untuk menggali sumber-sumber kegiatan sebagai mobilisasi dengan menggunakan Hukum Persaingan sehat ini sebagai mekanismenya. Persaingan usaha tidak sehat yang kegiatannya adalah menetapkan harga sangat murah merupakan suatu tindakan yang dapat merugikan yang walaupun dalam aturan Undang-undang persaingan usaha yang bersifat memaksa dan tegas sudah ada, namun faktanya sampai kapanpun kegiatan persaingan usaha semacam ini akan selalu ada. Maka disini, peran pejabat pemerintah, baik sebagai pembuat kebijakan maupun sebagai aparat pengawas dan regulasi suatu produk hukum harus membuat peraturan perundang-undangan yang nantinya bisa menjadi social engineering bagi seluruh masyarakat Indonesia. Salah satunya adalah dalam pembuatan produk perundang-undangan, maka perlu memperhatikan keadaan social budaya yang berkembang di masyarakat dari waktu ke waktu.

Penegakan hukum yang dibutuhkan dalam Persaingan usaha retail terhadap marketplace diharapkan mampu memenuhi kepentingan-kepentingan Umum, masyarakat dan pribadi roscoe pound seperti yang telah diharapkan oleh Bapak Riyanto.

Riyanto menjelaskan bahwa penegakan hukum harus bisa melakukan pengawasan terhadap pelaku usaha yang melakukan perbuatan merugikan tersebut berdasarkan undang-undang. Dalam menetapkan harga yang di bawah standart sudah seharusnya pelaku seperti ini bisa di lacak untuk dimintai pertanggung jawaban, setidaknya perlakukanlah dengan sama seperti pelaku-pelaku yang lain yang berkaitan terhadap permasalahan seperti ini. Kenapa system yang ada di marketplace justru sangat bebas sekali untuk pelaku usaha yang memainkan harga. Atas dasar tanggapan tersebut bahwa hukum ada untuk menjadi alat yang mengatur dan mengelola masyarakat, sehingga keadaan yang terjadi sekarang dapat membawa kepada pembaharuan-pembaharuan ke arah pembangunan. Sehingga hal ini akan menghasilkan kemajuan hukum yang bertujuan untuk mendisiplinkan seluruh elemen masyarakat (Nazaruddin, 2017).

Fungsi hukum sebagai alat control social dapat berjalan dengan baik

apabila materi hukum jelas dan pihak pelaksana melaksanakan hukum sesuai dengan perannya. Suatu aturan atau hukum yang sudah memenuhi harapan suatu masyarakat dan mendapatkan dukungan, belum tentu bisa berjalan dengan baik apabila tidak didukung oleh aparat pelaksana yang berkomitmen terhadap pelaksanaan hukum (Diab, 2014). Teori kontrol sosial dipergunakan dalam penelitian ini karena pada prinsipnya bahwa Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 ditujukan untuk mengontrol perilaku pelaku usaha agar tidak terjadi praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat. Dengan adanya kontrol sosial maka jaminan terhadap stabilitas pasar dan usaha sehat akan dapat terwujud.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Pertama, Perlindungan terhadap persaingan usaha tidak sehat dimana retail sebagai pelaku usaha yang terdampak pada persaingan tidak sehat yang dilakukan oleh pelaku usaha marketplace. Dimana didalamnya penjualan produk tidak ada peraturan yang melindungi pelaku usaha lain atas penetapan harga yang rendah saat ini dirasa kurang. Selain itu pelaku usaha marketplace telah menjamur dengan melakukan penjualan barang yang sama dengan yang ada di marketplace. Sehingga penjualan melalui marketplace telah mendominasi pelaku usaha offline retail. Bentuk perlindungan hukum atas kegiatan yang dilakukan oleh marketplace telah diatur oleh perundang-undangan yaitu Undang-undang ITE, Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM serta Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Anti Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Namun kedua undang-undang tersebut belum merinci secara spesifik mengenai bagaimana proses perlindungan terhadap pelaku usaha yang terdampak pada kehadiran marketplace.

Kedua, Penegakan hukum dalam persaingan usaha tidak sehat telah diawasi oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Tetapi dengan adanya undang-undang No 5 Tahun 1999 dapat digunakan sebagai bentuk penegakan yang diperlakukan di Indonesia. Menurut Teori Law as a tool of social engineering, pejabat pemerintah Indonesia dan juga penegak hukum diharapkan untuk dapat melakukan pembaharuan menyesuaikan dengan kultur masyarakat social yang

berubah-ubah. Alasan adanya kesimpulan ini karena keadaan pasar dalam berdagangan sudah tidak terkendali sehingga Undang-undang no 5 Tahun 1999 sebagai control social yang merupakan konsep untuk pemerintah dan masyarakat mentaati sehingga menciptakan ketertiban dan meminimalisir kerugian yang diderita oleh pelaku usaha. Selain itu UN no. 5 Tahun 1999 juga sebagai *social engineering* yang merupakan kunci untuk pejabat maupun penegak hukum melakukan tugas dan pengawasan. Peraturan-peraturan yang ada di UU NO 5 Tahun 1999 akan mampu menjadi pijakan dan mengikat seluruh elemen masyarakat sehingga dengan hal ini dapat merekayasa masyarakat (*social engineering*) sehingga menjadi pedoman dan alat control bagi masyarakat terhadap kegiatan yang merugikan atau menyimpang dari undang-undang. Untuk mewujudkan *law is a tool of social engineering* pejabat pemerintah yang membuat kebijakan maupun penegak hukum dapat bersinergi untuk mencapai kepastian hukum di Indonesia melalui budaya hukum yang ada di masyarakat

4.2 Saran

Pertama, Pemerintah pusat hendaknya melakukan perubahan Undang-undang perlindungan dan penegak hukum dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 mengenai kegiatan Persaingan Usaha yang dilakukan secara online. Peraturan tersebut harus berkaitan dengan perlindungan hukum pada pelaku yang terdampak pada hadirnya marketplace. Dengan hadirnya pengaturan secara spesifik, maka tindakan pelaku usaha marketplace yang menyebabkan terciptanya kegiatan persaingan usaha tidak sehat dapat dihentikan dan tidak hanya kepentingan sesama pelaku usaha yang terlindungi tetapi juga kepentingan konsumen.

Kedua, Pemerintah serta lembaga yang mempunyai kewenangan terhadap perundang-undangan, serta perundang-undangan harus menjadi *Control of Social Engineering* perlu upaya untuk memberikan peraturan dalam Undang-undang No 5 Tahun 1999 mengenai peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha, karena ternyata KPPU tidak bisa menaungi dalam konsep ini penegak hukum secara online maka setidaknya memberikan divisi khusus untuk memberikan kendali serta mengerjakan kewenangan penegak hukum atau jika perlu melahirkan pengawas lain terhadap hadirnya marketplace yang melakukan kegiatan persaingan usaha tidak sehat. Sehingga masyarakat bisa tertib dalam melakukan

persaingan usaha yang sehat.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi et.al., Andi. (2009). *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks dan Konteks*. Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU).
- Hermansyah. (2008). *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada, Jakarta.
- Munir, Misbakhul M. (2011). *Analisis Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Permata Di Kecamatan Balapulang*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Nazaruddin, Lathif. (2016). Teori hukum sebagai sarana/alat untuk memperbaharui atau merekayasa masyarakat. *E-Jurnal Pakuan Law Review Vol. 3, No.1, Fakultas Hukum Universitas Pakuan*
- Saor, Simamora Contanius dan Prihatin, Santoso Gatot. (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*
- Soekamto, Soerjono. (1986). *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press
- Sugiarto, Irwan. (2014). “Perspektif Ilmu Ekonomi dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terhadap Deskriminasi harga,” *Jurnal wawasan Hukum Volume 33 Nomor 2*
- Wie, T. K. (2002), Competition Policy in Indonesia and The New Anti-monopoly and Fair Competition Law. *Bulletin Indonesia Economic Studies, vol. 38, No. 3*