

**PERSAINGAN USAHA *COFFEE SHOP* DI KECAMATAN
KARTASURA DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR
5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTEK
MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1
pada Jurusan Hukum Fakultas Hukum**

Oleh:

SILVYA AYU KUSUMAWARDHANI

C100170007

**PROGRAM STUDI HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERSAINGAN USAHA *COFFEE SHOP* DI KECAMATAN KARTASURA
DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999
TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN
USAHA TIDAK SEHAT**

PUBLIKASI ILMIAH

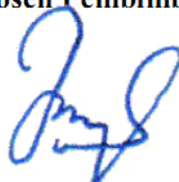
oleh:

SILVYA AYU KUSUMAWARDHANI

C 100 170 007

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Inayah, S.H., M.H

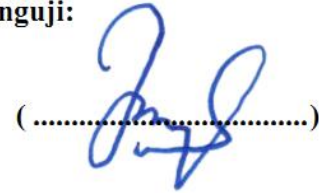

HALAMAN PENGESAHAN

PERSAINGAN USAHA *COFFEE SHOP* DI KECAMATAN KARTASURA
DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999
TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN
USAHA TIDAK SEHAT

OLEH
SILVYA AYU KUSUMAWARDHANI
C 100 170 007


Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Hukum
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Kamis, 1 Juli 2021
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Inayah, S.H., M.H (Ketua Dewan Penguji) 
2. Dr. Kelik Wardiono, S.H., M.H. (Anggota I Dewan Penguji) 
3. Andrea Luhur P, S.H., M.Kn. (Anggota II Dewan Penguji) 



Dekan


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

NIP. 196812261993031002 / NIDN. 0026126801

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 di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 1 Juli 2021

Penulis



SILVYA AYU KUSUNAWARDHANI
C 100 170 007

**PERSAINGAN USAHA *COFFEE SHOP* DI KECAMATAN KARTASURA
DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999
TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN
USAHA TIDAK SEHAT**

Abstrak

Coffee shop merupakan suatu usaha yang sedang berkembang, karena menjadi bagian dari suatu gaya hidup masyarakat sekarang. *Coffee shop* adalah tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi dan makanan dalam suasana santai, tempat yang nyaman, dan, desain interior yang menarik. Permasalahan yang terdapat pada usaha *coffee shop* dalam hal ini adalah penentuan pasar bersangkutan pada usaha *coffee shop* tersebut, kemudian apakah melanggar perjanjian yang dilarang dan kegiatan yang dilarang atau tidak. Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa berdasarkan keunggulan yang dilakukan oleh pemilik *coffee shop* untuk meningkatkan daya saing, usaha *coffee shop* tersebut dikategorikan dalam pasar bersangkutan yang sama yaitu pasar bersangkutan dari aspek pasar produk. Usaha *coffee shop* di Kecamatan Kartasura tidak ditemukan adanya pelanggaran dalam hal perjanjian yang dilarang ataupun kegiatan yang dilarang yang didasarkan pada Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

Kata kunci: persaingan usaha, pasar bersangkutan

Abstract

Coffee shop is a business that is growing, because it is part of a lifestyle of today's society. Coffee shop is a place that provides various types of coffee and food in a relaxed atmosphere, comfortable place, and, attractive interior design. The problem in the coffee shop business in this case is the determination of the relevant market in the coffee shop business, then whether it violates the prohibited agreement and prohibited activities or not. From this study, it was found that based on the advantages carried out by the coffee shop owner to increase competitiveness, the coffee shop business was categorized in the same relevant market, namely the relevant market from the aspect of the product market. The coffee shop business in Kartasura District did not find any violations in terms of prohibited agreements or prohibited activities based on Law Number 5 of 1999.

Keywords: business competition, relevant market

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini bangsa Indonesia sedang giat-giatnya melaksanakan pembangunan di segala bidang terutama pada bidang ekonomi. Kegiatan ekonomi semakin luas menjangkau seluruh bagian Negara dan mempunyai cakupan yang luas, jarak dan waktu bukanlah penghalang bagi kegiatan ekonomi. Kegiatan ekonomi merupakan aktifitas yang tidak terlepas dari kehidupan manusia, bahwa kegiatan ekonomi ada sejak manusia mengenal kebudayaan. Kegiatan ekonomi menjadi

salah satu bagian penting dalam dinamika kehidupan manusia, karena manusia selalu mempunyai kebutuhan hidup baik primer, sekunder, maupun tersier, semakin kompleks kebutuhan manusia maka akan meningkat kegiatan ekonominya (Hartono, 2017).

Persaingan merupakan suatu kondisi yang selalu lekat dengan karakteristik manusia, dimana manusia selalu memiliki kecenderungan untuk saling mengungguli manusia lain dalam banyak hal (Siswanto, 2004). Pada era industri saat ini, persaingan dibidang ekonomi adalah persaingan usaha yang dilakukan para penjual agar mendapatkan pembeli dan pangsa pasar.

Jika menyebut kata "monopoli" maka yang ada dalam benak kita adalah adanya seseorang atau kelompok orang yang menguasai suatu bidang tertentu secara mutlak tanpa memberikan kesempatan kepada orang lain untuk ikut ambil bagian. Dengan monopoli sesuatu berarti terbuka kesempatan untuk mengaruk keuntungan yang sebanyak-banyaknya bagi keuntungan kantong sendiri. Penguasaan aset kepemilikan kekayaan ditangan individu atau kelompok mengenai sesuatu yang diijinkan, tetapi ketika kebebasan itu dimanfaatkan untuk menciptakan praktik monopolistik yang merugikan maka Negara berkewajiban untuk melakukan intervensi dan koreksi (Makala, 2014).

Kegiatan penguasaan pasar sangat erat hubungannya dengan kepemilikan posisi dominan dan kekuatan pasar yang signifikan di pasar yang bersangkutan. Penguasaan pasar akan sulit tercapai apabila para pelaku usaha, baik secara individu maupun kelompok tidak mempunyai kedudukan yang kuat di pasar tersebut (Sugiarto, 2015).

Persaingan tidak sehat menurut Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, merupakan persaingan yang dilakukan antar para pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi maupun pemasaran barang dan/atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur ataupun melawan hukum atau menghambat persaingan usaha (Hermansyah, 2008).

Usaha *coffee shop* semakin berkembang pada saat ini di tengah masyarakat. *Coffee shop* saat ini tidak hanya sebagai tempat untuk menikmati kopi tetapi bisa menjadi tempat untuk mengerjakan tugas, menjadi tempat untuk

berfoto, dan tempat untuk bertemu rekan kerja. *Coffee shop* biasanya berada di pusat-pusat strategis, wilayah dekat kampus, dan di pusat pembelanjaan, misalnya di wilayah Kecamatan Kartasura. Keberadaan *coffee shop* lebih banyak dicari dan dikunjungi konsumen.

Secara tidak langsung *coffee shop* di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo ini mulai menjadi peluang usaha yang menjanjikan bagi pemilik usaha tersebut. Melihat banyaknya *coffee shop* yang menjamur beberapa tahun belakangan ini apakah membuat berkurangnya kesempatan bersaing antar *coffee shop* yang setiap malam penuh dengan pengunjung. Berdasarkan penjelasan yang disampaikan diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Persaingan Usaha *Coffee Shop* di Kecamatan Kartasura Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.” Masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini : bagaimana persaingan usaha *coffee shop* di Kecamatan Kartasura ditinjau dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

2. METODE

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode pendekatan yuridis empiris yaitu dengan memadukan penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan. Dalam penelitian ini penulis akan melakukan analisis terhadap permasalahan yang muncul dilihat dari aspek pasar bersangkutan, aspek perjanjian yang dilarang dalam hal perjanjian penetapan harga, perjanjian wilayah, dan aspek kegiatan yang dilarang dalam hal larangan praktek monopoli pada usaha *coffee shop* di Kecamatan Kartasura berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Persaingan Usaha *Coffee Shop* di Kecamatan Kartasura ditinjau dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Untuk mengetahui apakah usaha yang dilakukan oleh pemilik *coffee shop* di Kecamatan Kartasura melanggar ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Usaha *coffee shop* tersebut kemudian dikaitkan dengan Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang pasar bersangkutan.

Persaingan usaha adalah perseteruan atau revalitas antara pelaku usaha yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang dan jasa yang baik pula.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik *Coffee Shop* Wot Pakarti, Kedai Ruang Tengah, Serujuk *Coffee* dan *House Of Sunar Coffee*, beberapa keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing antar pemilik *coffee shop* antara lain yaitu yang pertama produk, produk merupakan keseluruhan proses atau objek yang memberikan sejumlah nilai manfaat pada konsumen. Dalam dunia perdagangan, persaingan dalam hal barang dagangan atau produk adalah hal yang wajar. Menurut hasil wawancara para pemilik *coffee shop* menyediakan barang dagangan atau produk yang beragam untuk menarik minat beli para pelanggan. Beragam pilihan yang ditawarkan terhadap konsumen merupakan salah satu hal penentu dalam persaingan. Melalui banyaknya produk yang ditawarkan daya beli konsumen tidak hanya berpatokan terhadap satu produk tetapi pada banyak produk. Penyajian makanan dan minuman yang menarik juga menjadi hal penting bagi para pemilik *coffee shop*. Misalnya dalam penyajian minuman dingin atau es pemilik keempat *coffee shop* menggunakan gelas yang terbuat dari bahan plastik dan minuman panas atau hangat menggunakan gelas dari bahan kaca. Kemudian penyajian makanan ringan atau makanan berat dengan menggunakan piring, yang dapat digunakan lagi untuk menghemat biaya produksinya.

Kedua yaitu harga, harga merupakan salah satu yang sangat dipertimbangkan oleh para konsumen pada saat akan membeli suatu barang atau jasa. Karena pada dasarnya harga yang murah menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen, maka pemilik berusaha untuk menetapkan harga sesuai dengan harga pasaran yang relatif sama dengan *coffee shop* lainnya. Persaingan yang berkaitan dengan harga yang terjadi pada usaha *coffee shop* di Kecamatan Kartasura adalah

hal yang wajar terjadi, dikarenakan faktor biaya produksi, gaji pegawai dan faktor strategi yang dimiliki oleh masing-masing *coffee shop*.

Ketiga adalah tempat, tempat menjadi hal yang penting bagi para pemilik *coffee shop* di Kecamatan Kartasura. Pemilik usaha *coffee shop* mencari tempat yang strategis yang dapat dijangkau oleh konsumen. Meskipun pada kenyataannya pemilik memerlukan tempat yang strategis demi kelancaran usahanya, namun mereka tetap melakukan persaingan yang sehat. Selain tempat yang strategis, fasilitas seperti *wifi*, kamar mandi, mushola dan tempat yang nyaman bagi pelanggan harus diperhatikan.

Keempat yaitu pelayanan, pelayanan yang diberikan pekerja kepada pelanggan harus dengan ramah, jangan memberikan sesuatu yang buruk atau tidak berkualitas. Pekerja memberikan pelayanan baik yaitu dengan memberikan pelayanan yang ramah, tidak menyinggung konsumen dengan kata-kata kasar dan memberikan ucapan terima kasih. bahwa pelayanan yang baik sangat diperlukan karena konsumen adalah raja yang harus dilayani dengan sebaik-baiknya. Hal ini untuk menjaring konsumen yang sebanyak-banyaknya, sehingga untuk menaruh kepercayaan kepada banyak konsumen untuk kembali yang kedua kalinya untuk membeli.

Persaingan usaha *coffee shop* tersebut dikaitkan dengan ketentuan Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mengenai pasar bersangkutan. Pasar Bersangkutan diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 pada Pasal 1 Angka 10 yang berbunyi, “Pasar bersangkutan adalah 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 jasa tersebut.” Untuk dapat mengetahui lebih lanjut terkait definisi pasar bersangkutan yang termuat dalam pasal tersebut, kita harus mengetahui unsur-unsur yang terkandung di Pasal 1 Angka 10 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 terlebih dahulu, diantaranya (Nugroho, 2012):

Pasar adalah lembaga ekonomi di mana para konsumen dan penjual baik secara langsung maupun tidak langsung dapat melakukan transaksi perdagangan barang dan atau jasa. Mengacu pada penetapan pasar bersangkutan berdasarkan aspek geografis atau daerah/teritori yang merupakan lokasi pelaku usaha

melakukan kegiatan usahanya, dan/atau lokasi ketersediaan atau peredaran produk dan jasa dan/atau dimana beberapa daerah memiliki kondisi persaingan relatif seragam dan berbeda dibanding kondisi persaingan dengan daerah lainnya. Pelaku usaha adalah 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 maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.

Mengacu pada pengertian pasar bersangkutan berdasarkan produk. Produk akan dikategorikan dalam pasar bersangkutan atau dapat digantikan satu sama lain apabila menurut konsumen terdapat kesamaan dalam hal fungsi/peruntukan/penggunaan, karakter spesifik, serta perbandingan tingkat harga produk tersebut dengan harga barang lainnya. Dari sisi penawaran, barang substitusi merupakan produk yang potensial dihasilkan oleh pelaku usaha yang berpotensi masuk ke dalam pasar tersebut.

Cakupan definisi dari pasar bersangkutan yang tercantum di UU Anti Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terbagi menjadi 2 (dua) aspek, yakni pasar berdasarkan produk dan selanjutnya ialah pasar berdasarkan geografis. Berikut penjelasan terkait pasar berdasarkan pasar produk dan pasar geografis (Nugroho, 2012).

Pasar berdasarkan produk dapat didefinisikan sebagai produk- produk pesaing dari produk tertentu ditambah dengan produk lain yang bisa menjadi substitusi dari produk tersebut. Dengan kata lain, pasar berdasarkan produk terkait dengan kesamaan, atau kesejensan dan/atau tingkat substitusinya (Nugroho, 2012). Produk yang dimaksud dalam hal ini akan dikategorikan dalam pasar bersangkutan atau dapat digantikan satu sama lain apabila menurut konsumen terdapat kesamaan dalam hal fungsi/peruntukan/penggunaan, karakter spesifik, serta perbandingan tingkat harga produk tersebut dengan harga lainnya. Dalam hal initerdapat beberapa indikator utama, yaitu harga, karakter, atau ciri dari suatu produk yang bersangkutan, dan kegunaan (fungsi) (Nugroho, 2012).

Pasar berdasarkan geografis merupakan wilayah dimana suatu pelaku usaha dapat meningkatkan harganya tanpa menarik masuknya pelaku usaha baru

atau tanpa kehilangan konsumen yang signifikan, yang berpindah ke pelaku usaha lain di luar wilayah tersebut (Nugroho, 2012). Selain itu, dapat diartikan sebagai lokasi pelaku usaha untuk melakukan kegiatannya, dan/atau lokasi ketersediaan atau peredaran produk dan jasa dan/atau di mana beberapa daerah memiliki kondisi persaingan relative seragam dan berbeda dibanding kondisi persaingandengan daerah lainnya.

Berdasarkan dari hasil penelitian dan wawancara dari penulis usaha *coffee shop* tersebut masuk dalam pasar bersangkutan aspek pasar produk . Indikator penentuan pasar produk dalam usaha *coffee shop* yaitu aspek harga, karakter, dan kegunaan (fungsi) produk. Keempat *coffee shop* tersebut memiliki fungsi atau kegunaan yang sama yaitu sebagai tempat untuk menikmati kopi, mengerjakan tugas, berbincang-bincang atau sekedar melepas penat. Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara penulis bahwa terdapat karakteristik yang sama antara keempat *coffee shop* tersebut yang antara lain dapat dilihat dari sisi bentuk pengemasan yaitu dari keempat *coffee shop* tersebut dalam hal pengemasan produk minuman sama-sama menggunakan gelas yang terbuat dari bahan plastik untuk minuman dingin dan gelas yang terbuat dari kaca untuk minuman panas/hangat, dan untuk produk makanan menggunakan alas makan yang sama yaitu piring.

Makanan dan minuman yang ditawarkan antara empat *coffee shop* tersebut hampir sama antara jenis minuman makanan maupun rasa dari setiap produknya walau hanya berbeda pada penamaan menunya saja. Lalu bahan baku pembuatan yang sama, antar *coffee shop* dalam hal ini yang dimaksudkan adalah bahan dasar pembuatan yang sama misalnya biji kopi, susu, gula, perasa, bumbu dan lain-lain. Kemudian kualitas, dalam hal kualitas pemilik masing-masing *coffee shop* rata-rata memiliki kualitas produk dan pelayanan yang sama karena memang kualitas dari setiap *coffee shop* mempengaruhi minat beli konsumen. Dekorasi ornamen *coffee shop*, keempat *coffee shop* tersebut sama-sama ditata sedemikian rupa menjadi tempat yang nyaman bagi para konsumen, misalnya fasilitas yang dimiliki adalah *wifi*, colokan, kamar mandi, mushola, ruang rapat dan parkir yang luas. Terakhir sistem pemasaran atau strategi promosinya pemilik *coffee shop* tersebut menggunakan sosial media dalam pemasarannya, karena memang pada

saat ini, cara tersebut sangat efektif untuk menyebar luaskan sebuah usaha, pemilik menggunakan sosial media *instagram* dan *facebook* dalam sistem pemasarannya.

Sepanjang konsumen menentukan bahwa produk terkait memiliki karakter dan fungsi yang sama, maka produk-produk tersebut dapat dikatakan sebagai substitusi pasar bersangkutan yang sama.

Dilihat dari segi prespektif harga, produk-produk yang dianalisis tidak harus memiliki kesamaan harga, karena variasi harga dari produk-produk yang dianalisis sangat mungkin terjadi. Inti analisis terhadap parameter harga bukan pada besaran nominal, tapi pada reaksi konsumen terhadap perubahan harga yang terjadi pada produk yang dimaksud. Perbedaan tingkat harga yang ditetapkan didasarkan pada biaya bahan baku dan pembiayaan gaji pekerja. Selain itu, berdasarkan keterangan pemilik masing-masing *coffee shop* diperoleh keterangan bahwa perbedaan tingkat harga kopi yang dijual dilakukan dalam rangka menjaga citra produk (*brand image*). Walaupun demikian pada saat diadakannya promo atau potongan harga oleh pemilik *coffee shop*, konsumen akan memilih untuk mengunjungi *coffee shop* yang sedang mengadakan promo atau potongan harga tersebut.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 terdapat perjanjian yang dilarang, kegiatan usaha yang dilarang, dan posisi dominan. Berdasarkan perjanjian yang dilarang dalam Pasal 5 tentang perjanjian penetapan harga (*Price fixing*), bahwa usaha *coffee shop* tidak melakukan perjanjian atau kerjasama dalam hal penentuan harga produknya karena pada setiap *coffee shop* memiliki ketentuan harga masing-masing. Kemudian berdasarkan Pasal 9 tentang pembagian wilayah (*Division of market allocation*), keempat *coffee shop* tersebut tidak melakukan perjanjian untuk pembagian wilayah walaupun mereka terdapat dalam satu kecamatan yang sama yaitu Kecamatan Kartasura.

Analisa terhadap kegiatan-kegiatan yang dilarang dalam pelaksanaan usaha *coffee shop* berdasarkan Pasal 17 tentang Larangan Praktik Monopoli. Monopoli yaitu memusatkan kegiatan ekonomi yang berakibat penguasaan pada jasa dan/atau produk tertentu. Sampai dengan tahun 2021, keadaan pasar *coffee shop* masih dalam keadaan stabil. *Coffee shop* memiliki pesaing yang sama,

karena tidak hanya satu *coffee shop* di Kecamatan Kartasura. Sehingga antar *coffee shop* belum menguasai 50% pangsa pasar dan belum dikatakan melakukan kegiatan monopoli.

Dari analisa tersebut diatas menunjukkan bahwa usaha *coffee shop* tidak melakukan pelanggaran dalam perjanjian atau kegiatan-kegiatan usaha. Persaingan antar *coffee shop* di Kecamatan Kartasura masih dalam taraf stabil. Sesuai dengan hasil wawancara antara penulis dengan pemilik masing-masing *coffee shop* tersebut.

Dari pengamatan dan observasi terhadap empat *coffee shop* tersebut belum terlihat adanya perjanjian atau kegiatan yang mengakibatkan pelanggaran. Oleh karena itu, munculnya *coffee shop* tidak melanggar peraturan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dan masih dalam kategori persaingan usaha yang sehat.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada narasumber, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : Persaingan Usaha *Coffee Shop* di Kecamatan Kartasura ditinjau dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Usaha *coffee shop* di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo tidak melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Meskipun usaha *coffee shop* tersebut dapat dimasukkan dalam Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang pasar bersangkutan yaitu pasar bersangkutan berdasarkan aspek pasar produk karena kesamaan harga, karakter/ciri produk dan kegunaan atau fungsi. Para pelaku usaha *coffee shop* tersebut tidak pernah melakukan perjanjian dalam hal penetapan harga (*price fixing*) berdasarkan Pasal 5 dan pembagian wilayah (*division of market allocation*) berdasarkan Pasal 9. Serta tidak melakukan kegiatan yang dilarang yaitu larangan praktek monopoli berdasarkan Pasal 17. Usaha *coffee shop* tersebut mempunyai pangsa pasar masing-masing dan masih dalam kategori persaingan usaha yang sehat.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis kepada narasumber dalam persaingan usaha *coffee shop* di Kecamatan Kartasura ditinjau dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat, maka dengan hal ini memberikan saran sebagai berikut: *pertama*, bagi para pemilik usaha *coffee shop* di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo untuk kedepannya diharapkan dalam menjalankan usahanya tidak bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Kedua*, Pemilik *coffee shop* di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo harus selalu meningkatkan pelayanan dan mutu, untuk menjaring konsumen yang lebih banyak. *Ketiga*, bagi pemerintah atau badan yang berwenang harus mengawasi persaingan usaha antara usaha *coffee shop*. Peraturan yang sudah ditetapkan harus ditegakkan, sehingga jika terjadi pelanggaran maka pelaku usaha dapat dikenakan sanksi yang dapat menimbulkan efek jera.

DAFTAR PUSTAKA

- Hartono, Sri Redjeki . (2007). *Hukum Ekonomi Indonesia*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Hermansyah. (2008). *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Makala, Mashur. (2014). “Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha, “*Jurnal Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Kendari Vol. 7 No. 2* .
- Nugroho, Susanti Adi. (2012). *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia Dalam Teori dan Praktik serta Penerapan Hukumnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Pedoman Penerapan Pasal 1 Angka 10 Tentang Pasar Bersangkutan Berdasarkan Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat
- Siswanto, Arie. (2004). *Hukum Persaingan Usaha*, cet 2. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Sugiarto, Irwan. (2015). “Prespektif Ilmu Ekonomi dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan

Usaha Tidak Sehat Terhadap Diskriminasi Harga,” *Jurnal Wawasan Hukum Volume 33 Nomor 2 (September Tahun 2015)* .