

TINJAUAN HUKUM TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA PADA PERDAGANGAN RITEL DI MEDAN

(Studi Kasus di PT.Electronic City Indonesia Cabang Medan)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir
Perkuliahan Untuk Mendapatkan
Gelar Sarjana Hukum

O L E H

SUDARMONO SILABAN

NPM : 06 840 0033

BIDANG HUKUM KEPERDATAAN



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MEDAN AREA
M E D A N
2 0 1 0**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 26/7/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

I. PENYAJI

NAMA : SUDARMONO SILABAN
NIM : 06 840 0033
BIDANG : HUKUM KEPERDATAAN
JUDUL SKRIPSI : TINJAUAN HUKUM TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA PADA PERDAGANGAN RITEL DI MEDAN (Studi Kasus di PT.Electronic City Indonesia Cabang Medan)

II. DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

1. NAMA : H.ABDUL MUIS,SH,MS
JABATAN : DOSEN PEMBIMBING I
TANGGAL PERSETUJUAN :
TANDA TANGAN :
2. NAMA : ZAINI MUNAWIR S,SH,M.HUM
JABATAN : DOSEN PEMBIMBING II
TANGGAL PERSETUJUAN :
TANDA TANGAN :

III. PANITIA UJIAN MEJA HIJAU

1. KETUA : SUHATRIZAL,SH,MH
2. SEKRETARIS : MUAZZUL,SH,M.HUM
3. PENGUJI I : H.ABDUL MUIS,SH,MS
4. PENGUJI II : ZAINI MUNAWIR S,SH,M.HUM

TANDA TANGAN

DIKETAHUI OLEH

DEKAN
FAKULTAS HUKUM-UMA

KETUA BIDANG HUKUM KEPERDATAAN
FAKULTAS HUKUM –UMA

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

(SYAFARUDDIN,SH,M.HUM)

Document Accepted 26/7/24

(H.ABDUL MUIS,SH,MS)

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS HUKUM
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL SKRIPSI : TINJAUAN HUKUM TENTANG LARANGAN PRAKTEK
MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA PADA
PERDAGANGAN RITEL DI MEDAN (Studi Kasus di PT.
Electronic City Indonesia Cabang Medan).

PENULIS :

NAMA : SUDARMONO SILABAN

NIM : 06 840 0033

BIDANG : HUKUM KEPERDATAAN

DI PERIKSA OLEH :

DOSEN PEMBIMBING I



(H.ABDUL MUIS, SH,MS)

DOSEN PEMBIMBING II



(ZAINI MUNAWIR S, SH, M. Hum)

DESETUJUI OLEH

KEPALA BIDANG HUKUM KEPERDATAAN
FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS MEDAN AREA



(H.ABDUL MUIS, SH,MS)

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 26/7/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id) 26/7/24

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah mengkaruniakan kesehatan dan kelapangan berpikir kepada penulis sehingga akhirnya tulisan ilmiah dalam bentuk skripsi ini dapat juga terselesaikan oleh penulis.

Skripsi penulis ini berjudul **“TINJAUAN HUKUM TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA PADA PERDAGANGAN RITEL DI MEDAN (Studi Kasus di PT.Electronic City Indonesia Cabang Medan)”**.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Medan Area Bidang Hukum Keadanaan.

Dalam menyelesaikan tulisan ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan yang berbahagia ini penulis ingin mengucapkan terima-kasih yang sebesar-besarnya kepada :

- Bapak Syafaruddin, SH, M.Hum, selaku Dekan pada Fakultas Hukum Universitas Medan Area.
- Bapak H. Abdul Muis, SH, MS, selaku Ketua Bidang Hukum Perdata pada Fakultas Hukum Universitas Medan Area, dan sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I Penulis.
- Bapak Zaini Munawir S, SH, M.Hum, selaku Dosen Pembimbing II Penulis.
- Bapak Suhatrizal,SH.MH,selaku Ketua dalam Penguji Meja Hijau

Bapak Muazul SH.M.Hum,selaku Sekretaris dalam Ujian Meja Hijau

- Bapak dan Ibu Dosen dan sekaligus Staf administrasi di Fakultas Hukum Universitas Medan Area.
- Rekan –rekan se-almamater
- Rekan-rekan kerja penulis yang telah memberikan bantuan moril yaitu memeberikan semangat kepada penulis untuk lebih maju.

Penulis juga mengucapkan rasa terima-kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua penulis Ayahanda Humisar Silaban dan Ibunda Niara Simamora yang telah memberikan pandangan kepada penulis tentang pentingnya ilmu di hari–hari kemudian nantinya. Semoga kasih sayang mereka tetap menyertai penulis.

Kepada saudara saya Kakak Relinta Silaban, Abang Rudi Silaban, Kakak Rina Silaban, Kakak Nurhaida Silaban, Kakak Santa Uli Silaban, Abang Sartono Silaban, dan Adeku Herwin Silaban yang telah memberikan dukungan moril kepada penulis dan memotifasi penulis untuk terus maju.

Demikian penulis hajatkan, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Medan, April 2010

SUDARMONO SILABAN

NPM : 06 840 0033

ABSTRAKSI

TINJAUAN HUKUM TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA PADA PERDAGANGAN RITEL DI MEDAN

(Studi Kasus di PT.Electronic City Indonesi Cabang Medan)

O l e h

SUDARMONO SILABAN
NPM:06 840 0033
BIDANG HUKUM KEPERDATAAN

Dalam era globalisasi sekarang ini, dimana setiap negara berusaha agar negaranya tidak tertinggal dari negara-negara lain. Oleh karena itu setiap negara melakukan berbagai inovasi-inovasi yang akhirnya akan menimbulkan suatu perkembangan di dalam negara tersebut. Salah satu perkembangan yang paling menonjol adalah perkembangan ekonomi. Perkembangan yang ada belakangan ini menunjukkan bahwa sistem ekonomi pasar cenderung dianut oleh negara-negara. Menyusul ambuknya ideologi komunis beserta sistem ekonomi terpusatnya, berbagai bekas negara komunis mulai menerapkan sistem ekonomi pasar.

Di Indonesia sendiri sejak tahun 1999, dikeluarkan Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 ini, mengakibatkan pelaku usaha terutama usaha retail lebih memahami kode etik dalam persaingan usaha yang sehat di dalam pasar bagi para pelaku usaha dan konsumen.

Penelitian ini mengajukan rumusan masalah yaitu bagaimana perlindungan hukum terhadap persaingan usaha yang tidak sehat pada perdagangan retail dan bagaimana tindakan yang dapat dilakukan terhadap pedagang retail yang melakukan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat?

Sehubungan dengan pembahasan yang dilakukan maka penelitian dilakukan secara kepustakaan dan penelitian lapangan pada PT.Electronic City Indonesia Cabang Medan.

Dari hasil penelitian tersebut diketahui tata cara Perlindungan Hukum dan Upaya Hukum terhadap Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) merupakan lembaga yang bertugas dalam mengawasi segala bentuk persaingan usaha dan larangan praktik monopoli pada pedagang retail. Jaminan hukum akan perlindungan pada pedagang retail ini dituangkan dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999. Dalam melakukan penegakan hukum, jika terjadi pelanggaran Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, KPPU harus melakukannya melalui proses, tahapan, dan dengan jangka waktu yang telah ditentukan oleh Undang-Undang No. 5 Tahun 1999.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 26/7/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id) 26/7/24

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAKSI.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I.PENDAHULUAN.....	1
A. Pengertian dan Penegasan Judul.....	1
B. Alasan Pemilihan Judul.....	2
C. Permasalahan.....	5
D. Hipotesa.....	5
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Metode Penelitian.....	6
G. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II.TINJAUAN UMUM TENTANG RITEL.....	9
A. Pengertian dan Ruang Lingkup Bisnis Ritel.....	9
B. Pengertian Persaingan Usaha dan Monopoli.....	13

C. Perkembangan Orientasi Berbagai Usaha Eceran	
Terhadap Pasar Ritel.....	19
D. Konsep Perdagangan Ritel.....	27
BAB III.ASPEK PERSAINGAN USAHA.....	34
A. Hukum Persaingan Usaha.....	34
B. Tujuan Hukum Persaingan Usaha.....	51
C. Penegakan Hukum Persaingan Usaha.....	54
BAB IV.HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Pasar Ritel Modern di Kota Medan.....	58
B. Pasar Ritel Tradisional di Kota Medan.....	64
C. Antara Pasar Ritel Tradisional degan Pasar Ritel Modern...	67
D.Perlindungan Hukum dan Upaya Hukum Terhadap	
Persaingan Usaha Tidak Sehat Pada Pedagang Ritel.....	73
BAB V.KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84

BAB I

PENDAHULUAN

A. Pengertian dan Penegasan Judul

Sebelum Menguraikan pembahasan selanjutya atas skripsi ini, maka terlebih dahulu penulis pada bagian ini memberikan pengertian dan penegasan judul secara etimologi atas judul yang diajukan.

Tulisan skripsi ini berjudul **“TINJAUAN HUKUM TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA PADA PERDAGANGAN RITEL DI MEDAN (Studi Kasus di PT.Electronic City Indonesia Cabang Medan)”**. Untuk mendukung penulisan skripsi ini, maka penulis melakukan penelitian yang dilakukan di PT.Electronic City Indonesia Cabang Medan. Agar penulisan ini tidak menyimpang dari pemahaman akan ruang lingkup penulisan skripsi ini dalam arti hukum, dan bukan membahas pemaparan secara umum, maka perlu dibatasi maksud judul tersebut.

Untuk itu digunakan acuan secara gramatikal, maksudnya adalah pendekatan secara etimologi dan kerangka tata bahasa indonesia yang di dasarkan pendapat ahli bahasa. Rujukan yang digunakan adalah Kamus Besar Bahasa Indonesia dan defenisi menurut undang-Undang.

- Pelaksanaan berasal dari kata dasar laksana yang diberi imbuhan “pe-
an yang berarti proses, cara, pembuatan melaksanakannya.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 26/7/24

- Perdagangan adalah kegiatan memasarkan barang atau jasa kepada masyarakat dan khususnya pada pembeli potensial.
- Ritel adalah suatu bisnis dimana suatu lokasi/atau akses menjadi media bagi konsumen sebagai pengguna terakhir untuk melakukan transaksi dalam rangka memenuhi kebutuhannya.
- Studi pada PT.Electronic City Indonesia Cabang Medan adalah langsung dirangkaikan,dan tidak dapat dipisahkan kata per kata,agarpengertiannya tidak rancu yang merupakan satuan nama ritel dan sekaligus tempat penelitian penulisan skripsi ini

B.Alasan Pemilihan Judul

Dalam era globalisasi sekarang ini,dimana setiap negara berusaha agar negaranya tidak tertinggal dari negara-negara lain. Oleh karena itu setiap negara melakukan berbagai inovasi-inovasi yang akhirnya akan menimbulkan suatu perkembangan di dalam negara tersebut. Salah satu perkembangan yang paling menonjol adalah perkembangan ekonomi. Perkembangan yang ada belakangan ini menunjukkan bahwa sistem ekonomi pasar cenderung dianut oleh negara-negara.Menyusul ambruknya ideologi komunis beserta sistem ekonomi terpusatnya, berbagai bekas negara komunis mulai menerapkan sistem ekonomi pasar.

Konsekuensi logis dibebaskannya aktivitas dunia usaha dari campur tangan eksternal adalah munculnya persaingan. Karena setiap orang memiliki kebebasan

untuk menjalankan usaha yang dikehendaknya, persaingan antara seorang pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya menjadi tak terhindarkan dan menimbulkan persaingan usaha tidak sehat. Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha. Dengan demikian, sebenarnya dapat dikatakan bahwa persaingan merupakan suatu karekteristik sistem ekonomi pasar.

Secara luas, sistem ekonomi pasar dan persaingan usaha dianggap bisa memberikan kontribusi positif bagi pertumbuhan ekonomi, sehingga negara-negara yang menganut pendekatan ekonomi pasar umumnya lantas berkepentingan untuk menjamin terjadinya persaingan usaha yang sehat seraya meminimalkan intervensi pemerintah, meniadakan hambatan-hambatan persaingan, dan pemusatan kegiatan ekonomi di satu tangan. Instrumen hukum yang dimaksudkan untuk menjamin berlangsungnya persaingan usaha yang sehat itulah yang secara umum disebut persaingan usaha.

Dengan adanya persaingan usaha inilah para pelaku usaha berusaha untuk mengoptimalkan keberadaannya dengan cara melakukan inovasi-inovasi mutakhir dalam bidang perdagangan, baik perdagangan dalam skala kecil, menengah, maupun besar. Perdagangan dalam skala kecil dimulai dari bisnis retail atau yang sering disebut bisnis eceran, yang menjual produk langsung kepada pembeli selaku konsumen. Bisnis retail adalah suatu bisnis dimana suatu lokasi dan atau akses

UNIVERSITAS MEDAN AREA
persaingan usaha sebagai pengguna terakhir untuk melakukan transaksi

dalam rangka memenuhi kebutuhannya. Untuk melindungi para pelaku usaha dan konsumen maka diperlukanlah suatu peraturan yang lebih kompleks lagi.

Di Indonesia sendiri sejak tahun 1999, dikeluarkan Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 ini, mengakibatkan pelaku usaha terutama usaha retail lebih memahami kode etik dalam persaingan usaha yang sehat di dalam pasar bagi para pelaku usaha dan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis memilih judul tentang: "Tinjauan Hukum Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Pada perdagangan Ritel di Medan" (Studi kasus di PT. Electronic City Indonesia Cabang Medan).

Sebagaimana tercantum Undang-undang Nomor 5 tahun 1999 merupakan landasan hukum untuk pelaku usaha agar menjadi pedoman serta pembinaan terhadap praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

Di dalam pasal 3 undang-undang Nomor 5 tahun 1999 tercantum tujuan pembentukan undang-undang Nomor 5 tahun 1999 adalah untuk:

1. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat
- 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; Mencegah praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha ; dan

2. Terciptanya efektifitas dan efesiensi dalam kegiatan usaha.

Jelaslah bahwa pasal ini memberikan iklim usaha yang sehat dan mencegah adanya monopoli di kalangan pelaku usaha yang nantinya akan menimbulkan kerugian bagi Bagi pelaku usaha lainnya dan konsumen khususnya.

C. Permasalahan

Adapun yang menjadi permasalahan dalam penulisan ini adalah:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap persaingan usaha yang tidak sehat pada pedagang retail?
2. Bagaimana tindakan yang dapat dilakukan terhadap pedagang retail yang melakukan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat ?

D. Hipotesa

Dalam sistem berpikir yang teratur, maka hipotesa sangat perlu dalam melakukan penyelidikan suatu penulisan skripsi jika ingin mendapatkan suatu kebenaran yang hakiki. Hipotesa adalah merupakan jawaban sementara atas permasalahan yang diajukan.

“Sebelum permasalahan-permasalahan dibahas dalam bab per bab, maka permasalahan-permasalahan ini akan dijawab sementara dalam rumusan

hipotesa merupakan suatu jawaban sementara dari suatu

permasalahan, maka harus diuji kebenarannya dengan jalan penelitian” Artinya harus dibuktikan kebenarannya berdasarkan pembahasan yang pada akhirnya dapat ditarik suatu kesimpulan.

Karena kedudukan hipotesa itu hanyalah sebagai pendapat sementara saja, maka dalam pembahasan tidaklah selalu terikat dengan hipotesa, tetapi tergantung dari pada objektifitas atau fakta yang ada.

Dari uraian diatas yang menjadi hipotesa penulisan adalah sebagai berikut:

1. Perlindungan hukumnya telah sesuai dengan mekanisme yang berlaku.
2. Bentuk tindakannya administrasi dan pidana.

E. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari pembahasan skripsi ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana bentuk persaingan usaha pada pedagang retail.
2. Untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum terhadap persaingan usaha yang tidak sehat pada pedagang retail.
3. Untuk mengetahui bagaimana upaya hukum bagi pedagang retail dalam menghadapi konflik antar pedagang retail.

F. Metode Penelitian

1. Teknik Pengumpulan data

Dalam pengumpulan data ini merupakan landasan utama dalam menyusun

skripsi, terlebih-lebih proposal tersebut didasarkan atas penelitian penulis yang menggunakan teknik pengumpulan data melalui:

a. Penelitian Kepustakaan (*library research*)

Dalam hal ini dilakukan dengan menelaah literatur berupa buku-buku ilmiah, peraturan perundang-undangan dan dokumentasi lainnya seperti majalah, koran, serta sumber-sumber teoritis lainnya yang berhubungan dengan larangan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

b. Penelitian Empiris atau sosiologis (*empiris or sociology research*)

Untuk mendukung data sekunder dilakukan wawancara dengan beberapa responden misalnya pedagang kaki lima, pengunjung supermarket, pedagang asongan dan lain-lain. Serta dilakukan kuisisioner dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan dalam bentuk angket mengenai penelitian.

2. Analisis Data

Analisis data dalam penulisan ini digunakan data kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif yaitu suatu analisis data secara jelas serta diuraikan dalam kalimat. Analisis kuantitatif yaitu suatu analisis yang menggunakan rumus-rumus tertentu untuk menarik suatu kesimpulan.

G.Sistematika Penulisan

Skripsi ini dibagi atas lima bab. Setiap bab terdiri dari sub bab sebagai berikut:

1. Bab I skripsi ini berjudul PENDAHULUAN, terdiri dari sub bab: latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, landasan teoritis.
2. Bab II berjudul TINJAUAN UMUM TENTANG RITEL terdiri dari sub bab: pengertian dan ruang lingkup bisnis retail, pengertian persaingan usaha dan monopoli, perkembangan orientasi berbagai usaha eceran terhadap pasar ritel, konsep perdagangan ritel.
3. Bab III berjudul ASPEK PERSAINGAN USAHA, terdiri dari sub bab: hukum persaingan usaha, tujuan hukum persaingan usaha, dan penegakan hukum persaingan usaha.
4. Bab IV berjudul tentang HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN, terdiri dari sub bab: pasar ritel modern di kota medan, pasar tradisional di kota medan, antara pasar ritel tradisional dengan pasar ritel modern , perlindungan hukum dan upaya hukum terhadap persaingan usaha tidak sehat pada pedagang ritel.
5. Bab V berjudul tentang KESIMPULAN dan SARAN-SARAN yang merupakan bab penutup dalam skripsi ini.

BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG RITEL

A. Pengertian dan Ruang Lingkup Bisnis Retail

Secara umum industri bisnis terbagi menjadi dua golongan yakni:

- a. Industri yang menjual produk kepada industri lain untuk diolah kembali menjadi barang jadi (biasa disebut dengan industri *bussiness to bussiness*)
- b. Industri yang menjual produk langsung ke konsumen (biasa disebut dengan industri *bussiness to consumer*).

Bisnis retail ada di ujung proses penambahan nilai (*value chain process*) yaitu sebagai entitas yang menjual barang langsung ke konsumen.

Bisnis retail adalah suatu bisnis dimana suatu lokasi dan/atau akses menjadi media bagi konsumen sebagai pengguna terakhir untuk melakukan transaksi dalam rangka memenuhi kebutuhannya. Bisnis retail bisa jadi merupakan bisnis yang paling tua usianya. Orang dulu menyebutnya bisnis dagang dan pemiliknya disebut pedagang. Kini, nama bisnis dagang menyandang nama keren yakni bisnis retail dengan pemiliknya disebut peretail. Padahal hakihat keduanya sama saja yakni: menjual barang langsung kepada konsumen (*end user*).

Dengan pengertian ini maka cakupan bisnis retail sangatlah luas mulai dari ibu-ibu yang membuka kios di pasar sentral, pedagang yang membuka warung di depan rumahnya sampai peretail besar sekelas carefour, hypermart, giant, hero yang

menjual ribuan produk dan memiliki infrastruktur yang lengkap. Telemarketing dan Multi Level Marketing juga masuk dalam pengertian bisnis retail.

Mengapa bisnis retail dipilih orang sebagai pelabuhan memulai usaha?

Pertama. karena memulainya gampang. Contohnya, dengan berbekal kemampuan memasak, kita bisa mendirikan warung nasi goreng, gado-gado dari mulai yang skalanya warung pinggir jalan sampai berkelas restoran.

Kedua, karena memerlukan modal yang relatif sedikit. Coba bayangkan jika anda memulai usaha langsung ke bidang manufacturing maka modal yang dibutuhkan pasti besar.

Ketiga, karena profit yang didapat relatif tinggi. bisnis retail memegang kontribusi besar dalam meningkatkan nilai guna produk sehingga laba yang bisa diraih para peretail pun berlipat. Contohnya, dengan merancang display yang menarik dan lengkap dengan fasilitas pendingin, Hero dan Carefour bisa mematok harga daging dan ikan segar lebih mahal daripada harga ikan dan daging di pasar tradisional.

Sejak zaman prasejarah yang belum mengenal uang sampai zaman informasi sekarang, bisnis retail tetap eksis dan bahkan mengalami pertumbuhan yang luar biasa. Teknologi informasi, globalisasi dan futurisasi turut menjadi faktor yang mendorong pertumbuhan bisnis retail. Faktor lain yang turut mendorong perkembangan bisnis retail yaitu faktor kebutuhan dan keinginan pelanggan yang selalu bersifat dinamis, tidak pernah statis. Perusahaan yang mampu membaca adanya pergerakan ini dan menangkapnya menjadi kesempatan akan menikmati kesuksesan,

menawarkan produk baru sehingga produk yang mungkin baru 1 tahun atau 6 bulan sebelumnya diluncurkan ke masyarakat kini menjadi kalah daya pikatnya sehingga harganya perlu diturunkan karena tidak *up to date* lagi. Produk baru menciptakan permintaan baru, sementara penurunan harga produk model yang kalah bersaing meningkatkan permintaan. Globalisasi juga merupakan faktor utama terciptanya permintaan atau meningkatnya permintaan barang dan atau jasa retail. Gaya hidup adalah salah satu aspek kehidupan masyarakat yang dipengaruhi oleh faktor ini. Karena itu, banyak peretail besar mengamati perkembangan globalisasi, khususnya perkembangan yang berpengaruh pada kehidupan masyarakat.

Populasi penduduk Indonesia berada pada urutan kelima jumlah populasi terbesar di dunia setelah China, India, Amerika Serikat, dan Rusia, dengan kondisi perekonomian mayoritas rumah tangga menengah ke bawah tersebar di lebih dari 30 provinsi di berbagai pulau di penjuru Nusantara. Kondisi ini, ditambah factor kekuatan ekonomi daerah yang kebanyakan rendah, membuat gerai-gerai tradisional sebagai tempat berbelanja yang paling cocok.

Seiring perkembangan teknologi dan informasi industri retail di Indonesia berkembang dari gerai tradisional ke gerai modern seperti *supermarket*, *department store* dan lain sebagainya. Konsep pada gerai retail modern berkembang yakni dengan one stop shopping, yaitu suatu tempat berbelanja yang memenuhi semua kebutuhan individu dan keluarga. Seiring dengan perkembangan konsep ini muncul suatu konsep yang lebih berkembang, yaitu *chainstore*. *Chainstore* adalah bersatunya

UNIVERSITAS MEDAN AREA beroperasi di wilayah-wilayah yang berbeda dalam suatu

pengolahan tim manajemen. Karena bersatunya beberapa *gerai* dalm satu tim manajemen, *gerai-gerai* itu serupa dalam tampilan (luar dan dalam), barang-barang yang dijual, dan dalam hal system operasionalnya. Selanjutnya, industri retail berkembang lagi dngan munculnya pusat perbelanjaan dengan format baru yang lebih memikat konsumen yaitu *Mall.Mall* memberikan nilai tambah lain yaitu berupa hiburan dan kenyamanan berbelanja. Ini ditandai dengan gerai bermain, restoran yang beragam, bank atau anjungan tunai mandiri (ATM), ruang *public indoor* yang lebih lega dan menyenangkan, dan area parkir yang luas dan aman.

B. Pengertian Persaingan usaha dan Monopoli

1. Pengertian Persaingan Usaha

Persaingan atau '*competition*' dalam bahasa Inggris oleh Webster didefenisikan sebagai "...a struggle or contest between two or more persons for same objects".

Dengan memperhatikan terminologi 'persaingan' di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam setiap persaingan akan terdapat unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Ada dua pihak atau lebih yang terlibat dalam upaya saling mengungguli
- b. Ada kehendak di antara mereka untuk mencapai tujuan yang sama.

Dengan defenisi demikian, kondisi persaingan sebenarnya merupakan suatu karekteristik yang lekat dengan kehidupan manusia yang cenderung untuk saling mengungguli dalam banyak hal. Salah satu bentuk persaingan di bidang ekonomi

adalah persaingan usaha (*bussiness competition*) yang secara sederhana dapat

didefenisikan sebagai persaingan usaha antara para penjual di dalam ‘merebut’ pembeli dan pangsa pasar.

1). Aspek Positif dari Persaingan Usaha

Secara garis besar, persaingan bisa membawa aspek positif antara lain perspektif ekonomi. Dari sudut pandang ekonomi, argumentasi sentral untuk mendukung persaingan berkisar di seputar masalah efisiensi. Argumentasi efisiensi ini sebenarnya merupakan idealisasi teoritis. Di samping itu, dalam konteks pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan, persaingan juga membawa implikasi positif antara lain:

- (1) Persaingan merupakan sarana untuk melindungi para pelaku ekonomi terhadap eksploitasi dan penyalahgunaan. Kondisi persaingan menyebabkan kekuatan ekonomi para pelaku ekonomi tidak terpusat pada tangan tertentu. Dalam kondisi tanpa persaingan, kekuatan ekonomi akan tersentralisasikan pada beberapa pihak saja. Kekuatan ini pada tahap berikutnya akan menyebabkan kesenjangan besar dalam tawar-menawar, serta pada akhirnya membuka peluang bagi penyalahgunaan dan eksploitasi kelompok ekonomi tertentu. Sebagai contoh sederhana persaingan antar penjual dalam industri tertentu akan membawa dampak proaktif terhadap konsumen/pembeli, karena mereka diperebutkan oleh para penjual serta dianggap sebagai sesuatu yang ‘berharga’.
- (2) Persaingan bisa menjadi kekuatan untuk mendorong penggunaan sumber ekonomi dan metode pemanfaatannya secara efisien. Dalam hal perusahaan bersaing

UNIVERSITAS MEDAN AREA mereka akan cenderung menggunakan sumber daya yang

secara efisien. Jika tidak demikian, resiko yang akan dihadapi oleh perusahaan adalah munculnya biaya berlebih yang pada gilirannya akan menyingkirkan dia dari pasar.

- (3) Persaingan mendorong alokasi dan realokasi sumber-sumber daya ekonomi sesuai dengan keinginan konsumen. Karena ditentukan oleh permintaan (*demand*), perilaku para penjual dalam kondisi persaingan akan cenderung mengikuti pergerakan permintaan para pembeli. Dengan demikian, suatu perusahaan akan meninggalkan bidang usaha yang tidak memiliki tingkat permintaan yang tinggi. Singkatnya, pembeli akan menentukan produk apa dan produk yang bagaimana yang mereka sukai dan penjual akan bisa mengefisienkan alokasi sumber daya dan proses produksi seraya berharap bahwa produk mereka akan mudah terserap oleh permintaan pembeli.
- (4) Persaingan bisa merangsang peningkatan mutu produk, pelayanan, proses produksi, dan teknologi. Dalam kondisi persaingan, setiap pesaing akan berusaha mengurangi biaya produksi serta mempertahankan pangsa pasar (*market share*). Metode yang bisa ditempuh untuk mencapai tujuan itu diantaranya adalah dengan meningkatkan mutu produk, pelayanan, proses produksi, serta inovasi teknologi. Dari sisi konsumen, keadaan ini memberi keuntungan dalam hal persaingan akan membuat produsen memperlakukan konsumen secara baik.

Selain implikasi positif, persaingan juga memiliki implikasi negatif antara lain:

- (1) Sistem persaingan memerlukan biaya dan kesulita-kesulitan tertentu yang tidak

didapati dalam sistem monopoli. Dalam keadaan persaingan, pihak penjual dan

pembeli secara relatif akan memiliki kebebasan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi. Mereka masing-masing akan memiliki posisi tawar-menawar yang tidak terlalu jauh berbeda, sehingga konsekuensi logisnya adalah bahwa akan ada waktu yang lebih lama dan upaya yang lebih keras dari masing-masing pihak untuk mencapai kesepakatan

- (2) Persaingan bisa mencegah koordinasi yang diperlukan dalam industri tertentu. Salah satu sisi negatif dari persaingan adalah bisa mencegah koordinasi fasilitas teknis dalam bidang usaha tertentu yang dalam lingkup luas sebenarnya diperlukan demi efisiensi.
- (3) Persaingan apabila dilakukan oleh pelaku ekonomi yang tidak jujur, bisa bertentangan dengan undang-undang nomor 5 tahun 1999.

2. Pengertian Monopoli

Secara etimologi, kata monopoli berasal dari bahasa Yunani '*monos*' yang berarti sendiri dan '*polein*' yang berarti penjual. Dari akar kata tersebut secara sederhana orang lantas memberi pengertian monopoli sebagai suatu kondisi dimana hanya ada satu penjual yang menawarkan suatu barang atau jasa.

Defenisi monopoli menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 monopoli adalah penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha tertentu. Selain defenisi monopoli, dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 juga

diberikan pengertian dari praktek monopoli yaitu suatu pemusatan kekuatan ekonomi

oleh suatu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.

Meskipun demikian, sama seperti persaingan, aspek positif pun bisa dibawa pula oleh monopoli di samping aspek negatif yang lebih sering dikemukakan. Aspek positif monopoli akan dikemukakan berikut ini.

(1) Monopoli bisa memaksimalkan efisiensi pengolahan sumber daya ekonomi

Tertentu. Apabila sumber daya alam minyak bumi dikelola oleh satu unit usaha Tunggal yang besar, maka akan adakemungkinan bahwa biaya-biaya tertentu akan bisa dihindari.

(2) Monopoli juga bisa menjadi sarana untuk meningkatkan pelayanan terhadap konsumen dalam industri tertentu.

(3) Monopoli bisa menghindarkan duplikasi fasilitas umum. Adakalanya bidang usaha tertentu akan lebih efisien bagi publik apabila dikelola hanya oleh satu perusahaan. Jika distribusi air minum diberikan pada lebih dari satu perusahaan yang saling bersaing, yang mungkin terjadi adalah bahwa mereka akan membangun sendiri instalasi (penampungan, pipa-pipa) air minum mereka. Dari sisi kepentingan publik duplikasi fasilitas air minum itu bisa dianggap sebagai suatu yang kurang efisien.

(4) Dari sisi produsen, monopoli bisa menghindarkan biaya pariwisata/iklan serta biaya diferensiasi. Jika terjadi persaingan, setiap perusahaan yang bersaing akan saling

menyapa konsumen dengan banyak cara. Pariwisata tampaknya menjadi

cara yang cukup penting untuk menjangkau konsumen. Setiap perusahaan juga akan berkecenderungan untuk membuat produk mereka bisa dibedakan dari produk perusahaan lain. Dalam hal terjadi monopoli, kedua macam biaya tersebut tidak relevan. Karena perusahaan akan selalu berada pada pihak yang lebih dibutuhkan oleh konsumen, ia tidak perlu bersusah-susah mendapatkan konsumen melalui diferensiasi produk.

- (5) Dalam biaya monopoli biaya kontraktual bisa dihindarkan. Persaingan membuat kekuatan ekonomi tersebar. Dengan demikian, maka pelaku ekonomi akan memiliki kekuatan relatif yang tidak jauh berbeda. Konsekuensinya, jika mereka akan saling bertransaksi, waktu, biaya, dan tenaga yang diperlukan menjadi lebih besar. Kondisi ini tidak dijumpai dalam kondisi monopoli dimana peluang untuk bernegosiasi tidak terlampau besar.
- (6) Monopoli bisa digunakan sebagai sarana untuk melindungi sumber daya tertentu yang penting bagi masyarakat luas dari eksploitasi yang semata-mata bersifat "profit-motive".

Selain memiliki aspek positif monopoli memiliki aspek negatif tentunya.

Aspek negatif ini antara lain sebagai berikut:

- (1) Monopoli membuat konsumen tidak mempunyai kebebasan memilih produk sesuai dengan kehendak dan keinginan mereka. Jika penawaran sepenuhnya dikuasai oleh seorang produsen, secara praktis para konsumen tidak mempunyai pilihan. Dengan kata lain, mau tidak mau ia harus menggunakan produk satu-

- (2) Monopoli membuat posisi konsumen menjadi rentan dihadapan produsen. Ketika produsen menempati posisi sebagai pihak yang lebih dibutuhkan daripada konsumen, terbuka peluang besar bagi produsen untuk merugikan konsumen melalui penyalahgunaan posisi monopolistiknya. Ia, antara lain, menjadi bisa mmentukan harga secara sepihak secara menyimpang dari biaya produksi riil.
- (3) Monpoli juga berpotensi menghambat inovasi teknologi dan proses produksi. Dalam keadaan tidak ada pesaing, produsen lantas tidak memiliki motivasi yang cukup besar untuk mencari dan mengembangkan teknologi dan proses produksi baru. Akbatnya, inovasi teknologi dan proses produksi akan mengalami stagnasi.

C. Perkembangan Orientasi Berbagai Usaha Eceran Terhadap Pasar Ritel

Pasar eceran atau pasar ritel di Indonesia merupakan pasar besar dengan jumlah penduduk pada awal tahun 2004 sekitar 215 juta jiwa (data P4B/ panitia pendaftaran pemilih dan pendataan Penduduk dan Berkelanjutan pada pertengahan 2003 menunjukkan angka 213 juta lebih). Jumlah 215 juta merupakan peningkatan 4,37 % sejak tahun 2000. Dengan penduduk sebanyak itu, total belanja rumah tangga mencapai Rp 600 triliun setahunya. Belanja tersebut mencakup seluruh kebutuhan rumah tangga, mulai dari kebutuhan sehari- hari seperti gula, sabun mandi, pakaian, hingga kebutuhan barang tahan lama (durable) seperti kulkas, emas, mobil

Perkembangan Demografi

Perkembangan demografi merupakan titik awal dalam mengamati potensi pasar ritel. Dari jumlah penduduk dan karakteristiknya seperti berapa jiwa tinggal diwilayah mana dapat diteruskan untuk mempelajari segmentasi berdasarkan kelompok usia, kelas sosial, dan gaya hidup. Selain itu, dari data jumlah kependudukan dapat diketahui banyaknya keluarga di suatu wilayah.

Pemasaran ritel berkenan dengan pribadi- pribadi anggota masyarakat. Jumlah penduduk Indonesia menurut Sensus penduduk dan pusat statistik tahun 2000 adalah 206,3 juta jiwa, yang terbagi menurut kelompok usia sebagai berikut:

Kelompok Usia	Jumlah (juta jiwa)	Persen
0 - 4	20,81	10,09%
5 - 9	21,00	10,18%
10 - 14	20,96	10,16%
15 - 19	21,68	10,51%
20 - 24	18,74	9,57%
25 - 29	19,10	9,26%
30 - 34	16,81	8,15%
35 - 39	15,29	7,41%
40 - 44	12,79	6,20%

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 26/7/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id) 26/7/24

45 - 49	9,90	4,80%
50 - 54	7,57	3,67%
55 - 59	5,82	2,82%
60 - 64	5,45	2,64%
65 - 69	3,65	1,77%
70 - 74	2,91	1,41%
75+	2,79	1,35%
Jumlah	206,26	100,00%

Sumber: BPS, 2000.

Dari segi jumlah penduduk Jawa Barat berdasarkan data BPS tahun 2000, berpenduduk dengan banyak sejumlah 35,7 juta jiwa disusul Jawa Timur dengan 34,8 juta jiwa. Dan Jawa Tengah 31,3 juta jiwa. Bersama DKI Jakarta, Di Yogyakarta, dan Banten, keenam provinsi itu membuat pulau Jawa sebagai pulau dimana mayoritas penduduk (59 %) tinggal. Dengan demikian, dari segi pemasaran produsen barang kebutuhan hidup sehari-hari, pulau Jawa adalah target sangat bagus karena jumlah penduduk yang besar membuat pendistribusian lebih ekonomis. Bagi pengecer berupa *department store* dan supermarket, pulau Jawa menjadi sasaran pertama sebelum merambah keluar pulau Jawa.

Dua provinsi diluar pulau Jawa yang menarik para pengecer besar adalah Sumatera Utara (sumut) dan Sulawesi Selatan (sulsel), masing- masing berpenduduk 11,6 juta jiwa dan 8,1 juta jiwa.

Untuk tujuan studi pasar, jika perusahaan ingin hanya mengambil hanya lima kota, biasanya tiga diambil dari Pulau Jawa, yaitu, Jakarta, Bandung, dan Surabaya, dan dua diambil dari luar Jawa, yaitu Medan dan Makassar.

Potensi Omzet Bisnis Ritel Menurut

Jumlah penduduk yang besar membutuhkan barang dan jasa dalam jumlah besar. Mereka memerlukan barang dan jasa untuk kebutuhan pribadi dan untuk kebutuhan rumah tangga. Untuk kebutuhan pribadi, sebuah contoh diberikan disini. Untuk makanan utama berupa beras dapat dihitung berapa juta ton per tahun untuk seluruh penduduk Indonesia. Jika per orang memerlukan beras 5 kg per bulan itu sama dengan 60 kg per tahun. Diasumsikan yang memerlukan beras sebanyak 95% penduduk (untuk kemudahan contoh, 5 % penduduk diasumsikan bayi usia beberapa hari hingga 2,5 tahun yang belum sepenuhnya makan nasi), maka total kebutuhan beras per tahun secara garis besar adalah $215 \text{ juta} \times 95\% \times 60 \text{ kg} = 12,2 \text{ juta ton}$. Jika harga rata- rata beras Rp 2.500 per kg dan hanya 85% dari 12,2 juta ton yang dibeli (diasumsikan sisanya menyimpan hasil panen sendiri dan menyantap makanan non beras), potensi penjualan beras nasional adalah Rp 25,9 triliun.

Kebutuhan lain, misalnya makanan siap saji yang populer adalah mi instan, yang diproduksi pada tahun 2003 sebanyak 12,5 miliar bungkus. Jika harga rata- rata

perbungkus Rp 1.000, maka potensi nilai penjualan adalah Rp 25,9 triliun.

Bukan saja berupa pangan, kebutuhan akan produk sandang berupa kemeja dan celana panjang untuk pria serta blus dan rok untuk wanita terbilang besar. Jika belanja penduduk kota (sekitar 35% dari Rp 50.000 per orang per tahun maka nilainya = 215 juta jiwa x 35% x Rp 50.000 = Rp 3,7 triliun.

Masih banyak barang lainya yang dibutuhkan masyarakat sebagai individu dan sebagai rumah tangga, seperti perhiasan, peralatan, rumah tangga, dan *merchandice* umum. Selain kebutuhan individu akan barang yang dikonsumsi (makanan, minuman), dimanfaatkan (tisu), dipakai (alat), atau dikenakan (pakaian), juga ada keburuhan akan jasa- jasa seperti *laundry*, *barber/ salon*, foto studio, jasa perawatan kesehatan, *sport & fitness center*, bengkel/ perawatan mobil, dan penginapan (hotel, losmen, wisma).

Pasar anak, yang terdiri dari uang saku harian merekaka plus pembelian oleh orangtua mereka yang dipengaruhi oleh anak- anak, besarnya antara Rp 50 T Rp 100 T². sementara pasar mobil Indonesia mencapai 354.333 unit tahun 2003 dan 434.581 unit tahun 2004.

Pertumbuhan Pasar Ritel

Pasar ritel dapat terus tumbuh sebagai akibat dari perkembangan berbagai bidang. Pasar ritel yang tumbuh secara nasional tidak saja menguntungkan peritel besar atau produsen barang ritel melainkan juga para peritel kecil yang melayani masyarakat setempat. Bidang pertama yang mempengaruhi pertumbuhan pasar ritel adalah perkembangan demografi. Jumlah penduduk yang bertambah menyebabkan

semua barang dan jasa meningkat. Komposisi penduduk menurut usia yang berubah,

misalnya karena harapan hidup yang meningkat, membuat ragam produk pun mengikuti, baik dalam jumlah maupun jenis.

Pertumbuhan ekonomi secara umum, dan sektor- sektor ekonomi secara khusus, mempunyai dampak langsung yang segera. Pertumbuhan ekonomi yang meningkat (misalnya dari 4,5 % menjadi 6 %) membuka lapangan kerja baru yang cukup besar. Banyaknya karyawan baru artinya pasar ritel pun segera mengikuti karena munculnya permintaan- permintaan akan barang dan jasa.

Bidang sosial budaya masyarakat turut menjadi faktor pertumbuhan pasar ritel. Masyarakat yang semakin aktif dalam kehidupan sosial akan meningkatkan aktivitas pengadaan barang dan jasa guna memfasilitasi kegiatan mereka. Kebiasaan *dugem* atau dunia gemerlap sebagai pola contoh kehidupan sosial melahirkan banyaknya fasilitas hiburan, termasuk restoran.

Budaya yang dipengaruhi oleh agama misalnya, akan menimbulkan permintaan barang dan jasa yang berkenaan. Mesalny asaja perkembangan budaya menngirim bingkisan dalam rangka hari raya suatu agama akan meningkatkan permintaan bingkisan.

Kemajuan teknologi memberi kesempatan kepada produsen untuk menawarkan produk baru yang lebih memikat. Peritel mempunyai kesempatan besar menawarkan produk barau sehingga pruduk yang mungkin satu tahun atau 6 bulan sebelumnya diluncurkan kemasyarakat kini menjadi kalah daya pikatnya sehingga harganya perlu diturunkan. Produk baru menciptakan produk baru, sementara penurunan harga produk model yang kalah bersaing meningkatkan permintaan.

Globalisasi juga merupakan faktor utama terciptanya permintaan atau meningkatnya permintaan barang dan jasa ritel. Gaya hidup adalah salah satu aspek kehidupan masyarakat yang dipengaruhi oleh faktor ini. Karena itu, banyak peritel besar mengamati perkembangan globalisasi, khususnya perkembangan yang berpengaruh pada kehidupan masyarakat.

Infrastuktur yang berkembang akan memperbesar kesempatan tumbuhnya pasar ritel. Pulau Jawa, sebagai pulau besar dengan penduduk terbanyak, memiliki infrastuktur di pulau- pulau lain. Kondisi ini memungkinkan kecepatan pengiriman produk- produk ritel keseluruh pelosok Pulau Jawa. Sehingga, ketika permintaan untuk suatu produk baru muncul berdasarkan info dari televisi, maka dalam waktu sehari atau dua hari permintaan segera terpenuhi. Infrastuktur di pulau atau daerah lain bervariasi kelengkapan dan kondisinya. Jika kondisi ini berubah, yaitu pemerintah melakukan penambahan, maka peluang pertambahan pasar ritel di pulau atau daerah bersangkutan terbuka.

Bidang terakhir adalah bidang hukum dan peraturan yang mempengaruhi pertumbuhan pasar ritel, baik dalam arti mendorong maupun dalam arti menghambat. Dalam arti mendorong, misalnya peraturan besarnya pajak yang dirasa meringankan. Dalam arti menghambat, misalnya ditutupnya kabupaten dan kota di luar kota- kota utama sebagai wilayah operasional peritel besar.

Pasar ritel dalam wujud penjualan barang dan jasa ritel dapat diamati melalui laporan resmi pemerintah seperti yang dikeluarkan oleh Badan pusat statistik, Bank Indonesia, Departemen Perdagangan, atau lainnya. Informasi pasar ritel juga dapat

disimak dari berita media massa seperti koran dan majalah. Contohnya adalah dalam tabel berikut ini pasar barang seperti kamere digital, televisi, mobil, mi instan, air minum dalam kemasan, dan kartu kredit.

Penjualan sebagian produk ritel

Produki	2001	2001	2003	2004 (estimasi)
Kamera digital(ribu unit)	t/a	20	35	105
TV (ribu unit)	2.400	2.700	3.100	
Mobil (ribu unit)	300	318	354	410
Mi instan dalam kemasan	10.000	11.100	12.500	
Air minum dalam kemasan (juta liter)	5.400	7.100	8.100	
Kartu kredit (ribu nomor)	3.200	3.860	4.800	

Diolah dari berbagai sumber

Belanja di Gerai Tradisional dan Gerai Modern

Penduduk indonesia sebagai penduduk kelima terbanyak di dunia (setelah cina, India, AS, dan Rusia) dengan kondisi perekonomian mayoritas rumah tangga menengah kebawah terbesar dilebih dari 30 propinsi di berbagai pulau. kondisi ini, ditambah faktor kegiatan ekonomi daerah yang kebanyakan rendah, membuat gerai-gerai tradisional sebagai tempat berbelanja yang cocok.

Pada tahun 2007, menurut perhitungan BPS, para konsumen Indonesia menghabiskan sekitar US\$100 per orang per tahun untuk belanja di ritel tradisional

sehingga disebut inprovisasi dan karenanya disebut seni. Dalam praktiknya, perdagangan dijalankan dengan kedua cara itu, ilmu dan seni. Perdagangan ritel sebagai kegiatan dalam perdagangan eceran juga dijalankan dengan kedua cara itu.

Fungsi Perdagangan

Fungsi perdagangan adalah mewujudkan sasaran perusahaan dengan cara:

1. menarapkan basis pelanggan (costumer base) secara strategis, rasional, dan lengkap dengan informasinya.
2. mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan calon pelanggan yang sekarang dan yang akan datang.
3. menciptakan produk yang akan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan pas dan menguntungkan dan yang mampu membedakan perusahaan dari pesaingnya.
4. mengomunikasikan dan “mengantarkan” produk tersebut kepada pasar sasaran (target market); dan
5. memimpin seluruh personel perusahaan untuk menjadi sekumpulan tenaga kerja yang disiplin, profesional, dan berpengetahuan serta punya dedikasi bagi nilai dan sasaran perusahaan.

Arti Perdagangan

Perdagangan memiliki tiga arti yaitu:

- ❖ Dagang dalam arti “ tempat” tempat bertemunya penjual dan pembeli
- ❖ Dagang dalam arti “interaksi permintaan dan penawaran” contoh, tidak hanya

lagi berupa adanya pembeli dan penjual, tetapi juga adanya kebutuhan dan

pasokan barang/ jasa, seperti istilah pasar modal dimana terdapat aktivitas jual beli saham.

- ❖ Dagang dalam arti “sekelompok anggota masyarakat yang memiliki kebutuhan dan daya beli”. Pengertian ini merujuk pada dua kata kunci “kebutuhan dan daya beli”.

Kebutuhan dan Pemenuhanya

Aktivitas perdagangan bermula dari pengamatan kebutuhan konsumen. Sebuah cara menganalisis kebutuhan mereka adalah dengan mencari tahu mengapa orang membeli barang atau jasa. Setiap barang dan jasa dijual untuk memenuhi kebutuhan orang per orang dan keluarga. Kebutuhan mereka amat bervariasi dari yang sederhana seperti: makan, minum, pakaian, tempat tinggal, telekomunikasi dan lain- lain, termasuk hiburan. Barang dan jasa yang akan memenuhi kebutuhan itu semua sebenarnya dapat dilihat satu saja menurut 3 unsur berikut ini:

- ❖ *Core* (inti)

Baik barang maupun jasa, masing- masing sebenarnya memenuhi suatu kebutuhan inti. Barang atau produk yang berwujud hanyalah pengantar untuk memenuhi inti kebutuhan. contoh bakmi goreng, salon, dan lain- lain.

- ❖ *Tagible* (berwujud)

Tidak Cuma barang yang memiliki wujud, jasa pun demikian.

- ❖ *Augmented* (fasilitas)

Fasilitas diperlukan agar unsur inti dan unsur tangible dapat terlaksana. Unsur 1 dan 2 di atas memerlukan fasilitas sebagai tempat bertemunya konsumen dan penjual.

Barang dan jasa adalah sebagai sarana pemenuhan kebutuhan individual.

Dalam pengelompokannya, barang terbagi kedalam dua bagaian:

- Barang tahan lama, seperti: toko barang, peralatan rumah tangga, toko intan.
- Barang tidak tahan lama, seperti: toko pakaian, toko makanan dan lain- lain.

Sedangkan jasa dapat dilihat dalam kelompok berikut:

- Pelayan pribadi, contoh: salon, perawatan kesehatan (klinik)
- Hiburan, contoh: bioskop
- Perbaikan/ perawatan, contoh: bengkel mobil, servis elektronik.
- Penginapan, contoh: Hotel , Losmen.

Peritel sebagai Matahari Perdagangan

Perdagangan ecerean atau sekarang kerap disebut perdagangan ritel, bahkan disingkat menjadi bisnis ritel, adalah kegiatan usaha menjual barang atau jasa kepada perorangan untuk keperluan diri- sendiri. Kegiatan itu mencakup penjualan barang dan jasa kepada pengguna yang bervariasi mulai dari mobil, pakaian. Mereka menjual barang (atau jasa) langsung kepada konsumen. Istilah konsumen atau pembeli atau pelanggan dipakai secara bergantian. Kata- kata itu menunjuk kepada maksud yang sama, yaitu seorang yang membeli barang dan jasa untuk keperluan dirinya sendiri atau keperluan keluarganya.

Dalam pengertian lazimnya, peritel atau *retailer* adalah mata rantai terakhir dalam proses distribusi. Paritel merupakan mitra dari agen/ distributor yang memiliki nama lain pedagang partai besar arti partai besar disini adalah Volume.

Vertical Marketing System

Saluran penjualan tradisional telah berubah menjadi saluran vertikal yang disebut VMS (*vertical marketing system*) dalam VMS terjadi tumpang tindih dalam fungsi- fungsi mendesain, menciptakan merek, menetapkan harga, mempromosikan, membeli, melakukan, stocking, men- display, menjual, mengirimkan dan membayar.

Kebanyakan bisnis ritel pada awalnya dijalankan hanya oleh para pedagang eceran sebagai perpancangan tangan produsen. Seiring dustri, teknologi, dan selera konsumen, bisnis ritel kini juga dimasuki oleh perusahaan besar, baik yang bergerak dibidang prduksi maupun dibidang distribusi.

Konsep perdagangan

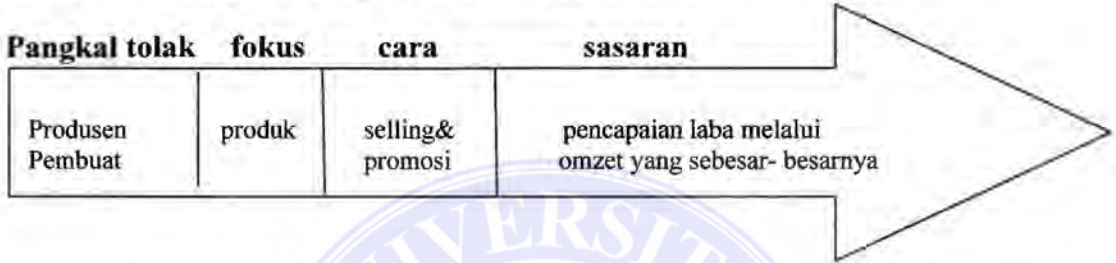
Secara ringkas, perdagangan adalah pekerjaan menciptakan, mempromosikan, dan menyampaikan barang dan jasa kepada konsumen dan pebisnis. Dalam uraian lain, Asosiasi pemasaran AS (American Marketing Assciation) memberikan defenisi perdagangan sebagai berikut ini: “perdagangan adalah proses perencanaan dan pelaksanaan penciptaan ide, barang, dan jasaberikut harga, promosi, dan pendistribusianya untuk menciptakan transaksi yang memuaskan kebutuhan individu dan industri.

Sikap perusahaan sebagai penjual barang atau jasa terhadap pembelianya

tidak dapat dilakukannya pengal tolak dan sasaran mereka. Sebagian dari mereka

berpangkal tolak atau berangkat dari dirinya sendiri dengan sasaran mencapai laba melalui penjualan atau berkonsep penjualan. bila digambarkan akan tampak seperti diagram berikut ini.

Sikap terhadap pasar yang berorientasi penjualan



Pendekatan lain dalam dalam menyikapi konsumen adalah dengan menganalogikan tata surya. Matahari adalah pusat orbit planet- planet merkuri hingga pluto. Pada pemasaran ritel, pusat orbit adalah konsumen. Planet konsumen terdekat adalah Sumber Daya Manusia, planet terdekat berikutnya adalah *Strategic planning & MIS*, diusul planet *buyer*, dan terakhir adalah planet keuangan.

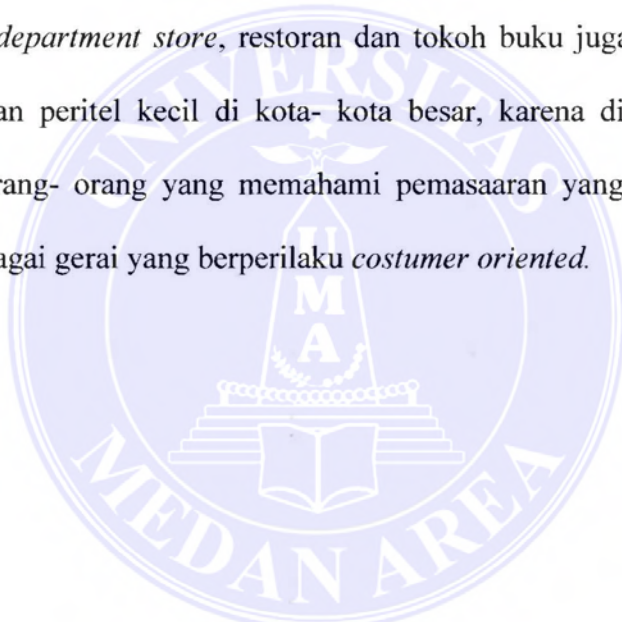
Cara- cara terhadap konsumen yang berubah menyebabkan istilah- istilah pun berubah. Istilah 4P adalah istilah klasik yang muncul puluhan tahun lalu sekitar tahun 1990 dan masih sering dikutip karena mudah dan relevan, yaitu 4C, yang dipakai secara bergantian dengan 4P. Jika 4p berangkat dari kacamata produsen sebagai penjual, 4C berangkat dari pengamatan atas konsumen.

Perkembangan Orientasi Berbagai Usaha eceran terhadap pasar

Orientasi produsen dan penjual eceran di Indonesia sangat bervariasi dari yang paling *costumer oriented* , *marketing oriental*, hingga masih tahap *production*

oriented. Sebagian dari peritel, bahkan produsen, juga masih berorientasi produksi dan berorientasi penjualan masih banyak terdapat di Indonesia.

Sebagian peritel, terutama yang besar, sudah berorientasi konsumen sehingga setara dengan peritel- peritel kelas dunia di negara- negara maju. Sebagian dari peritel dimaksud kebutuhan adalah cabang dari peritel besar dari negara lain, misalnya Carrefour dari Prancis, Makro dari Belanda dan sebagian peritel kelas menengah di tanah air, misal *department store*, restoran dan toko buku juga bersikap *customer oriented*. Sebagian peritel kecil di kota- kota besar, karena dimiliki dan dikelola langsung oleh orang- orang yang memahami pemasaran yang benar, menjadikan gerai mereka sebagai gerai yang berperilaku *customer oriented*.



BAB III

ASPEK PERSAINGAN USAHA

A. Hukum Persainga Usaha

Di Indonesia hukum peesaingan usaha, atau apa pun namanya, seperti Antitrust Law (Amerika Serikat), atau Antimonopoly Law (Dokusen Kinshiho-jepang), Restrictive Trade Practices Law (Australia), atau competition Law (Uni Eropa) merupakan bagian dari hukum ekonomi. Dasar kebijakan politik perekonomian nasional dan hukum ekonomi kita dengan sendirinya harus mangacu pada Undang- Undang Dasar 1945 secara jelas menyatakan bahwa perekonomian nasional harus dibangun atas dasar filsafat demokrasi ekonomi dalam wujud ekonomi kerakyatan. Pasal 33 ayat (1) Undang- Undang Dasar 1945 menyatakan bahwa “perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan”. Sedangkan penjelasan pasal 33 Undang- Undang Dasar 1945 menyatakan antara lain bahwa “ dalam pasal 33 tercantum dasar demokrasi ekonomi, produksi dikerjakan oleh semua, untuk semua di bawah pimpinan atau penilikan anggota- anggota masyarakat. Kemakmuran masyarakatlah yang diutamakan, bukan kemakmuran orang- seorang. Sebab itu perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan “.

Istilah kekeluargaan seringkali ditafsirkan sebagai anti persaingan. Tetapi sebenarnya esensi dari pasal 33 tersebut, adalah perekonomian Indonesia berorientasi

pada ekonomi kerakyatan. Hal ini merupakan penuangan yudiris konstitusional dari amanat yang dikandung di dalam pembukaan Undang- undang Dasar 1945, yaitu mewujudkan kesejahteraan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia(chatamarrasjid, 2000: 113 dan 140-141).

Selain itu perkataan “perekonomian disusun “ pada pasal 33 itu secara langsung mengisyaratkan perlu dilaksanakannya suatu restrukturisasi dan reformasi ekonomi. Mekanisme daripada itu adalah penyelenggaraan perekonomian berdasarakan reformasi ekonomi. Restruktisasi ekonomi diperlukan untuk mewujudkan keadilan ekonomi atau pemerataan ekonomi, untuk menghindari polarisasi ekonomi (Sri Edi Swasono, 1993:263).

Pengunaan hukum atau perundang- undangan sebagai instrumen kebijakan merupakan perkembangan mutakhir dalam sejarah hukum. Untuk bisa sampai pada tingkat perkembangan yang demikian, diperlukan persyaratan tertentu, seperti timbulnya pengorganisasian sosial yang makin tertib dan sempurna. Pengorganisasian ini tentunya dimungkinkan oleh adanya kekuasaan di pusat yang makin efektif, dalam hal ini tidak lain adalah negara. Perundang- undangan mempunyao kelebihan dari norma- norma sosial yang lain, karena perundang- undangan dikaitkan pada kekuasaan yang tertinggi di suatu negara dan karenanya pula memiliki kekuasaan memaksa yang besar sekali. Mudah bagi perundang- undangan untuk menentukan ukuran- ukurannya sendiri tanpa perlu menghiraukan tuntutan- tuntutan dari bawah (Satjipto Rahardjo, 1996:85 dan 90).

Gagasan untuk menerapkan Undang- Undang Antimonopoli dan mengharamkan kegiatan pengusaha yang curang telah dimulai sejak lima puluh tahu sebelum masehi. Peraturan Roma yang melarang tindakan pencatutan dan pengambilan keuntungan secara berlebihan , dan tindakan bersama yang mempengaruhi perdagangan jagung. Demikian pula Magna Charta yang ditetapkan tahu 1349 di Inggris telah pula mengembangkan prinsip- prinsip yang berkaitan dengan restraint of trade atau pengekangan dalam perdagangan yang mengharamkan monopoli dan perjanjian – perjanjian yang membatasi kebebasan individual untuk berkompetisi secara jujur (Insan Budi Maulana, 2000:7).

Saat ini, bagi negara Indonesia pengaturan persaingan usaha bersumber pada Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang secara efektif belaku pada 5 Maret 2000. Sesungguhnya keinginan untuk mengatur larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dapat dijumpai dalam beberapa perundang- undangan yang ada. Praktik- praktik dagang yang curang (unfair trading practices) dapat dituntut pidana berdasarkan Pasal 382 bis Kitab Undang- Undang Hukum Perdata. Dalam bidang industri juga diharapkan tidak terjadi industri yang monopolistik dan tidak sehat, sebagaimana diamanat dalam Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian. Pasal 7 ayat (2) dan (3) Undang- Undang Nomor 15 Tahun 1984 tersebut menentukan bahwa pemerintah melakukan pengaturan, pembinaan, dan pengembangan terhadap industri untuk mengembangkan persaingan tidak jujur,

UNIVERSITAS MEDAN AREA
 Mengingat persaingan industri oleh satu kelompok atau perseorangan, dan bentuk

monopoli yang merugikan masyarakat. Berdasarkan Undang- Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek Sebagaimana telah Diubah dengan Undang- Undang Nomor 14 Tahun 1997, pemakai merek tanpa izin dapat dituntut secara perdata maupun pidana. Undang- Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas juga memuat ketentuan yang melarang penguasaan sumber ekonomi dan pemusatan kekuatan ekonomi pada suatu kelompok atau golongan tertentu melalui tindakan merger, konsolidasi, dan akuisisi perseroan: hal ini dapat dilakukan asalkan memperhatikan kepentingan perseroan, pemegang saham minoritas, dan karyawan perseroan, serta kepentingan masyarakat, termasuk pihak ketiga yang berkepentingan dan persaingan bisnis yang sehat dalam perseroan, mencegah monopoli dan monopsoni. Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa sebelum ada Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999. pengaturan larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat masih diatur secara parsial dan tersebar kedalam perundang- undangan yang ada.

Realitanya, antara teori undang- undang dan praktik malah sama sekali bertolak belakang. Selama kurun waktu sekitar 15 (lima belas) tahun terakhir, perekonomian Indonesia dipenuhi tindakan- tindakan yang bersifat monopolistik dan tindakan- tindakan persaingan usaha yang curang (unfair business practices), misalnya pembentukan Badan Penyangga dan Pemasaran Cengkeh(BPPC) pada 1991 yang memberikan kewenangan tunggal untuk membeli cengkeh dari para petani cengkeh dan kewenangan menjualnya kepada para produsen rokok: dan Tara Niaga

Jeruk ataupun PT Timor yang memperoleh banyak kemudahan fasilitas. Semua itu

dengan dalih untuk pembangunan nasional dan menciptakan efisiensi, serta kemampuan bersaing walaupun realitanya tidak demikian. Hal itu terjadi karena kekuasaan rezim Orde Baru terlalu kuat, baik di bidang sosial, politik, ekonomi, dan hukum (Insan Budi Maulana,2000:1-2).

Kemudahan fasilitas- fasilitas yang diberikan pemerintah kepada orang atau golongan tertentu tidak banyak membawa hasil bagi kemajuan ekonomi nasional, malah menimbulkan kepincangan sosial ekonomi dalam masyarakat. Prinsip pemerataan an keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia belum dapat dilaksanakan dengan baik. Hal ini disebabkan banyaknya kegiatan usaha yang dijalankan secara monopolistik, yang mengakibatkan mereka tida mampu bersaing dalam kancah perdagangan dunia internasional. Untuk itu perlu ada pembaruan struktural, yang salah satunya menghapus hambatan persaingan domestik dalam berusaha melalui deregulasi ekonomi nasional.

Butir- butir yang tertera dalam Memorandum Internasional Monetary Fund (IMF) tanggal 15 Januari 1998, khususnya yang mengacu pada pembaruan- pembaruan srtuktural, menunjukkan bahwa berbagai rintangan artifisial yang selama ini telah menghambat persaingan domestik telah atau akan dihapus oleh pemerintah Indonesia. Akan tetapi disamping itu diperlukan pula Undang- Undang Persaingan Domestik yang sehat, yang menetapkan asas- asas persainga usaha yang sehat, yang memberikan peluang bagi timbulnya rintangan- rintangan artifisial baru terhadap persaingan domestik di masa mendatang (Thee Kian Wie, 1999:27).

Atas dasar itu, pemerintah mengumumkan kebijakan deregulasi dengan melahirkan sebanyak 13 (tiga belas) peraturan perundang-undangan, yang terdiri dari 3 Peraturan Pemerintah, 7 Keputusan Presiden, dan 3 Instruksi Presiden. Pemberian fasilitas- fasilitas istimewa yang menjurus pada praktik monopoli dan menguntungkan golongan atau kelompok tertentu dicabut. Monopoli Badan Urusan Logistik(BULOG) dalam distribusi komoditi primer, kecuali beras dicabut berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 5 Tahun 1998. Demikian pula pemerintah mencabut fasilitas istimewa yang diberika kepada PT. Timoer dalam proyek mobil nasional berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 20 Tahun 1998. Kemudian membubarkan Badan Penyangga dan Pemasaran Cengkeh (BPPC) berdasarkan Keputusan Preseiden Nomor 21 Tahun 1998.

Seiring dengan peralihan pemerintahan dari Presiden Soeharto kepada B.J. Habibie, berlangsung pula sidang istimewa Majelis permusyawaratan Rakyat(MPR) pada tahun 1998. Sidang istimewa MPR telah berhasil membuat 12 ketetapan. Dari 12 ketetapan tersebut, ada 2 ketetapan yang berkaitan dengan pelaksanaan reformasi dan strukturisasi di bidang ekonomi nasional, yakni ketetapan MPR Nomor X/MPR/1998 tentang pokok- pokok Reformasi Pembangunan dalam Rangka Penyelamatan dan Normalisasi Kehidupan Nasional sebagai Haluan Negara dan Ketetapan MPR Nomor XVI/MPR/1998 tentang Politik Ekonomi dalam Rangka Demokrasi Ekonomi.

Dalam naskah Pokok- pokok Reformasi Pembangunan dalam Rangka

UNIVERSITAS MEDAN AREA
 Penyelamatan dan Normalisasi Kehidupan nasional sebagai Haluan Negara sebagai

lampiran Ketetapan MPR Nomor X/ MPR/ 1998 pada Bab II Kondisi Umum Bidang Ekonomi antara lain menyatakan:

“ Kebersihan pembangunan yang telah dicapai selama tiga puluh dua tahun Orde Baru telah mengalami kemerosotan yang memprihatinkan, karena terjadinya krisis moneter pertengahan tahun 1997, yang berlanjut mengenai krisis ekonomi yang lebih luas. Landasan ekonomi yang dianggap kuat, ternyata tidak berdaya menghadapi gejala keuangan eksternal serta kesulitan- kesulitan makro dan mikro ekonomi. Hal ini disebabkan oleh karena penyelenggaraan perekonomian nasional kurang mengacu kepada amanat Pasal 33 Undang- Undang Dasar 1945 dan cenderung menunjukkan corak yang sangat monopolistik. Para pengusaha yang dekat dengan elite kekuasaan mendapatkan prioritas khusus yang berdampak timbulnya kesenjangan sosia. Kelemahan fundamental itu juga disebabkan pengabaian perekonomian kerakyatan yang sesungguhnya bersandar pada basis sumber daya alam dan sumber daya manusia sebagai unggulan komparatif dan kompetitif. Munculnya konglomerasi dan sekelompok kecil pengusaha kuat yang tidak didukung oleh semangat kewirausahaan sejati, mengakibatkan ketahanan ekonomi semakin rapuh dan tidak kompetitif. Sebagai akibatnya, krisis moneter yang melanda Indonesia, tidak dapat diatasi secara baik sehingga memerlukan kerja keras untu bangkit kembali”.

Selanjutnya, pada Bab IV Kebijakan Reformasi Pembangunan Bidang Ekonomi disebutkan beberapa agenda yang harus dijalankan dalam rangka pelaksanaan reformasi di bidang ekonomi tersebut, yaitu:

- a. Membuat perekonomian lebih efisien dan kompetitif dengan menghilangkan berbagai praktik monopoli serta mengembangkan sistem indentif yang mendorong efesiensi dan inovasi.
- b. Meningkatkan keterbukaan pemerintahan dalam pengelolaan usaha untuk menghilangkan korupsi, kolusi, dan nepotisme serta praktik- praktik ekonomi lainnya yang merugikan negara dan rakyat.
- c. Melaksanakan deregulasi ketetapan- ketetapan yang menghambat investasi, produksi, distribusi, dan perdagangan

Kemudian dalam Ketetapan Nomor XVI/MPR/1998 dapat dijumpai dasar kebijakan politik ekonomi nasional yang akan dijalankan untuk masa datang sebagai pelaksanaan pasal 33 Undang- Undang Dasar 1945. Politik ekonomi nasioanal juga memuat ketentuan yang tidak sehat, sebagaimana disebutkan dalam pasal- pasal 2, 5, 6, dan 7.

Pasal 2 menyatakan:

“ Politik Ekonomi Nasioanal diarahkan untuk menciptakan struktur ekonomi nasional agar terwujud pengusaha menengah yang kuat dan besar jumlahnya, serta terbentuk keterkaitan dan kemitraan yang saling menguntungkan antar pelaku eknomi yang meliputi usaha kecil, menengah, dan koperasi, usaha besar swasta dan Badan Usaha Milik Negara yang saling memperkuat untuk mewujudkan demokrasi Ekonomi dan efesiensi yang berdaya saing tinggi”.

Kemudian dalam Pasal 5 dinyatakan:

“ Usaha kecil, menengah, dan koperasi sebagai pilar utama ekonomi nasional harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan usaha besar dan Badan Usaha Milik Negara”.

Berikutnya Pasal 6 menyatakan:

“ Usaha besar dan Badan Usaha Milik Negara mempunyai hak untuk berusaha dan mengelola sumber daya alam dengan cara yang sehat dan bermitra dengan pengusaha kecil, menengah, dan koperasi”.

Terakhir pasal 7 ayat (1) menyatakan:

“ Pengelolaan dan pemanfaatan tanah dan sumber daya alam lainya harus dilaksanakan secara adil dengan memghilangkan segala bentuk pemusaran penguasaan dan kepemilikan dalam rangka pengembangan kemampuan ekonomi usaha kecil, menengah, dan koperasi serta masyarakat luas”.

Dengan sendrinya politik ekonomi nasioanl yang digariskan dalam Ketetapan MPR Nomor X/MPR/1998 dan Ketetapan Nomor XVI/MPR/1998 akan menjadi dasar pembuatan berbagai peraturan perundang- undangan yang berkaitan dengan reformasi dan strukturisasi ekonomi nasional. Demikian pula kedua ketetapan tersebut menjadi dasar perlunya dibuat peraturan perundang- undangan yang mengatur larangan praktik monopoli dan persaingan bisnis yang tidak sehat. Dalam sejarah Orde Baru, baru saat ini Dewan Perwakilan Rakyat menggunakan hak usul

Universitas Medan Area
Universitas Medan Area mengajukan sebuah Rancangan Undang- undang yang mengatur

Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Setelah melalui proses pembahasan di Dewan Perwakilan Rakyat, Rancangan Undang – undang yang berasal dari usul inisatif tersebut pada tanggal 5 Maret 1999 disahkan oleh Presiden B.J. Habibie menjadi Undang- undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Sudah tentu Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999 tersebut disusun berdasarkan Pancasila dan Undang- Undang Dasar 1945, serta berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum dengan tujuan menjaga kepentingan umum dan melindungi konsumen; menumbuhkan iklim usaha yang kondusif melalui terciptanya persaingan usaha yang sehat dan menjamin kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi setiap orang, mencegah praktik- praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan pelaku usaha, serta menciptakan efektifitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha dalam rangka meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat. Dengan demikian dapat dikatakan Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999 bertujuan untuk menciptakan iklim usaha yang sehat dan wajar, sehingga para pengusaha dalam berusaha dapat bersaing secara sehat dan wajar serta tidak akan terjadi lagi struktur pasar yang monopolistik dan berbagai struktur pasar yang distortif yang merugikan masyarakat banyak. Hal ini ditegaskan lebih lanjut dalam Pasal 2 dan Pasal 3 Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999.

Subtansi Pengaturan Hukum Persaingan Usaha

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 lebih tepat disebut sebagai Undang-Undang “Antimonopoli dan Antipersaingan Usaha Curang “ atau disingkat “Antimonopoli” saja, bukannya” Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat “. Karena dengan menamakan atau menyebut “Antimonopoli (dan Antipersaingan Usaha Curang)” akan lebih jelas dan tegas, serta akan lebih mudah disosialisasikan kepada masyarakat daripada nama atau sebutan yang telah dipilah dalam undang-undang tersebut. Disamping itu, istilah “ Antimonopoli (dan persaingan usaha curang atau antipersaingan curang)” telah lebih dikenal dan memasyarakat dikalangan usahawan, akademis, dan praktisi hukum, sehingga pemahamn terhadap undang-undang itu akan lebih cepat dan lebih mudah diterapkan (Insan Budi Maulana, 2000:15).

Istilah Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tudak Sehat selain terlalu panjang atau tidak ringkas, juga akan sulit diingat dan tiadak mudah dipahami. Disamping itu, pasal-pasal tersebut tidak disusun dengan kalimat yang mudah dimengerti atau tidak disusun dengan tata cara perundang-undangan yang sewajarnya. Akibatnya, sosialisasi undang- undang itu kan mengalami kesulitan. Meskipun istilah “ Persaingan Usaha Tidak Sehat “ mungkin dianggap benar dari segi bahasa, dari segi hukum tidaklah demikian. Kata “ tidak sehat “ atau “ sakit” sebagai lawan kata “sehat” lebih dekat pada atau lebih tepat digunakan untuk istilah “ medis” daripada terminologi “hukum”. Istilah “persaingan (usaha) curang “

UNIVERSITAS MEDAN AREA
 SEBERGAS TAWAN KUDA DAN PERSAingan (usaha) jujur“ akan lebih jelas dan tegas menurut

istilah hukum ekonomi. Karena hukum, bagaimana pun memerlukan kata, kalimat, dan istilah yang tegas dan jelas, agar tidak menimbulkan interpretasi majemuk yang kemungkinan dapat mengakibatkan kepastian, keadilan, dan wibawa hukum itu tidak dapat ditegakkan (Insan Budi Maulana 2000:15)

Dalam Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999 tidak ditemukan ketentuan yang mengatur penyebutan nama singkat (Citerrtitel) Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999. Sesuai dengan teknik perancangan undang- undang, penamaan sebuah undang- undang harus dirumuskan secara singkat, jelas, dan tegas, yang mencerminkan substansi pengaturan undang- undang yang bersangkutan.

Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999 dapat dianggap disusun secara singkat dan sederhana (Insan Budi Maulana 2000:16). Hal- hal yang diatur dalam Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999 ini dapat dikelompokkan kedalam 11 Bab dan dituangkan kedalam 53 Pasal dan 26 Bagian, yang cakupan materi dan sistematikanya sebagai berikut:

NO.	BAB	PERIHAL/ISI/TENTANG/MATERI	PASAL	JUMLAH
1.	I	Ketentuan Umum	1	1 pasal
2.	II	Asas dan Tujuan	2 s.d .3	2 pasal
3.	III	Perjanjian yang Dilarang	4 s.d .16	13 pasal
4.	IV	Kegiatan yang Dilarang	17 s.d .24	8 pasal
5.	V	Posisi yang Dominan	25 s.d .29	5 pasal
6.	VI	Komisi Penagawas Persaingan Usaha	30 s.d .37	8 pasal
7.	VII	Tata Cara Penanganan Perkara	38 s.d .46	9 pasal
8.	VIII	Sanksi	47 s.d .49	3 pasal
9.	IX	Ketentuan Lain	50 s.d .51	2 pasal
10.	X	Ketentuan Peralihan	52	1 pasal
11.	XI	Ketentuan Penutup	53	1 pasal
JUMLAH			53	53

Disamping itu, Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999 dilengkapi pula dengan

1. Penjelasan Umum;
2. Penjelasan Pasal Demi Pasal

Dalam Penjelasan Undang- Undang Nomr 5 Tahun 1999 dinyatakan bahwa secara umum, materi Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999 mengandung 6 (enam) bagian pengaturan yang terdiri atas

1. Perjanjian yang Dilarang
2. Kegiatan yang Dilarang
3. Posisi Dominan
4. Komosi Pengawas Persaingan Usaha
5. Penegakan Hukum
6. Ketentuan Lain- lain

Selanjutnya, jika kita lebih seksama mempelajari Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999 tersebut, maka kandungan substansi yang diaturnya meliputi hal- hal sebagai berikut:

1. Perumusan istilah atau konsep- konsep dasar yang terdapat atau dipergunakan dalam undang- undang maupun aturan pelaksanaan lainnya, agar dapat diketahui pengertiannya. Pasal 1 memuat perumusan dari 19 istilah atau konsep dasar, yaitu pengertian monopoli, praktik monopoli, pemusatan kekuatan ekonomi, posisi dominan, pelaku usaha, persaingan usaha tidak sehat, perjanjian, persengkongkolan atau konspirasi, pasar, persangkutan, struktur pasar, perilaku pasar, pangsa pasar, harga pasar, konsumen, barang, jasa, Komisi Pengawas Persaingan Usaha, dan Pengadilan Negeri;

2. Perumusan kerangka politik antimonopoli dan persaingan usaha tidak sehat, berupa asas dan tujuam pembentukan undang- undang, sebagaimana dalam Pasal 2 dan Pasal 3;
3. Perumusan macam perjanjian yang dilarang dilakukan pengisaha. Pasal 4 sampai dengan Pasal 16 memuat macam perjanjian yang dilarang tersebut, yaitu perjanjian oligopoli, penetapan harga, pembagian wilayah pemasaran, pemboikotan, kartel, oligopsoni, integrasi vertikal, perjanjian tertutup, dan perjanjian dengan pihak luar negeri;
4. Perumusan macam kegiatan yang dilarang dilakukan pengusaha. Pasal 17 sampai dengan Pasal 22 memuat macam kegiatan yang dilarang tersebut, yaitu monopoli, monopsoni, penguasaan pasar dan persekongkolan;
5. Perumusan macam posisi dominan yang tidak boleh dilakukan pegusaha. Pasal 25 sampai dengan Pasal 29 memuat macam posisi dominan yang tidak boleh dilakukan tersebut, yaitu jabatan rangkap, pemilikan saham, serta penggabungan, peleburan, pengambilalihan,
6. Masalah susunan, tugas, dan fungsi Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Pasal 30 sampai dengan Pasal 37 memuat perumusan status, keanggotaan, tugas, wewenang, dan pembiayaan Komisi Pengawas PersainganUsaha;

7. Perumusan tata cara penanganan perkara persaingan usaha oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Pasal 38 sampai dengan Pasal 46 memuat perumusan penerimaan laporan, pemeriksaan pendahuluan dan pemeriksaan lanjutan, pemeriksaan terhadap pelaku usaha dan alat- alat bukti, jangka waktu pemeriksaan, serta putusan komisi, kekuatan putusan komisi, dan upaya hukum terhadap putusan komisi;
8. Ketentuan sanksi yang dapat dijatuhkan kepada pelaku usaha yang telah melanggar ketentuan dalam undang- undang. Pasal 47 sampai dengan Pasal 49 memuat macam sanksi yang dapat dijatuhkan kepada pelaku usaha, yaitu tindak administratif, pidan pokok, dan pidan tambahan;
9. Perumusan perbuatan atau perjanjian yang dikecualikan dari ketentuan undang- undang dan monopoli oleh Badan Usaha Milik Negara dan badan atau lembaga yang dibentuk atau ditunjuk oleh pemerintah. Pasal 50 memuat ketentuan yang dikecualikan dari undang- undang dan Pasal 51 memuat ketentuan monopoli oleh Badan Usaha Milik Negara;
10. Hal- hal yang menyangkut pelaksanaan undang- undang, yaitu perumusan ketentuan peralihan dan ketentuan penutup. Pasal 52 mengatur bahwa pelaku usaha yang telah membuat dan melakukan kegiatan dan tindakan yang tidak sesuai dengan undang- undang diberi waktu untuk menyesuaikan selama 6 (enam) bulan sejak undang-

UNIVERSITAS MEDAN AREA berlakukan. Sedangkan Pasal 53 mengatur mulai

berlakunya undang- undang, yang dihitung sejak 1(satu) tahun sesudah undang- undang diundangkan oleh pemerintah, yaitu tepatnya 5 Maret 2000.

Ketentuan pelaksanaan lebih lanjut hal hal yang diatur dalam Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999 terdapat dalam berbagai peraturan perundang- undangan yang sudah ada; sebagian lagi masih perlu distindaklanjuti dalam bentuk peraturan pemerintah dan keputusan presiden, yaitu

1. Pemerintah tentang penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan Usaha [Pasal 28 ayat (3)];
2. Peraturan Pemerintah tentang penetapan Nilai Aset dan/ atau Nilai pejualan Saham sebagai akibat penggabungan, Peleburan, dan Pengambilalihan Usaha [Pasal 29 ayat (2)]
3. Keputusan Presiden tentang UndangNomentang Susunan, Tugas, dan Fungsi Komisi Pengawas Persaingan Usaha [Pasal 34 ayat (1).

Dalam kaitan dengan tindak lanjut Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999, Pasal 52 ayat (1) Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa sejak berlakunya Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999, semua peraturan perundang- undangan yang mengatur dan berkaitan dengan praktik monopoli dan persaingan usaha dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan atau belum diganti dengan yang baru berdasarkan Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999. berdasarkan

Undang-Undang Nomor 52 ayat (1) tersebut, jelas bahwa selama peraturan perundang-undang

yang mengatur dan berkaitan dengan praktik monopoli dan persaingan usaha yang ada belum dicabut, diganti, atau diperbarui berdasarkan Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999 dan tidak bertentangan dengan Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999, maka peraturan perundang- undangan tersebut dinyatakan masih tetap berlaku, dengan mengadakan penyesuaian seperlunya.

B. Tujuan Hukum Persaingan Usaha

Menurut Khemani tujuan hukum persaingan usaha setiap negara berada pada satu titik tertentu diantara kedua kutub ekstrem pertimbangan ekonomi dan nonekonomi. Meskipun demikian, tujuan-tujuan utama hukum persaingan usaha antara lain:

1) Memelihara kondisi kompetisi yang bebas

Bank Dunia menegaskan bahwa perlindungan terhadap persaingan (*competition*) tidaklah identik dengan perlindungan terhadap pesaing (*competitor*). Hukum persaingan usaha ditujukan untuk melindungi persaingan, bukannya untuk melindungi pesaing. Tujuan itu ilandasi baik oleh alasan ekonomi (efisiensi dalam persaingan) maupun ideologi (kebebasan yang sama untuk berusaha dan bersaing).

Tujuan pemeliharaan kondisi kompetisi yang bebas ini sesungguhnya merupakan upaya untuk memaksimalkan aspek-aspek positif yang ada pada persaingan.

Persaingan yang sehat akan membawa dampak terhadap alokasi dan realokasi

sumber daya ekonomi secara efisien. Di samping itu, persaingan yang bebas akan memacu inovasi dalam bidang teknologi maupun proses produksi.

2) Mencegah penyalahgunaan kekuatan ekonomi (*prevention of abuse of economic power*).

Tujuan ini sebenarnya merupakan sisi lain untuk melengkapi tujuan yang pertama. Sedikit perbedaan antara keduanya terletak pada apa yang menjadi titik berat masing-masing. Tujuan yang pertama lebih memberi tekanan pada perlindungan kondisi tertentu, sementara tujuan yang kedua lebih mementingkan pelarangan tindakan tertentu (penyalahgunaan kekuatan ekonomi). Di samping itu, tujuan yang pertama dimaksudkan untuk menjamin terjadinya persaingan, sementara tujuan yang kedua lebih dimaksudkan untuk menjamin supaya persaingan terjadi secara proposional, dalam arti pihak yang kuat secara ekonomi tidak merugikan pelaku usaha yang lain dalam persaingan.

Tujuan pencegahan penyalahgunaan kekuatan ekonomi ini sebenarnya erat sekali kaitannya dengan adagium '*power tends to corrupt and absolute power corrupts absolutely*' dari *Lord Acton*. Tujuan ini dilandasi oleh pemikiran pembentukan kekuatan ekonomi, entah melalui monopoli atau persaingan, rentan terhadap penyalahgunaan, yang merugikan pelaku ekonomi lain yang lebih lemah.

3) Melindungi konsumen

Untuk negara-negara yang bercirikan negara kesejahteraan (*welfare state*), soal alokasi sumber daya di antara sektor publik dan swasta menjadi tujuan penting,

persaingan antara negara kesejahteraan juga berkepentingan untuk mencapai

kesejahteraan umum warganya dengan sumber daya yang terbatas, bukan sekedar menjamin keamanan swasta untuk mengejar kesejahteraan mereka sendiri. Dalam keadaan seperti ini, kehadiran ketentuan yang secara tegas memisahkan sumber daya publik dari sumber daya privat menjadi tidak terhindarkan untuk meniadakan tumpang-tindih alokasi publik-privat yang pasti terjadi bila tidak ada peraturan yang tegas tentang itu.

Seperti telah dikemukakan di muka, salah satu aspek positif dari monopoli adalah bahwa ia bisa menjadi sarana untuk melindungi sumber daya ekonomi tertentu yang merupakan kepentingan orang banyak dari eksploitasi yang semata-mata bersifat '*profit-motive*'.

Ketika suatu negara memiliki sumber daya, katakanlah minyak bumi, dalam jumlah besar, negara itu akan memiliki dua pilihan. Ia bisa saja membebaskan komoditi itu bagi persaingan yang melibatkan perusahaan-perusahaan swasta. Jika pilihan itu yang diambil, konsekuensi yang harus dihadapi adalah bahwa eksploitasi akan dilakukan oleh perusahaan-perusahaan itu atas nama keuntungan pribadi mereka. Pilihan lain adalah menerapkan monopoli publik terhadap komoditi vital tersebut. Apabila ini yang dipilih, konsekuensinya adalah bahwa untuk industri ini tidak ada persaingan, karena hanya akan ada satu pihak yang berwenang menguasai minyak bumi. Monopoli ini akan menjadi baik kalau ditujukan pada tercapainya kesejahteraan umum. Persoalannya mungkin akan berbeda kalau monopoli dipegang oleh swasta. Khususnya untuk pilihan yang

kedua, suatu instrumen hukum lantas akan diperlukan untuk memberikan kejelasan mengenai apa yang boleh dimonopoli oleh negara.

C. Penegakan Hukum Persaingan Usaha

Penegakan hukum persaingan usaha di Indonesia melalui beberapa penegakkan antara lain:

1. Pendekatan Administratif
2. Pendekatan perdata
3. Pendekatan pidana.

1. Pendekatan Administratif

Pendekatan-pendekatan inilah yang akan digunakan dalam penegakan hukum persaingan usaha. Pendekatan administratif merupakan pendekatan yang paling umum digunakan oleh negara-negara. Dengan pendekatan administratif, yang dimaksud disini adalah penggunaan sarana administratif untuk mengerahkan supaya tindakan para pelaku usaha sejalan dengan ketentuan-ketentuan persaingan usaha.

2. Pendekatan Perdata

Pendekatan yang kedua adalah pendekatan hukum perdata. Pendekatan ini memungkinkan seseorang pelaku usaha yang melakukan pelanggaran ketentuan persaingan untuk membayar sejumlah uang kepada pihak-pihak yang secara faktual menderita kerugian akibat pelanggaran tersebut.

3. Pendekatan Pidana

Jenis pendekatan hukum ketiga adalah pendekatan hukum pidana. Melalui pendekatan ini negara-negara mengatur bahwa pelanggaran atas ketentuan persaingan usaha tertentu adalah tindakan pidana yang terhadap pelakunya bisa dikenakan sanksi pidana. Pendekatan hukum pidana ini melibatkan ancaman sanksi pidana yang tegas, sehingga dianggap sebagai pendekatan yang paling represif. Oleh karena itulah negara menempatkan sanksi pidana ini merupakan sarana terakhir dalam penegakkan hukum persaingan usaha.

Di Indonesia penegakan hukum persaingan usaha dilakukan suatu lembaga atau komisi sebagaimana diatur dalam pasal 30 undang-undang nomor 5 tahun 1999 menyebutkan bahwa ada suatu komisi yang mengawasi persaingan usaha yang disebut komisi pengawas persaingan usaha (KPPU). KPPU adalah lembaga independen yang dibentuk untuk mengawasi pelaksanaan penegakan hukum terhadap pelanggaran praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Bebas dari pengaruh dan kontrol pemerintah maupun pihak manapun, KPPU memiliki wewenang menyusun peraturan pelaksanaan, melakukan pemeriksaan terhadap pihak yang diduga melakukan pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, menerbitkan putusan, dan menegaskan sanksi hukum yang mengikat terhadap pelaku pelanggaran undang-undang tersebut.

KPPU bertanggungjawab secara langsung kepada presiden, KPPU yang dibentuk pada tanggal 7 Juni 2000 terdiri dari 11 (sebelas) anggota, termasuk ketua

UNDARSIKASMAJADANADINA
 dan Roki Asmudyaningrum
 ditinjau dengan persetujuan DPR dengan masa kerja 5 (lima)

tahun. Untuk periode 2006-2011, KPPU beranggotakan 13 (tiga belas) komisioner. KPPU mengawasi pelaksanaan penegakkan hukum terkait larangan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang bertujuan untuk membentuk perekonomian Indonesia yang efisien dengan menciptakan iklim usaha yang kondusif, memberikan kepastian hukum dan kesempatan yang sama dalam berusaha.

KPPU berusaha memastikan setiap orang yang menjalankan kegiatan usaha di Indonesia menikmati situasi persaingan yang sehat, agar tidak terjadi praktek penyalahgunaan posisi dominan oleh pelaku usaha tertentu. Keuntungan yang dihasilkan dari upaya pencegahan praktek monopoli dan tindakan-tindakan anti persaingan adalah terbukanya kesempatan secara luas bagi hak konsumen untuk mendapatkan pilihan, kesempatan yang sama bagi pelaku usaha, tumbuhnya budaya persaingan, dan meningkatnya daya saing. Hasil dari manfaat tersebut berguna untuk memastikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dengan kepentingan publik, yang ada pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Tugas komisi meliputi:

1. Melakukan penilaian terhadap perjanjian yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 16;
2. Melakukan penilaian terhadap kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 17 sampai dengan Pasal 24;

3. Melakukan penilaian terhadap ada atau tidaknya penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 25 sampai dengan Pasal 28;
4. Mengambil tindakan sesuai wewenang komisi sebagaimana diatur dalam Pasal 36;
5. Memberikan saran dan pertimbangan terhadap kebijakan pemerintah yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
6. Menyusun pedoman dan atau publikasi yang berkaitan dengan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999;
7. Memberikan laporan secara berkala mengenai hasil kerja komisi kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan runusan masalah dan tinjauan hukum tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha pada pada perdagangan ritel di Medan dengan mengangkat suatu studi kasus di PT Electronic City Indonesia Cabang Medan dimana dalam skripsi ini penulis memaparkan secara terperinci serta menjelaskan pelaksanaan undang- undang nomor 5 tahun 1999, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dengan berlakunya undang-undang tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat ini,maka penegakan aturan hukumnya telah sesuai dengan mekanisme yang berlaku dan pemberian perlindungan dapat diperlakukan sama bagi setiap pelaku usaha untuk menciptakan persaingan usaha yang sehat sehingga dapat diwujudkan kegiatan usaha yang lebih kompetitif bagi setiap pelaku usaha dalam memproduksi dan memasarkan barang dan jasa.
2. Komisi berwenang menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif, pidana,dan gugatan perdata terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 26/7/24

Tindakan administratif sebagai mana dimaksud dalam ayat (1) dapat berupa :

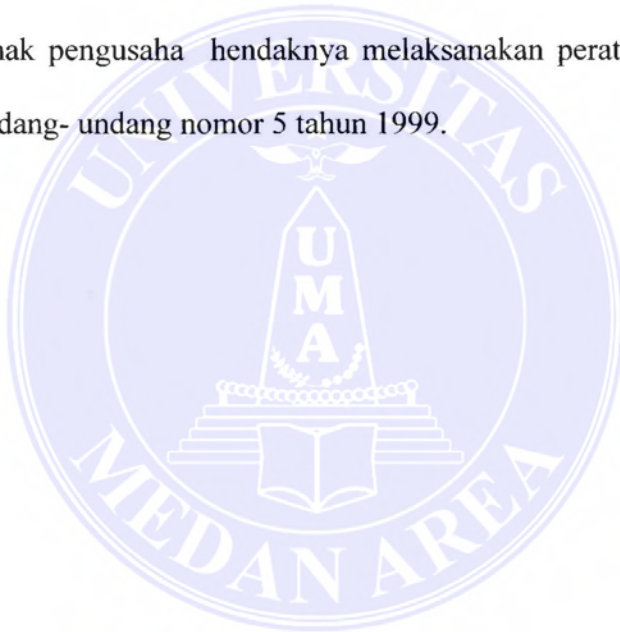
- a. Penetapan pembatalan perjanjian sebagaimana dimaksud pasal 4 sampai pasal 13, pasal 15 dan pasal 16; dan atau
- b. Perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan integrasi vertical sebagaimana dimaksud dalam pasal 14; dan atau
- c. Perintah pelaku usaha untuk menghentikan kegiatan yang terbukti menimbulkan praktek monopoli dan menyebabkan persaingan usaha tidak sehat atau merugikan masyarakat
- d. Perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan penyalahgunaan posisi dominan
- e. Penetapan pembatalan atas penggabungan atau peleburan badan usaha dan pengambilalihan saham sebagaimana dimaksud dalam pasal 28; dan atau
- f. Pembayaran ganti rugi
- g. Pengenaan denda serendah-rendahnya Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp.25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah).

Tindakan pidananya sebagai berikut:

- (1). Pelanggaran terhadap ketentuan pasal 4, pasal 9 sampai pasal 14, pasal 16 sampai pasal 19, pasal 25, pasal 27 dan pasal 28 diancam pidana denda serendah-rendahnya Rp.25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah) dan setinggi-tingginya Rp.100.000.0000.000,00 (seratus miliar rupiah),atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 6 (enam)bulan.
- (2). Pelanggaran terhadap ketentuan pasal 5 sampai dengan pasal 8, pasal 15, pasal 20 sampai dengan pasal 24, dan pasal 26 undang- undang ini diancam pidana denda serendah- rendahnya Rp. 5.000.000.000, 00 (lima miliar rupiah) dan setinggi- tingginya Rp. 25.000.000.000,00 (dua puluh lima miliar rupiah), atau padana kurungan pengganti denda selama- lamanya 5 (lima) bulan.
- (3). Pelanggaran terhadap ketentuan pasal 41 undang- undang ini diamcam pidana denda serendah- rendahnya Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah), atau pidana kurungan pengganti denda selama- lamanya 3 (tiga) bulan.

B. Saran

1. Diharapkan kepada pihak pelaku usaha haruslah berpedoman pada undang-undang nomor 5 tahun 1999 untuk memberikan jaminan kepastian hukum dan perlindungan yang sama kepada setiap pelaku usaha dalam berusaha. Dengan cara mencegah timbulnya praktek- praktek monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat.
2. Kepada pihak pengusaha hendaknya melaksanakan peraturan yang berlaku didalam undang- undang nomor 5 tahun 1999.



DAFTAR PUSTAKA

Abdul Muis, *Pedoman Penulisan Skripsi dan Metode Penelitian Hukum*, Fakultas Hukum Universitas Medan area, Medan, 1990.

Abdul Hakim G.Nusantara, *Analisa dan Perbandingan Undang-Undang Anti Monopoli (Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat) di Indonesia*, PT.Elex Media Komputindo, Jakarta, 1999.

Arie, *Hukum Persaingan Usaha*, PT.Ghalia indonesia, Bogor, 2002.

Ayudha D.Prayoga, *Persaingan Usaha dan Hukum yang Mengaturinya di Indonesia*, Jakarta, 2000.

Arhur Andersen, *Store Survival: Sussess Stratetegies for Retailers*, New york, john Wiley 7 Sons, Inc, 1997

Destivano Wibowo, *Hukum Acara Persaingan Usaha*, PT .Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005.

David Cook & David Walters, *Retail Marketing: Theory and Practice*, New York, Prentice Hall, 1999.

Hendri Ma`ruf, *Pemasaran Ritel*, PT.Gramedia Pustaka Umum, Jakarta, 2006

Insan Budi Maulana, *Catatan Singkat Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat*, PT.Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000.

M.Taufiq Amir, *Manajemen Ritel*, Penerbit PPM, Jakarta, 2004.

M.Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 26/7/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id) 26/7/24

Melvin Morgenstein & harriet Strongin, *Modern retailing: Management Principles and Practices*, New Jersey, Printice Hall, 1992.

Peter McGoldrick, *Retail Marketing*, New York, McGraw-Hill Education, 2002.

Racmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Indonesia*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2004.

Salim Kartono, *5 Jurus Sukses Berbisnis Retail Modern di Modern Market*, Transmedia, Jakarta, 2007.

Zaini Munawir, *Hukum Persaingan Usaha*, Fakultas Hukum Universitas Medan Area, Maret, 2010.

....., *Yayasan Sebagai Wadah Kegiatan Masyarakat*, Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara, Januari, 2006.

