



Konflik Pasar Monopoli terhadap Pelaku Usaha

Victorio Johan Oki Ramadhan

Magister Ilmu Hukum, Universitas Surabaya, Indonesia

Email: victoriojohan.vj@gmail.com

Abstrak

Persaingan bidang usaha di Indonesia sudah terjadi sejak pasar berjalan. Kekuatan ekonomi pasar mengalami kondisi yang tidak stabil akibat terjadinya sistem monopoli perdagangan. Tujuan penelitian ini untuk meminimalisir persaingan usaha kurang sehat dan mengendalikan monopoli perdagangan. Metode penelitian dengan metode analisis pustaka bersifat yuridis normatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persaingan usaha saat ini sudah menjadi hal yang wajar. Mayoritas pemilik usaha tidak hanya dari kalangan pengusaha besar. Kelompok UMKM sudah mulai menjadi pesaing usaha di dunia online dengan memanfaatkan aplikasi dan perkembangan yang pesat. Perubahan usaha di dunia bisnis menjadi tantangan pelaku bisnis di era perkembangan teknologi. Perubahan sistem monopoli tidak sehat dapat diatasi dengan baik melalui adanya kolaborasi antara pelaku usaha, pembisnis, dan konsumen untuk meminimalisir kecurangan dapat dikendalikan dengan sistem pemerataan dan supervisi, evaluasi dari pihak penanggung jawab usaha.

Kata Kunci: Konflik, Monopoli, Pelaku Usaha

Abstract

Competition in the business sector in Indonesia has occurred since the market started. The power of the market economy is experiencing unstable conditions due to the existence of a trading monopoly system. The purpose of this research is to minimize unfair business competition and control trade monopoly. The research method with library analysis method is normative juridical. The results of the study show that business competition has now become a natural thing. The majority of business owners are not only big businessmen. The MSME group has started to become business competitors in the online world by utilizing applications and rapid developments. Business changes in the business world are a challenge for business people in the era of technological development. Changes in the unhealthy monopoly system can be handled properly through collaboration between business actors, businessmen, and consumers to minimize fraud, which can be controlled with a system of equity and supervision, evaluation from the party in charge of the business.

Keywords: Phenomenon, Social Construction, social media, Pancasila.

PENDAHULUAN

Persaingan terjadi karena ada keinginan untuk mencapai keuntungan besar. Peristiwa perdagangan di pasar cukup ketat sehingga membuat pedagang atau produsen harus siap untuk menghadapi tantangan yang terjadi. (Studi et al., 2015) praktik diskriminasi harga seperti dirumuskan dalam Pasal 6 Undang-undang No. 5/1999, maka dapat menyebabkan pembeli tertentu (dimana pembeli tersebut merupakan pelaku usaha juga) terkena kewajiban harus membayar dengan harga

yang lebih mahal dibandingkan pembeli lain (yang juga merupakan pelaku usaha) yang sama-sama berada dalam pasar yang sama, sehingga dapat menyebabkan pembeli mengalami diskriminasi tersebut tersingkir dari pasar karena dia akan kalah bersaing dengan pelaku usaha lainnya yang memperoleh harga lebih rendah. Bentuk dari pertukaran harga rendah maupun tinggi dapat mempengaruhi konsistensi pembeli dalam memilih tempat belanja. Peristiwa demikian menjadikan konflik pasar semakin meluas.

Fenomena di kalangan masyarakat seperti perselisihan harga jual barang antara penjual satu dengan lainnya sehingga membuat kerugian pada kelompok lain dan menambah keuntungan meningkat bagi kelompok tersebut. Peristiwa persaingan usaha tidak sehat yang terjadi, sehingga melatar belakangi diangkatnya hal ini sebagai peristiwa yang harus dilakukan penelitian untuk mendapatkan jawaban yang terhadap permasalahan persaingan usaha, sehingga pada akhirnya diharapkan tidak terjadi lagi praktik persaingan usaha tidak sehat khususnya di Indonesia (Ayu Rizkia & Rahmawati, 2021). Untuk meminimalisir beberapa kejadian di pasar perlu adanya kontribusi bahwa komitmen dan konsekuensi dalam transaksi jual beli membutuhkan kesadaran dan kedulian sosial, sikap saling menghargai dan mendukung bukan saling menjatuhkan. Hasil dari perubahan atas kesadaran penjual maupun pembeli dapat meningkatkan stabilitas ekonomi pasar membaik.

Ketepatan menjalani usaha dibagian wilayah kepemilikan secara personal dapat mempengaruhi motivasi, visi misi dan komitmen dalam megembangkan produk. Kekuatan kelompok dapat memberikan dampak positif maupun negative. Kebiasaan mengandalkan seseorang atas keahlian yang dimiliki menjadikan potensi berfikir dan kreatifitas menurun. Perlu dibangun kerjasama yang baik, kompetitif sehingga dapat memberikan dorongan emosional kepada pelaku usaha. (Amalya, 2020) aktivitas bisnis batas antara negara semakin menghilang, sehingga hampir tiada batas terlihat, membawa konsekuensi tersendiri secara hukum dimana masing-masing negara berusaha untuk memberikan perlindungan terhadap warga negaranya didalam wilayah teritorialnya. Hukum berlaku sesuai kondisi dan kebutuhan warga setempat. Bentuk dari aturan yang telah direncanakan sudah memiliki konsekuensi dan ukuran serta kebijakan secara tepat. Bagi warganegara Indonesia semestinya memiliki ikatan hukum antara bidang usaha dengan membangun sistem manajerial dan kekuatan hukum kuat sehingga dapat membantu peningkatan kesejahteraan warga.

Beberapa dari permasalahan pasar terjadi ketetapan harga yang masih fluktuatif dan dominan pada profit yang ingin dicapai. (Darania, 2019) keadaan nyata yang kerap terjadi adalah persaingan tidak sempurna. Persaingan yang tidak sempurna terdiri dari persaingan monopolistik dan oligopoli. Persaingan memberikan keuntungan kepada para pelaku usaha maupun kepada konsumen. Dengan adanya persaingan maka pelaku usaha akan berlomba- lomba untuk terus memperbaiki produk ataupun jasa yang dihasilkan. Perubahan cara pandang terhadap permasalahan dapat menjadi peluang besar bagi pelaku usaha yang memiliki potensi, jiwa kewirausahaan dan manajemen waktu yang baik. Cara pandang positif mampu mengubah kerugian menjadi peluang besar untuk dikembangkan dalam mencapai keuntungan yang lebih besar.

Bentuk dari persaingan usaha menampilkan nilai kedulian pemerintah sebagai peran dalam melindungi konsumen. Karena bila hal ini tidak dilakukan maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi persengkongkolan (kolusi) antar pelaku bisnis yang akan menjadikan inefisiensi ekonomi, yang pada akhirnya konsumenlah yang akan menanggung beban yaitu membeli barang atau jasa dengan harga dan kualitas yang kurang memadai. Di Indonesia, pada tanggal 5 Maret 1999 telah diundangkan Undang- undang Republik Indonesia Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pasal 3 Undang-undang tersebut menyatakan bahwa tujuan pembentukan Undang-undang ini adalah untuk: Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan

efisiensi ekonomi nasional (Darania, 2019). Menurut (Fauzi, 2021) Monopoli adalah komponen utama yang akan membuat kekayaan terkonsentrasi ditangan segelintir kelompok sehingga dapat menciptakan kesenjangan sosial dan ekonomi. Menurut (Amalya, 2020) Pasal 33 ayat (1) UUD 1945 menghendaki perekonomian Indonesia yang pro persaingan yang dapat mendorong perekonomian yang kondusif bagi rakyat Indonesia. Pasal 33 ayat (1) UUD 1945 mengisyaratkan perlunya restrukturisasi dan reformasi ekonomi melalui penyelenggaraan perekonomian yang berdasarkan demokrasi ekonomi. Restrukturisasi. Ketetapan aturan UU sudah menjadi wacana dan perhatian penuh bagi konflik yang terjadi akibat persaingan pasar.

Pergeseran model pasar saat ini menjadi budaya konvensioal tergeser oleh pasar online. Pada umumnya masyarakat pergi ke pasar untuk membeli kebutuhan. Terjadi proses transaksi jual – beli dengan tatap muka. Mengikuti perkembangan teknologi sistem jual beli pasar modern sudah tersedia di aplikasi dengan sistem delivery order. Suatu peningkatan pesat bagi pasar online membuat konsumen tertarik dan nyaman dengan belanja dirumah saja. Melihat ketentuan dan perhitungan waktu, tenaga, biaya transpot dan meminimalisir resiko lainnya pasar online memiliki peran unggul dibandingkan pasar tradisional, konvensional. Persaingan secara sehat sudah mulai terukur dari adanya kolaborasi antara produk satu dan produk lain untuk dapat bekerjasama dan saling mendukung. (Hayati, 2021) kemajuan tersebut terjadi di bidang perdagangan barang dan jasa. Transaksi perdagangan yang pada awalnya hanya dilakukan melalui pola konvensional secara tatap muka, kini dapat dilakukan secara online.

Persaingan usaha pasca pandemi covid 19 menjadikan lonjakan tertinggi konsumen memilih pasar online disbanding pasar tradisional. Menjadikan suatu pilihan utama dalam meminimalisir monopoli keuangan perdagangan. (Hayati, 2021) Tingginya jumlah dan nilai transaksi *e-commerce* tentunya turut mendorong semakin bertumbuhnya jumlah pelaku usaha pada sektor bersangkutan. Dengan semakin banyaknya jumlah pelaku usaha maka kondisi persaingan usaha dalam pasar juga menjadi semakin kompetitif. Produk yang ditawarkan di *e commerce* mengikuti gaya kehidupan konsumen. Strategi demikian membuat konsumen merasa terus ingin mencari barang yang terbaru dan tranding. Dengan mempertimbangkan harga lebih murah dan pengiriman lebih cepat. (Hayati, 2021) adanya persaingan dalam mekanisme pasar akan memacu pelaku usaha berinovasi untuk menghasilkan produk yang bervariatif dengan harga bersaing dan akan dapat menguntungkan. Manajemen pasar online berbeda dengan pasar tradisional.

Pasar tradisional membutuhkan tempat disekitar pasar, sewa kios, modal usaha dan waktu untuk stay jaga toko. Pasar online memiliki nuansa berbeda diantaranya pasar online memiliki kelebihan untuk bisa memberikan nuansa toko hidup dengan menampilkan pilihan, kebebasan konsumen dalam memberikan penilaian produk, mendapatkan pelayanan lebih disbanding pasar konvensional. (Hayati, 2021) persepektif hukum persaingan usaha, kondisi dan tantangan dalam penyelenggaraan *e-commerce* tak lain adalah berkenaan dengan adanya potensi terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat pada sektor bersangkutan. Disamping itu, penegakan hukum persaingan usaha di sektor *e-commerce* turut menghadapi tantangan yang berkaitan dengan belum diadopsinya pengaturan mengenai prinsip ekstrateritorialitas dalam hukum persaingan usaha Indonesia.

Menurut (Hayati, 2021) penggunaan *e-commerce* pada dasarnya membawa kemanfaatan yang besar baik kepada pelaku usaha maupun konsumen. Beberapa keuntungan yang didapatkan oleh pelaku usaha antara lain ialah (i) memperluas pasar dari produk usaha, (ii) biaya yang terkendali, (iii) adanya efisiensi, dan (iv) cash flow yang terjamin. Sementara. Beberapa dari keuntungan pasar online salah satunya bagian dari gaya hidup masyarakat masa kini menjadi lebih terwujud secara potensial. Pelaku usaha dituntut untuk terus maju dan berkembang dengan penawaran produk melalui diskon

dan bonus. Salah satu bentuk promosi menarik bagi pelanggan adalah produk berkualitas dengan harga terjangkau dan model terbaru.

Terdapat perbedaan jenis transaksi antara pasar tradisional dengan online . pada prinsipnya pasar tradisional berlangsung secara real dibandingkan pasar online lebih dominan menggunakan jenis transaksi paylatter, E-money. Perbedaan jenis transaksi dapat menjadi perhatian bagi pelaku usaha untuk dapat beradaptasi baru, mampu bersaing secara global dan menguasai medan kepemilikan usaha. (Hukum et al., 2018) Hubungan hukum yang terjadi diantara pelaku usaha dan konsumen adalah hubungan timbal balik akibat adanya transaksi jual beli. Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk menyerahkan barang setelah menerima haknya berupa pembayaran dari konsumen. Sedangkan konsumen memiliki kewajiban untuk melakukan pembayaran sejumlah uang dan menerima haknya berupa barang atau jasa.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas peneliti merumuskan masalah sebagai berikut: 1) Bagaimana Persaingan usaha menjalin kolaborasi memiliki pengaruh terhadap Anti monopolii dan persaingan usaha tidak sehat? 2) Mengapa Pelaku usaha dapat menjalin hubungan terhadap Anti monopolii dan persaingan usaha tidak sehat? Istilah dari bentuk non pesaingan adalah monopolii. Pada dasarnya persaingan bersifat mendesentralisasikan kekuatan ekonomi. Sementara monopolii bersifat memusatkan kekuatan pada satu orang atau satu kelompok. Akibatadanya pemasukan kekuatan ini, monopolii dianggap sebagai kondisi yang negative (Fauzi, 2021) paradigma demikian menjadikan keluhan bagi masyarakat pada kekuatan pasar terkait dengan harga yang melambung tinggi, rendan atau stabil. Tingkat penjualan dapat mempengaruhi perekonomian pasar dan kekuatan kelompok untuk terus mempertahankan eksistensi di bidang usaha.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif (Fauzi, 2021) penelitian yuridis normatif dengan meneliti bahan pustaka (library research) atau data sekunder (Soekanto, Soerjono dan Mamudji, Sri, 2004) dengan pendekatan undang-undang (statute approach), pendekatan kasus (case approach), dan pendekatan konseptual (conceptual approach) yang selanjutnya akan dianalisis dengan wetzen rechtshistorische interpretatie, interpretasi gramatikal, dan interpretasi sistematis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aturan dari Pasal 17 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat, Pasal tersebut menyatakan: 1. Pelaku usaha dilarang melakukan penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat (Fauzi, 2021). Anjuran pemerintah terhadap aturan tertulis memiliki harapan besar terhadap pelaku usaha, pembisnis, dalam menerapkan nilai ketetapan untuk terus dikembangkan dan diberi kekuatan secara finansial melalui bantuan dan proses peninjauan langsung.

Persepsi muncul dari apa yang terjadi dikalangan masyarakat. Faktanya mayoritas masyarakat memilih untuk mengakses internet. Sebagaimana kelebihan dari internet yaitu memudahkan pengguna dalam mengelola jaringan tanpa batas ruang dan waktu, sebagian masyarakat yang mampu memanfaatkan kemudahan internet dapat memberikan kontribusi keilmuan masa kini untuk membangun usaha tambahan melalui pengembangan bisnis online. Sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati oleh pengelola akun. Pasar modern menjadi salah satu pilihan masyarakat masa kini. (Hukum et al., 2018) Pasar persaingan sempurna merupakan struktur pasar yang paling ideal karena sistem pasar persaingan sempurna dianggap struktur pasar yang akan menunjang terwujudnya

efisiensi dalam kegiatan produksi barang, menciptakan inovasi dalam mengembangkan produk, dan akan meningkatkan kualitas terhadap produk.

(Lesmana, 2010) kejujuran adalah nama lain dari kebenaran itu sendiri. Islam melarang tegas melakukan kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Sebab, nilai kebenaran ini akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan dan masyarakat secara luas

Perluasan pasar pada komponen utama terletak dalam sistem kepercayaan sehingga mampu membangun dan membentuk mekanisme perdagangan maju. Pada bentuk trust, sejumlah badan usaha secara yuridis berdiri sendiri, dalam arti ekonomi kehilangan prinsip kemerdekaan. Sebagian besar modal saham mereka berada dalam tangan sebuah organ (badan) yang mengendalikannya. Trust terbentuk dengan cara mendirikan sebuah "holding company" atau melalui fusi (peleburan) badan-badan usaha pembentukan Holding Company ini berbeda dengan perusahaan induk yang sudah berdiri terlebih dahulu lalu membentuk anak-anak perusahaan untuk menunjang aktivitasnya (Judhanto et al., 2018). Kegiatan yang dibangun secara kelompok memiliki kontribusi besar terhadap kemajuan dan jaminan mutu. Kekuatan menekankan pada aspek manajerial dan pelaksanaan dari susunan konsep yang telah disusun secara rapi.

Setiap bidang usaha memiliki karakteristik tersendiri. Pada kekuatan pasar tradisional maupun online perlu adanya dinamika perbedaan dan ciri khas yang dapat menjadikan symbol pembeda antara pelaku usaha dengan konsumen. (Judhanto et al., 2018) suatu perusahaan telah memiliki market power yang besar di sebuah negara, tentunya perusahaan tersebut akan lebih mengembangkan wilayah bisnisnya dan turut dalam persaingan internasional. Salah satu yang dapat dijadikan sebagai indikator bahwa perusahaan tersebut telah memiliki market power yang besar ialah dari penguasaan pasar, dimana produk perusahaan tersebut telah menjadi andalan atau favorit konsumen di suatu negara. Dapat dicontohkan seperti halnya Semen dan Pupuk. Mempertahankan keuntungan pasar saat ini dapat dikemas dengan praktis melalui adanya pembiayaan tambahan berupa bentuk promosi dan keunggulan produk. Konsumen akan tertarik pada penawaran produk dengan kompensasi besar dan melambung serta kekuatan kualitas produk terjamin.

Persaingan bisnis di bidang usaha pertumbuhan ekonomi memiliki tujuan dan orientasi untuk mewujudkan kondisi finansial rakyat secara komprehensif. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka demokrasi dalam bidang ekonomi memberi kesempatan yang sama bagi untuk pelaku usaha dapat berpartisipasi di dalam proses produksi dan pemasaran barang dan/atau jasa dalam iklim usaha yang sehat, efektif dan efisien sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan bekerjanya ekonomi pasar yang wajar. Pergerakan secara cepat karena melalui dukungan sistem dan kekuatan kelompok atau group.

Bentuk usaha peningkatan prinsip dunia bisnis yaitu sebagai upaya memperoleh keuntungan (profit) yang lebih besar karena perilaku yang wajar, sepanjang perilaku itu menghindari praktik monopoli perdagangan dan kekacauan dalam manajemen, jenis dari persaingan usaha tidak sehat (Simbolon, 2011) Monopoli memiliki pengaruh yang besar terhadap struktur iklim usaha di Indonesia. Salah satu di antaranya adalah miskinnya kesempatan perubahan dan terhambatnya mobilitas vertikal- horizontal masyarakat. Beberapa bukti empiris yang menunjukkan pengaruh monopoli seperti disebutkan di atas adalah: monopoli di industri tepung terigu, kartel yang terbentuk di industri semen, terobosan untuk membentuk Mobil Nasional (Mobnas), serta instrumen tataniaga jeruk serta cengkeh.

Pertumbuhan dan Pergerakan bisnis yang terjadi di masa lampau sering mengabaikan masalah terbentuknya konsentrasi pasar atau monopoli. (Simbolon, 2011) Emmy Simanjuntak menjelaskan bahwa persaingan dapat mendorong peningkatan per- ekonomian serta memungkinkan terciptanya

kekuatan pasar yang tersebar dan tidak dikuasai oleh golongan pelaku usaha tertentu. Menurut Emmy Simanjuntak menjelaskan bahwa persaingan dapat mendorong peningkatan per- ekonomian serta memungkinkan terciptanya kekuatan pasar yang tersebar dan tidak dikuasai oleh golongan pelaku usaha tertentu. Motivasi internal dapat memberikan perubahan dukungan secara cepat dan tepat bagi pelaku usaha.

Upaya dalam ketegasan hukum dipaparkan dalam pelaksanaan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. (Simbolon et al., 2013) Penerapan Per Se Rule yang berlebihan dapat menjangkau perbuatan yang sebenarnya tidak merugikan bahkan mendorong persaingan. (Simbolon et al., 2013) Larangan-larangan yang bersifat Per Se termasuk perbuatan-perbuatan sebagai berikut: 1. penetapan harga secara horizontal, yaitu penetapan harga bersama oleh perusahaan-perusahaan yang memproduksi atau menjual produk atau jasa yang sama.

Menurut (Ningsih, 2019) Persaingan usaha yang sehat (fair competition) akan memberikan akibat positif bagi para pelaku usaha, sebab dapat menimbulkan motivasi atau rangsangan untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, inovasi, dan kualitas produk yang dihasilkannya. Selain menguntungkan bagi para pelaku usaha, tentu saja konsumen memperoleh manfaat dari persaingan usaha yang sehat itu, menurut (Novizas & Gunawan, 2021) Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Monopoli menggambarkan suatu keadaan dimana terdapat seseorang atau sekelompok orang yang menguasai suatu bidang tertentu secara mutlak, tanpa memberikan kesempatan kepada orang lain untuk ikut ambil bagian. Monopoli diartikan sebagai suatu hak istimewa (privilege), yang menghapuskan persaingan bebas, yang tentu pada akhirnya juga akan menciptakan penguasaan pasar.

Menurut (Novizas & Gunawan, 2021) UU No.5 Tahun 1999 tentang Praktek monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu 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. Undang-Undang Anti Monopoli No 5 Tahun 1999 memberi arti kepada monopolis sebagai suatu penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha (pasal 1 ayat (1) Undang-undang Anti).

Menurut (Novizas & Gunawan, 2021) istilah monopoli di USA sering digunakan kata “antitrust” untuk pengertian yang sepadan dengan istilah “anti monopoli” atau istilah “dominasi” yang dipakai masyarakat Eropa yang artinya juga sepadan dengan arti istilah “monopoli” Disamping itu terdapat istilah yang artinya hampir sama yaitu “kekuatan pasar”. Dalam praktek keempat kata tersebut, yaitu istilah “monopoli”, “antitrust”, “kekuatan pasar” dan istilah “dominasi” saling dipertukarkan pemakaiannya. aturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 1 Tahun 2006 tentang tata cara penanganan perkara adalah merupakan hukum acara dan pedoman bagi KPPU untuk melaksanakan fungsi penyelidikan dan pemeriksaan sebagai-mana diamanatkan oleh ketentuan Pasal 36 Undang-undang Anti Monopoli(Sugiarto, 2016) Pihak yang menjalankan kegiatan ekonomi disebut pelaku ekonomi, baik perorangan maupun yang bersifat kelompok atau badan usaha. Menurut (Sugiarto, 2016) Diskriminasi Harga merupakan salah satu bentuk perjanjian yang dilarang oleh UU No. 5 Tahun 1999 yang dapat terjadi melalui penetapan harga berbeda yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk barang dan atau jasa yang sama dari suatu produsen berdasarkan kriteria tertentu, menurut (Widiyanti & Yahanan, 2010) bidang perekonomian sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Dasar 1945 menghendaki kemakmuran masyarakat secara merata, bukan kemakmuran secara individu.

Menurut (Widiyanti & Yahanan, 2010) pendekatan penegakan hukum (law enforcement Approach) yang benar-benar memiliki kapabilitas dan kredibilitas dari lembaga yang memiliki

wewenang melakukan penegakan terhadap Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Menurut (Widiyanti & Yahanan, 2010) KPPU adalah sebuah lembaga yang bersifat independen, dimana dalam menangani, memutuskan atau melakukan penyelidikan suatu perkara tidak dapat dipengaruhi oleh pihak manapun, baik pemerintah maupun pihak lain yang memiliki conflict of interest, walaupun pelaksanaan wewenang dan tugasnya bertanggungjawab kepada presiden.

Konsumen memiliki hak kuasa untuk memilih toko mana yang akan dijadikan pasar. Beberapa hal perlu diperhatikan diantaranya: Penetapan harga yang dilarang termasuk pula menetapkan harga minimum atau maksimum atau menetapkan produksi barang atau jasa yang boleh diproduksi. (Simbolon et al., 2019) Ketentuan Hukum Persaingan penetapan harga jual kembali ini disebut dengan Resale Price Maintenance dimana pada umumnya manufaktur menetapkan harga jual kembali kepada distributor dengan tujuan untuk menghindarkan free rider atau penumpang gratis. Free rider adalah seorang pelaku usaha yang menikmati keuntungan dari pelayanan maupun usaha yang dilakukan oleh orang lain tanpa mengeluarkan biaya.

Menurut (Simbolon et al., 2019) Hukum persaingan usaha mengatur tentang perjanjian yang dilarang yaitu Pasal 4 sampai dengan Pasal 16 UULPM. Perjanjian yang dilarang dalam UULPM tersebut bertentangan dengan syarat sahnya perjanjian yang diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata yang disebut dengan asas konsensualisme. Asas konsensualisme adalah suatu asas yang menyatakan bahwa suatu perjanjian sudah lahir pada saat atau detik tercapainya suatu kesepakatan.

Terdapat contoh dari kasus terjadi pada aspek persaingan usaha jasa transportasi terjadi di Jakarta. Salah satu persoalan hukum di bidang persaingan usaha di ibukota adalah konflik antara taksi konvensional dan taksi online. Kisruh taksi online berpangkal pada tuduhan bahwa kehadiran mereka dianggap illegal, karena tidak memenuhi aturan penyelenggaraan transportasi umum. (Studi et al., 2015) Ekonomi dunia dewasa ini bergerak sangat dinamis, dengan globalisasi sebagai motor penggeraknya. Perubahan, pertumbuhan dan perkembangan sistem ekonomi di Indonesia, persaingan usaha menjadi salah satu instrument ekonomi sejak saat reformasi digulirkan. Nilai masih pada taraf fluktuatif dan belum mampu diukur dengan instrument investasi secara personal maupun kelompok.

Upaya demikian menjadikan pondasi utama bagi kelangsungan kelanjutan sistem pengelola badan hukum. Penegakan hukum persaingan merupakan instrument ekonomi yang sering digunakan untuk memastikan bahwa persaingan antar pelaku usaha berlangsung dengan sehat dan hasilnya dapat terukur berupa peningkatan kesejahteraan masyarakat (Studi et al., 2015). Konsekuensi sistem pemasaran melibatkan kerjasama antara pelaku usaha dengan konsumen dengan adanya keterlibatan pada perjanjian diskriminasi harga adalah perjanjian yang dibuat oleh pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya dimana untuk suatu produk yang sama dijual kepada setiap konsumen dengan harga yang berbeda-beda. Pasal 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 melarang setiap perjanjian diskriminasi harga tanpa memperhatikan tingkatan yang ada pada diskriminasi harga, dengan pasal yang berbunyi: "Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan/atau jasa yang sama" (Studi et al., 2015).

SIMPULAN

Hukum persaingan usaha di jaman teknologi serba cepat menjadi tantangan besar di Indonesia. Perkembangan produk baru dan inovasi serta kemudahan transaksi dapat mempengaruhi tinggi

rendahnya permintaan produk. Pengusaha konvensional akan mengalami pergeseran tersebut menjadikan gaya persaingan usaha semakin sehat dan saling mendukung. Ketetapan hukum anti monopoli menjadi landasan utama dalam menegakkan kekuatan supre hukum. Untuk meminimalisir monopoli perdagangan melalui strategi pemasaran offline secara terus menerus dapat meningkatkan angka persaingan tinggi dilandasi pada aspek persaingan secara sehat. Sistem monopoli perdagangan merupakan tolak ukur kekuatan pasar. Apabila berkembang dan tidak dapat diatasi oleh produsen maupun konsumen akan terjadi inflasi. Masyarakat dan pelaku usaha perlu meningkatkan kesadaran untuk menentukan produk mana saja yang memiliki nilai jual tinggi, dan melakukan kesepakatan bersama pelaku usaha lain dengan harapan pasar yang akan dikembangkan berjalan dengan baik tanpa adakecurangan. Kelebihan dari kekuatan pasar yang memiliki tingkat monopoli negative yaitu dapat memberikan perubahan model transaksi dari persaingan tidak sehat menjadi persaingan sehat dengan cara kolaborasi dan kesepakatan bersama antara penjual dab pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalya, A. R. (2020). *Prinsip Ekstrateritorial Dalam Penegakan Hukum Persaingan Usaha*. 6(1), 171–185.
- Ayu Rizkia, A., & Rahmawati, S. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Anti Monopoli Dan Persaingan Bisnis Tidak Sehat : Globalisasi Ekonomi, Persaingan Usaha, Dan Pelaku Usaha. (Literature Review Etika). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 631–643. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.572>
- Darania, M. (2019). Persaingan Usaha Tidak Sehat Di Indonesia Menurut Hukum Ekonomi Islam Dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 21–46. <https://doi.org/10.24090/ej.v7i1.3446>
- Fauzi, A. (2021). Pengawasan Praktek Monopoli Sebagai Bentuk Persaingan Usaha Tidak Sehat. *DE LEGA LATA : Jurnal Ilmu Hukum*, 6(2), 397. <https://doi.org/10.30596/delegalata.v6i2.7837>
- Hayati, A. N. (2021). ANALISIS TANTANGAN DAN PENEGAKAN HUKUM PERSAINGAN USAHA PADA SEKTOR E-COMMERCE DI INDONESIA (*Analysis of Challenges and Law Enforcement of Business Competition in The E- Commerce Sector in Indonesia*). 21, 109–122.
- Hukum, J., Bonum, B., Hotana, M. S., Commerce, E., Persaingan, D., Tidak, U., Syahdeini, S. R., Hukum, M., Vol, B., Suparni, N., & Karya, F. M. (2018). *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune Volume I, Nomor 1 Agustus 2018 Melisa Setiawan Hotana*. 12, 28–38.
- Judhanto, A. S., Airlangga, U., & Manajemen, K. (2018). *PEMBENTUKAN HOLDING COMPANY BUMN DALAM Pendahuluan*. IV(September), 154–170.
- Lesmana, E. (2010). *Implementasi etika bisnis islam dalam menghadapi persaingan usaha*.
- Man, R., Kusmayan, H., & Afriana, A. (1999). *The Problem of Law Enforcement in Business Compe on in Establishing Legal Certainty*.
- Ningsih, A. S. (2019). Implikasi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat pada Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 19(2), 207. <https://doi.org/10.30641/dejure.2019.v19.207-215>
- Novizas, A., & Gunawan, A. (2021). Studi Kasus Analisa Ekonomi Atas Hukum Tentang Hukum Anti Monopoli Dan Persaingan Usaha. *Jurnal Magister Ilmu Hukum*, 2(1), 32. <https://doi.org/10.36722/jmih.v2i1.739>
- Simbolon, A. (2011). *Kedudukan hukum komisi pengawas persaingan usaha melaksanakan wewenang penegakan hukum persaingan usaha **.

- Simbolon, A., Katolik, U., & Thomas, S. (2013). *Pendekatan yang Dilakukan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Menentukan Pelanggaran dalam Hukum Persaingan Usaha*. 20(2), 186–206.
- Simbolon, A., Pelita, U., & Medan, H. (2019). *Hukum persaingan usaha edisi kedua* (Issue April 2018).
- Studi, P., Hukum, I., Hukum, F., & Bandar, U. (2015). *Keadilan progresif*. 6(2).
- Sugiarto, I. (2016). Perspektif Ilmu Ekonomi Dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terhadap Diskriminasi Harga. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 33(2), 153. <https://doi.org/10.25072/jwy.v33i2.101>
- Widiyanti, M., & Yahanan, A. (2010). *PERPANJANGAN KONTRAK PENGADAAN GIVE AWAY OLEH PT GARUDA INDONESIA (Studi Kasus Putusan Perkara Nomor : 23 / KPPU-L / 2010)*. 5, 556–577.