

Hukum Bagi Pedagang Kecil dan Menengah Terhadap Para Pelaku Usaha Monopoli

¹Elisyah Putri Nasution, ²M. Yarham

Universitas Islam Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Email : elisyahputri445@gmail.com¹, myarhamlubis@gmail.com²

Abstract

The law of Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition Number 5 1999 (Competition Law) is one of the government's efforts to provide business certainty for businesses in a situation of fair competition and reasonable, so it does not cause the concentration of economic power in the business operators particular. This study aims to explain the legal protection of the Small and Medium Enterprises (SMEs) in Indonesia competition law and to find out the role of local government, Banda Aceh and Aceh Besar, in support of the protection efforts, especially related to the expansion by the Pante Pirak Company. The study combines two methods of juridical normative and empirical (sociology). Analysis of the qualitative approach and descriptive analysis presented; analyze the protection of SMEs under the competition law and then combine with field research to understand the role of local governments in support of such protection. Research shows that there are no provisions in competition law which expressly provides support to SMEs, but the shape is visible through decision support by Komite Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Local government support to SMEs has not been realized in the form of the laws, but there have been efforts to better support local businesses rather than national employers through policies. Even though its casuistry and very difficult to ensure its sustainability.

Keywords : Law, Small and Medium Trades, Monopolies.

Abstrak

Hukum Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Nomor 5 Tahun 1999 (UU Persaingan Usaha) merupakan salah satu upaya pemerintah untuk menyediakan kepastian usaha bagi pelaku usaha dalam situasi persaingan yang sehat dan wajar, demikian tidak menyebabkan terjadinya pemusatan kekuatan ekonomi pada pelaku usaha tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan perlindungan hukum terhadap Usaha Kecil dan Menengah Badan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam hukum persaingan usaha di Indonesia dan untuk mengetahui peran local pemerintah, Banda Aceh dan Aceh Besar, dalam mendukung upaya perlindungan khususnya terkait dengan ekspansi yang dilakukan

Perusahaan Pante Pirak. Penelitian ini menggabungkan dua metode dari segi yuridis normatif dan empiris (sosiologi). Analisis dengan pendekatan kualitatif dan analisis deskriptif disajikan; menganalisis perlindungan UKM di bawah hukum persaingan usaha dan kemudian digabungkan dengan penelitian lapangan untuk memahami peran masyarakat lokal pemerintah dalam mendukung perlindungan tersebut. Penelitian menunjukkan bahwa tidak ada ketentuan dalam undang-undang persaingan usaha yang secara tegas memberikan dukungan kepada UKM, namun bentuknya terlihat melalui dukungan keputusan oleh Komite Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Lokal Dukungan pemerintah terhadap UKM belum diwujudkan dalam bentuk undang-undang, namun sudah ada merupakan upaya untuk lebih mendukung bisnis lokal dibandingkan pemberi kerja nasional melalui kebijakan. Meskipun bersifat kasuistis dan sangat sulit untuk menjamin kelestariannya.

Kata Kunci : Hukum, Pedagang Kecil dan Menengah, Pelaku Usaha Monopoli

PENDAHULUAN

Dunia usaha rentan terjadinya monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang dapat menimbulkan kerugian bukan hanya bagi pelaku usaha tetapi juga masyarakat. Bagi pelaku usaha, persaingan tidak sehat akan berdampak pada hilangnya kesempatan berusaha, sedangkan bagi konsumen penguasaan pasar oleh satu atau dua produsen terhadap pangsa pasar yang sama memungkinkan timbulnya permainan harga dan kualitas barang yang rendah yang pada skala besar akan dapat menimbulkan terjadinya inflasi dan menimbulkan kerugian bagi masyarakat (Safrina). Pemerintah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (selanjutnya disebut UU Persaingan Usaha) diundangkan dalam Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 1999. Tujuan dari terbentuknya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 ini adalah untuk menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat, mewujudkan iklim persaingan usaha yang sehat, sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku Usaha Besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil. Undang-undang Persaingan Usaha pada umumnya bertujuan untuk mewujudkan iklim usaha yang sehat untuk terwujudnya efisiensi dan tanggung jawab pelaku usaha dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Pengalaman menunjukkan bahwa kompetisi dalam dunia usaha dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas produk serta menumbuhkan daya inovasi yang bertujuan untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama dengan cara menawarkan harga yang murah dengan kualitas yang bagus.

Penelitian ini akan memfokuskan pada analisa terhadap bagaimana hukum pedagang kecil dan menengah terhadap pelaku usaha monopoli tersebut dan juga menarik untuk meneliti bagaimana perlindungan yang dilakukan oleh pemerintah suatu daerah terhadap

pengusaha ritel kecil dan menengah dari pelaku monopoli. Adapun metode penelitian dalam penulisan ini adalah menggunakan jenis penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif yaitu hukum dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas. Sumber hukum penelitian normatif hanya terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Ketiga bahan hukum itu dalam bentuk tertulis (perpustakaan). Penelitian ini berpedoman pada Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Peraktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak sehat. Metode pendekatan yang digunakan dalam penulisan ini adalah Pendekatan Perundang-Undangan (*Statute Approach*), Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*).

Adanya jaminan kepastian hukum berdasarkan Undang-undang Anti Monopoli diharapkan dapat mencegah praktik-praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, sehingga tercipta efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha yang meningkatkan efisiensi nasional sebagai salah satu upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat. Karena, dengan terciptanya persaingan usaha yang sehat akan memberikan daya tarik kepada para penanam modal baik dalam negeri maupun asing untuk menanamkan modalnya, dan dengan adanya penanaman modal yang masuk ke Indonesia tentu dapat membuka peluang kerja baru dan berpotensi mengurangi jumlah pengangguran yang pada kenyataannya terus meningkat. Tidak dapat dipungkiri bahwa di masa orde baru para pelaku usaha yang dekat dengan elit kekuasaan mendapatkan kemudahan-kemudahan yang berlebihan sehingga berdampak kepada kesenjangan dalam kesempatan berusaha dan kesenjangan sosial. Munculnya konglomerasi dan sekelompok kecil pengusaha yang tidak didukung oleh semangat kewirausahaan sejati merupakan salah satu faktor yang mengakibatkan ketahanan ekonomi menjadi sangat rapuh dan tidak mampu bersaing (Pande : 2000). Tehnik pengumpulan data / bahan hukum dalam penelitian ini yaitu dilakukan dengan cara mengumpulkan keseluruhan bahan hukum yang relevan dengan masalah yang diteliti melalui studi dokumen dengan tahap inventarisasi, sistematisasi, sinkronisasi, dan harmonisasi berbagai dokumen hukum yang terkait. Pengumpulan bahan hukum (bahan kepustakaan) dilakukan dengan mengkaji dan menganalisis bahan-bahan keperustakaan yang ada berupa undang-undang, atau regulasi lainnya dan buku-buku (literatur).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan suatu cara yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitian dan membandingkan dengan standar ukuran yang telah ditentukan (Suharsimis : 2002).

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian yuridis normatif (*Normative legal research*) atau dapat disebut juga sebagai penelitian hukum kepustakaan studi dokumen. Penelitian ini menggunakan penelitian hukum normatif dikarenakan penelitian ini ditujukan hanya pada peraturan-peraturan yang tertulis atau bahan-bahan hukum yang lain (Bambang:1996). Penelitian hukum normatif merupakan penelitian hukum yang dikembangkan berlandaskan keilmuan hukum dengan segala kekhasan melahirkan penelitian hukum yang khas (Soerjono :1990). Penelitian ini yang mengadopsi pengertian yang lebih lengkap mengenai konsep dasar prinsip-prinsip hukum dan gabungan efek dari serangkaian aturan dan prosedur yang menyentuh area tertentu dalam suatu kegiatan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Studi Kepustakaan (*Library Research*). Dalam hal ini, peneliti mengumpulkan informasi yang terdapat dalam buku-buku, artikel serta menelaah beberapa bahan pustaka yang berupa karya ilmiah dari para ahli yang tersusun dalam literatur dan peraturan perundang - undangan. Studi pustaka dilakukan untuk mencari fakta dan mengetahui konsep metode yang digunakan serta memperbanyak pengetahuan mengenai berbagai konsep yang akan digunakan sebagai pedoman dalam proses penelitian. Metode analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara yuridis kualitatif. Analisis ini dilakukan dengan cara mengelompokkan dan menyeleksi data yang diperoleh dari penelitian menurut kualitas dan kebenarannya, kemudian dihubungkan dengan peraturan perundang - undangan yang relevan. Data yang diperoleh dari penelitian kepustakaan dianalisis dengan menguraikan data dalam bentuk tulisan yang sistematis sehingga memudahkan untuk memberikan interpretasi untuk selanjutnya diambil kesimpulan guna menjawab permasalahan dalam penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Penegakan hukum bagi pelaku usaha mikro, kecil dan menengah dalam persaingan usaha di Indonesia

Hakekat Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 yang anti monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dalam rangka memberikan peluang berusaha bagi usaha kecil itu semakin kuat

dengan berlakunya Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Apalagi Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 itu memang tidak anti terhadap munculnya perusahaan besar, tetapi juga melindungi pelaku usaha usaha kecil agar mereka mampu bertahan dan berkembang.

Diakui atau tidak, bahwa kedua undang-undang tersebut mempunyai keterkaitan yang erat antara yang satu dengan lainnya. Ini dibuktikan dengan berlakunya Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Sebagai landasan dan sumber hukum persaingan di Indonesia yang dimaksudkan untuk menegakkan aturan hukum dan memberikan perlindungan yang sarha bagi setiap pelaku usaha di dalam upaya untuk menciptakan persaingan usaha yang sehat semakin memberikan perlindungan hukum bagi pelaku usaha kecil (Hermansyah : 2008).

Persaingan antara para pelaku usaha adalah bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan usaha. Dalam dunia ekonomi, suasana persaingan yang sehat perlu diadakan dan harus tetap terjaga, sedangkan iklim persaingan usaha yang tidak sehat harus ditiadakan (Arie Siswanto : 2004).

Persaingan yang sehat adalah persaingan yang diarahkan untuk meningkatkan daya saing usaha melalui peningkatan efisiensi perusahaan dan produktivitas kerja, peningkatan mutu hasil produksi, peningkatan pelayanan kepada pembeli, pengembangan produk baru, dan perluasan pasar ekspor. Sedangkan persaingan yang tidak sehat adalah antara lain, persaingan yang bertujuan untuk mematikan pesamg dengan cara-cara yang tidak wajar, memonopoli suatu bidang usaha untuk memperolch keuntungan berlebih, dan menutup kesempatan bagi pesaing-pesaing baru dengan berbagai cara.

Perlindungan hukum dibuat dengan adanya Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat bagi pelaku usaha kecil juga wujud dari pelaksanaan demokrasi ekonomi yang antara lain mengandung prinsip keadilan. Keadaan ini tentu saja dapat memberi peluang bagi pelaku usaha kecil untuk dapat memajukan dan mengembangkan kegiatan usaha yang dilakukannya dan mendorong kesempatan berusaha bagi setiap warga negara dalam suasana persaingan yang sehat dan wajar, sehingga tidak menimbulkan adanya pemusatan kekuatan ekonomi pada pelaku usaha tertentu saja.

UMKM tidak boleh lagi dipinggirkan dan diperlakukan diskriminatif dibanding pengusaha besar. Salah satu tujuan pemberlakuan Undang Uundang No. 5 Tahun 1999 adalah 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 (Pasal 3 huruf b UU No. 5 Tahun 1999). Dalam UU No. 5 Tahun 1999 terdapat perlakuan khusus bagi usaha kecil, perlakuan khusus berupa pengecualian dari ketentuan dalam undang-undang tersebut yaitu terdapat dalam Pasal 50 huruf h. Alasan mengapa UMKM dikecualikan dari UU No. 5 Tahun 1999 adalah karena UMKM tidak memiliki kemampuan yang kuat untuk bersaing dengan pelaku usaha besar. Hal ini disebabkan antara lain oleh permodalan UMKM yang lemah dan kemampuan SDM mereka yang sangat terbatas.

2. Peran pemerintah dalam mendukung upaya perlindungan terhadap Usaha Kecil & Menengah

Strategi usaha yang dilakukan oleh pengusaha dalam memenangkan persaingan antara pasar ritel umumnya dilakukan dengan melakukan ekspansi usaha dan menetapkan persyaratan perdagangan yang berpotensi menghambat persaingan (Yakub :67). Perluasan usaha menjadi pilihan dan relatif mudah bagi pengusaha ritel besar dikarenakan kekuatan modal yang mapan sedangkan bagi usaha ritel tradisional modal menjadi salah satu kendala dan kelemahan dalam menjalankan usaha. Untuk memaksimalkan peran UMKM dalam perekonomian nasional, pemerintah pun berupaya agar usaha kecil dan menengah dapat terus berkembang di era pasar bebas.

3. Pentingnya Digital Marketing

Era Pasar Bebas ASEAN telah berlangsung sejak tahun 2015, hal inilah yang merupakan salah satu alasan bagi pelaku UMKM untuk semakin berinovasi dalam memajukan usaha mereka. Kecanggihan teknologi menjadi salah satu peluang bagi para pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha di tengah persaingan tak terlihat yang ada di dunia digital. Hal ini didasari oleh keinginan UMKM untuk semakin mengembangkan usaha yang digeluti dimana digital marketing seperti sekarang ini yang semakin memudahkan dalam mengakses internet sehingga semakin mudah untuk mempromosikan usaha mereka. Selain kemudahan dalam mempromosikan usaha, para pelaku UMKM juga menikmati kemudahan dalam bertransaksi dengan konsumen tanpa harus saling bertemu.

Dengan adanya kesadaran dan keinginan dari para pelaku UMKM untuk memanfaatkan digital marketing maka tentu saja harus dibarengi dengan peningkatan sarana

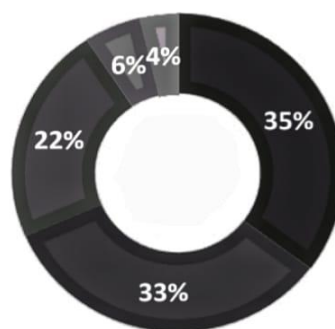
dan prasarana dalam melakukan kegiatan digitalisasi. Ini merupakan suatu pekerjaan rumah bagi pemerintah dalam meningkatkan fasilitas telekomunikasi (Syukri:2022).

4. Media Promosi yang Digunakan

Keberadaan digital marketing erat kaitannya dengan platform atau aplikasi media digital. Tentunya hal ini untuk memudahkan pelaku UMKM dalam mempromosikan barangnya. Indonesia dengan penduduk sekitar 285 juta jiwa dikenal sebagai salah satu Negara dengan penduduk yang aktif bersosial media. Hal ini merupakan modal yang cukup besar bagi pelaku UMKM dalam mempromosikan barang menggunakan media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat. Misalnya saja Facebook, Instagram, Whatsapp, Youtube, dan lain sebagainya. Belakangan kemudian muncul platform atau aplikasi ojek online sebagai wadah untuk mempromosikan dan mendistribusikan barang ke konsumen, misalnya Gojek dan Grab.

MEDIA YANG DIGUNAKAN

■ Instagram ■ Whatsapp ■ Facebook ■ Go Food ■ Grab Food



Gambar 1.

Media yang Digunakan

Berdasarkan hasil kuesioner, terlihat bahwa sebanyak 35% responden menggunakan Instagram; 33% responden menggunakan Whatsapp; 22% responden menggunakan Facebook; dan 6% dan 4% menggunakan Go Food dan Grab Food. Penggunaan media sosial ini didasarkan pada media sosial yang juga banyak digunakan oleh masyarakat atau konsumen di Kota Makassar. Jumlah penduduk Kota Makassar pada tahun 2019 yakni perempuan sebanyak 1.541.418 jiwa dan laki-laki sebanyak 1.511.936 jiwa. Dengan menggunakan media sosial seperti ini maka yang dibutuhkan dari pelaku UMKM yakni

promosi-promosi produk dengan semenarik mungkin dan komunikatif dengan para konsumen (Syukri:2022). Tentunya kemudahan yang diberikan oleh media sosial semakin memudahkan para pelaku UMKM dalam mempromosikan produk. Hal ini sejalan dengan marketing mix dalam teori manajemen pemasaran dimana promosi merupakan salah satu dari empat unsur yang harus diperhatikan dalam pemasaran produk selain produk, harga, dan tempat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Perlindungan hukum terhadap pelaku usaha kecil dalam persaingan usaha di Indonesia adalah wujud dari pelaksanaan demokrasi ekonomi yang mengandung prinsip keadilan, kebersamaan dan keadilan untuk mendorong terciptanya kesempatan berusaha bagi setiap warga negara dalam suasana persaingan yang sehat dan wajar agar tidak menimbulkan pemusatan kekuatan ekonomi pada pelaku usaha tertentu saja, tetapi memberi peluang kepada pelaku usaha kecil untuk dapat memajukan dan mengembangkan kegiatan usahanya.
2. Penegakan hukum bagi pedagang usaha kecil dan menengah dalam persaingan usaha memberi peluang kepada pelaku jenis usaha kecil untuk dapat memajukan dan mengembangkan kegiatan usaha yang dijalaninya. Pemerintah selalu mengawasi dengan baik perkembangan usaha dan memberikan perlindungan hukum terhadap pelaku usaha yang kecil dan menengah dari tindakan atau perbuatan pelaku usaha lain yang lebih kuat agar tidak terjadi praktek monopoli. Sehingga dapat disimpulkan bahwa para pengusaha UMKM kini telah mendapatkan perlindungan hukum.
3. Digital marketing memberikan dampak positif bagi perkembangan UMKM. Jenis usaha makanan dan minuman menjadi usaha UMKM yang paling banyak digeluti oleh pelaku UMKM dan bermanfaat untuk pengurangan angka pengangguran. Pelaku UMKM mengkolaborasikan media promosi dan media distribusi berbasis digital untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya. Media promosi yang paling banyak digunakan adalah Instagram, sedangkan media distribusi yang paling banyak digunakan adalah ojek online Grab. Alasan penggunaan media sosial dan media dsitribusi adalah karena di era saat ini kedua media ini menjadi populer di kalangan konsumen sehingga memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM untuk mempromosikan dan mendistribusikan produknya.

SARAN

Sebaiknya pemerintah selalu mengawasi dengan baik perkembangan usaha dalam masyarakat dan memberikan perlindungan hukum terhadap pelaku usaha yang kecil dari tindakan atau perbuatan pelaku usaha lain yang lebih kuat agar tidak terjadi praktek monopoli dan agar tercipta persaingan usaha yang sehat dan adil maka seharusnya pemerintah senantiasa mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang ramah pasar dan diharapkan juga Komisi Pengawas Persaingan usaha dapat berperan dengan penegakan hukum terhadap pelaku-pelaku usaha yang melakukan persaingan usaha tidak sehat.

DAFTAR PUSTAKA

Safrina, S.H., M.H., dan Susiana, S.H.,M.H., adalah Dosen Fakultas Hukum

Universitas Syiah Kuala, Darussalam - Banda Aceh.

Indonesia, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, *tentang Larangan Praktik*

Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, UU No. 5 Tahun 1999. LNRI

No. 3817 Tahun 1999 , Pasal 3 huruf b

T. K. Wie, *Competition Policy in Indonesia and The New Anti-Monopoly and Fair*

Competition Law, Bulletin of Indonesian Economic Studies, vol. 38, no. 3, 2002, hlm.331.

Pande Radja Silalahi, *Undang-undang Anti Monopoli dan Perdagangan Bebas*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm. 59

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta : Rineka Cipta, 2002, hlm 126

Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Jakarta: Sinar Grafika, 1996, hlm 13

Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 1990, hlm. 15.

Hermansyah, *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Jakarta: Kencana Prenada, 2008, hlm. 70

Arie Siswanto, *Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004 hlm. 54

Yakub, AK., *Mengkaji Persaingan Pasar Ritel Modern di Indonesia melalui putusan KPPU*, Hukum Persaingan Usaha, hlm. 67.