

**POTENSI PELANGGARAN UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999
TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN
USAHA TIDAK SEHAT OLEH PELAKU USAHA RITEL MODERN**

TESIS



Oleh :

ARIO SIGIT SUWALiantyo

Nomor Mahasiswa : 10912576

BKU : Hukum Bisnis

Program Studi : Ilmu Hukum

PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2012

**POTENSI PELANGGARAN UNDANG-UNDANG 5 TAHUN 1999
TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN
USAHA TIDAK SEHAT OLEH PELAKU USAHA RITEL MODERN**

Oleh:

Ario Sigit Suwalintyo

Nomor Mahasiswa : 10912576

BKU : Hukum Bisnis

Program Studi : Ilmu Hukum

Telah diperiksa dan disetujui oleh Dosen Pembimbing Tesis untuk diajukan
kepada Tim Penguji dalam pendadaran tesis

Pembimbing



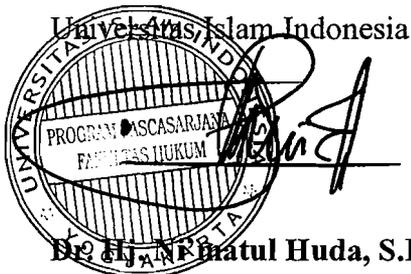
Dr. Siti Anisah, S.H., M.Hum.

Tanggal _____

Mengetahui

Ketua Program Pascasarjana Fakultas Hukum

Universitas Islam Indonesia
PROGRAM PASCASARJANA
FAKULTAS HUKUM



Dr. H. Nur Hafid Huda, S.H., M.Hum.

Tanggal _____

**POTENSI PELANGGARAN UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999
TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN
USAHA TIDAK SEHAT OLEH PELAKU USAHA RITEL MODERN**

TESIS

Oleh:

ARIO SIGIT SUWALIENTYO

Nomor Mahasiswa : 10912576
BKU : Hukum Bisnis
Program Studi : Ilmu Hukum

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada hari Sabtu, tanggal 18 Februari 2012 dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua

Dr. Siti Anisah, S.H., M.Hum.

Tanggal _____

Anggota

Prof. Dr. Ridwan Khairandy, S.H., M.H.

Tanggal _____

Anggota

Ery Arifudin, S.H., M.Hum.

Tanggal _____

Mengetahui

Ketua Program Pascasarjana Fakultas Hukum



Universitas Islam Indonesia

Dr. H. N. Matul Huda, S.H., M.Hum.

Tanggal _____

MOTTO

**“ilmu adalah sebaik-baik perbendaharaan dan yang paling
indahya. Ia ringan dibawa, namun besar manfaatnya. Di
tengah-tengah orang banyak ia indah, sedangkan dalam
kesendirian ia menghibur”**

**”Ilmu adalah kekuatan. Barang siapa yang mendapatkannya,
dia akan menyerang dengannya; dan barang siapa yang tidak
mendapatkannya, dialah yang akan diserang olehnya”**

**”Muliakanlah keluargamu karena mereka adalah sayapmu yang dengannya
engkau terbang, asalmu yang kepadanya engkau kembali, dan tanganmu
(kekuatan) yang dengannya engkau mengalahkan (musuhmu)”**

(‘Ali bin Abi Thalib)

PERSEMBAHAN

Tesis ini penulis persembahkan untuk:

- * Para guru yang telah mendidikku**
- * Ayahanda Sugito SH, MH dan Ibunda Suwalini**
- * Kakakku Susetyo Hadiswantoro,S.IP dan Andi Susilo**
- * Seluruh Keluarga Besarku, dan**
- * Seluruh Sahabat yang telah banyak membantuku**

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha penyayang. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan ke hadirat Rasulullah Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya yang setia mengikuti sunnah-sunnah beliau sampai akhir zaman.

Alhamdulillah, rasa syukur dipanjatkan kepada Allah SWT karena berkat limpahan taufiq dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas penulisan hukum sebagai salah satu syarat memperoleh gelar kesarjanaan pada Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, dengan judul “**Potensi Pelanggaran Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat oleh Pelaku Usaha Ritel Modern**”

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Dr. Hj. Ni'matul Huda, S.H., M.Hum. selaku Ketua Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia
2. Dr. Siti Anisah, S.H., M.Hum. selaku pembimbing yang sudah bersabar serta banyak meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penyelesaian tesis
3. Seluruh dosen pengajar Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan banyak pengetahuan kepada penulis

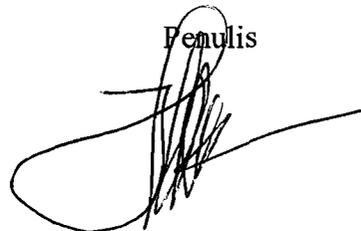
4. Bapak dan Ibu karyawan Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia
5. Ayahanda Sugito SH, MH dan Ibunda Suwalini beserta kakakku Susetyo Hadiswanto, S.IP dan Andi Susilo, juga seluruh keluarga besarku yang senantiasa memanjatkan doa, memberikan perhatian, kasih sayang, dan motivasi
6. Teman-teman Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia angkatan 25 (dua puluh lima).
7. Berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Harapan penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan tesis ini dengan teriring do`a *Jazakumullah Khairal Jaza`*.

Penulis menyadari adanya banyak kekurangan dalam penulisan tesis ini untuk dikatakan sempurna. Oleh karena itu, penulis menghargai saran dan kritik untuk akhir yang lebih baik.

Yogyakarta, 1 Maret 2012

Penulis



Ario Sigit Suwaliantyo

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Kerangka Teori	15
E. Metode Penelitian	21
F. Sistematika Penulisan	23
BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG DEMOKRASI EKONOMI DAN PENGATURAN RITEL MODERN	20

A. Demokrasi Ekonomi sebagai Asas Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999	25
B. Pengaturan Ritel Modern	25

BAB III	POTENSI PELANGGARAN UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 OLEH PELAKU USAHA RITEL MODERN	49
A. Potensi Pelanggaran Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 oleh Pelaku Usaha Ritel Modern	49	
B. Pengaturan Bisnis Retail Sesuai Dengan Hukum Persaingan Usaha	78	

BAB IV	PENUTUP.....	106
A. Kesimpulan.....	108	
B. Saran.....	110	

DAFTAR PUSTAKA

ABSTRAK

Ritel adalah primadona baru dekade ini. Kemungkinan terhadap pertumbuhan masih akan terjadi dimasa yang akan datang seiring dengan tingkat pertumbuhan penduduk, pendapatan dan kebutuhan. Maka bisnis ini menarik pemodal besar untuk mendekat dan menggarapnya sebagai lahan mendatangkan banyak keuntungan. Disisi lain, akan ada pihak yang akan tergusur pelan atau cepat kehadirannya akan tersingkirkan, yakni pedagang kecil dan pedagang tradisional. Maka pemerintah mengakomondasinya dengan membuka kran bagi penanam modal dalam bidang ritel. Namun, nampaknya undangan terhadap penanam modal tidak memiliki kendali. Dorongan munculnya kebijakan yang *pro* terhadap liberalisasi ritel, antara lain diwujudkan dalam bentuk mengeluarkan bisnis ritel dari *negative list* bagi Penanaman Modal Asing (PMA). Indikator yang menunjukkan liberalisasi tersebut diketahui melalui Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal yang memicu dibentuknya Peraturan Presiden No. 36 Tahun 2010 tentang Daftar Bidang Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha yang Terbuka dengan Persyaratan di bidang Penanaman Modal.

Metode penelitian hukum ini menggunakan data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, berupa Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern hingga kepada regulasi pada tingkat kabupaten/kota disertai bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier.

Hasil penelitian terhadap rumusan masalah dalam penelitian ini berupa gambaran utuh tentang kehidupan ritel di Indonesia dekade ini yang terdiri dari teori sekaligus dengan empiris. Membacanya akan memberikan banyak perspektif.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bidang persaingan usaha adalah bidang interdimensional yang mencakup berbagai sektor didalamnya. Banyak sektor yang belum sepenuhnya bersinggungan dengan prinsip persaingan usaha yang sehat. Hal tersebut terjadi karena belum terciptanya budaya persaingan usaha yang sehat di Indonesia. Adanya ketidakseimbangan dalam aspek perekonomian menimbulkan persaingan dalam pasar berbagai bidang tidak sebagaimana mestinya.

Timbulnya konglomerat pelaku usaha yang dikuasai oleh keluarga atau partai tertentu, dan konglomerat tersebut dikatakan menyingkirkan pelaku usaha kecil dan menengah melalui praktek usaha yang kasar serta berusaha untuk mempengaruhi semaksimal mungkin penyusunan undang-undang serta pasar keuangan. Masa reformasi menjadi sebuah momentum munculnya regulasi yang mengatur antimonopoli dan persaingan usaha yang sehat.¹

Dengan latar belakang demikian, maka disadari bahwa pembubaran ekonomi yang dikuasai Negara dan perusahaan monopoli saja tidak cukup untuk membangun suatu perekonomian yang bersaing. Disadari juga hal-hal yang merupakan dasar pembentukan setiap perundang-undangan antimonopoli, yaitu justru pelaku usaha itu sendiri yang cepat atau lambat melumpuhkan dan menghindarkan dari tekanan persaingan usaha dengan melakukan perjanjian atau

¹ Valentine Korah, *An Introductory Guide to EC Competition Law and Practice*, 7th ed. (Portland, Oregon: Oxford, 2000)

penggabungan perusahaan yang menghambat persaingan serta penyalahgunaan posisi kekuasaan ekonomi untuk merugikan pelaku usaha yang lebih kecil.

Disadari adanya keperluan bahwa Negara menjamin keutuhan proses persaingan usaha terhadap gangguan dari pelaku usaha terhadap gangguan dari pelaku usaha dengan menyusun undang-undang, yang melarang pelaku usaha mengganti hambatan perdagangan oleh Negara yang baru saja ditiadakan dengan hambatan persaingan swasta. Berlakunya Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat sebagai tindak lanjut hasil Sidang Istimewa MPR-RI yang digariskan dalam Ketetapan MPR-RI No. X/MPR/1998 tentang Pokok-Pokok Reformasi Pembangunan dalam Rangka Penyelamatan dan Normalisasi Kehidupan Nasional, maka Indonesia memasuki babak baru pengorganisasian ekonomi yang berorientasi pasar. Dalam memahami makna Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat maka perlu disimak asas dan tujuan. Asas dari UU No. 5 tahun 1999 sebagaimana diatur pada Pasal 2 bahwa "Pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antar kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum".

Asas demokrasi ekonomi tersebut merupakan penjabaran Pasal 33 UUD 1945 dan ruang lingkup pengertian demokrasi ekonomi yang dimaksud dahulu dapat ditemukan dalam penjelasan atas Pasal 33 UUD 1945. Demokrasi ekonomi pada dasarnya dapat dipahami dari sistem ekonominya sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Dasar. Dalam Risalah Sidang BPUPKI pada tanggal 31

Mei 1845 di Gedung Pejambon Jakarta dapat diketahui bahwa Supomo selaku ketua Panitia Perancang UUD menolak paham individualism dan menggunakan semangat kekeluargaan yang terdapat dalam masyarakat pedesaan Indonesia. Di sini ia mengikuti ajaran filsafat idealisme kekeluargaan dari Hegel, Adam Muller, dan Spinoza. Adam Muller adalah penganut aliran Neo- Romantisisme Jerman, aliran yang timbul sebagai reaksi terhadap eksese-eksese individualism.²

Adapun tujuan dari UU No. 5 tahun 1999 sebagaimana diatur pada Pasal 3 adalah untuk :

- a. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- b. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah dan pelaku usaha kecil
- c. Mencegah praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha, dan
- d. Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Dua hal yang menjadi unsur penting bagi penentuan kebijakan (policy objectives) yang ideal dalam pengaturan persaingan di negara-negara yang memiliki undang-undang persaingan adalah kepentingan umum (public interest) dan efisiensi ekonomi (economic efficiency). Pasal 2 dan 3 tersebut di atas menyebutkan asas dan tujuan-tujuan utama UU No. 5 Tahun 1999. Diharapkan bahwa peraturan mengenai persaingan akan membantu dalam mewujudkan

² Saafroedin Sabar dkk., (Jakarta: Sekretariat Negara Republik Indonesia, 1992) in Johnny Ibrahim, Hukum Persaingan Usaha: Filosofi, Teori dan Implikasi Penerapannya di Indonesia, Cetakan kedua, (Malang: Bayumedia, 2007) p.192

demokrasi ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 Ayat 1 UUD 1945 (Pasal 2) dan menjamin sistem persaingan usaha yang bebas dan adil untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat serta menciptakan sistem perekonomian yang efisien (Pasal 3). Oleh karena itu, mereka mengambil bagian pembukaan UUD 1945 yang sesuai dengan Pasal 3 Huruf a dan b UU No. 5 Tahun 1999 dari struktur ekonomi untuk tujuan perealisasi kesejahteraan nasional menurut UUD 1945 dan demokrasi ekonomi, dan yang menuju pada sistem persaingan bebas dan adil dalam pasal 3 Huruf a dan b UU No. 5 Tahun 1999.

Hal ini menandakan adanya pemberian kesempatan yang sama kepada setiap pelaku usaha dan ketiadaan pembatasan persaingan usaha, khususnya penyalahgunaan wewenang di sektor ekonomi. Undang-undang antimonopoli dapat dan harus membantu dalam mewujudkan struktur ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 UUD 1945. Dalam penjelasan Pasal 33 Ayat 1 UUD 1945, yang menyatakan bahwa "Ekonomi diaturoleh kerjasama berdasarkan prinsip gotong royong", termuat pikiran demokrasi ekonomi, yang dimaksudkan ke dalam Pasal 2 UU No. 5 Tahun 1999. Demokrasi ciri khasnya diwujudkan oleh semua anggota masyarakat untuk kepentingan seluruh masyarakat, dan harus mengabdikan kepada kesejahteraan seluruh rakyat.

Pikiran pokok tersebut termuat dalam pasal 2, yang dikaitkan dengan Huruf a dan Huruf b dari pembukaannya, yang berbicara tentang pembangunan ekonomi menuju kesejahteraan rakyat sesuai dengan UUD dan demokrasi ekonomi. Disetujui secara umum bahwa negara harus menciptakan peraturan persaingan

usaha untuk dapat mencapai tujuan demokrasi ekonomi. Oleh karena terdapat tiga sistem yang bertentangan dengan tujuan tersebut, yaitu :

- a. "Liberalisme perjuangan bebas", yang pada masa lalu telah melemahkan kedudukan Indonesia dalam ekonomi internasional;
- b. Sistem penganggaran belanja yang menghambat kemajuan dan perkembangan ekonomi
- c. Sistem pengkonsentrasian kekuatan ekonomi, oleh karena segala monopoli akan merugikan rakyat.

Hanya perundang-undangan antimonopoli yang dapat mencegah timbulnya ketiga sistem tersebut, karena melindungi proses persaingan usaha, menjamin tata persaingan usaha dan mencegah terjadinya dominasi pasar.

KPPU sebagai lembaga pengawas pelaksanaan UU No.5/1999 telah melakukan banyak hal terkait dengan upaya penyalarsan kebijakan persaingan usaha. Sepanjang tahun 2008 contohnya, ada begitu banyak sektor yang menjadi sasaran saran dan pertimbangan KPPU. Sektor yang menjadi fokus perhatian diantaranya adalah sektor ritel, migas, dan pelabuhan. Saran dan pertimbangan mengenai ketiga sektor tersebut ditanggapi dengan cukup baik oleh pemerintah, bahkan pada saran dan pertimbangan di sektor migas, masukan KPPU telah dielaborasi dalam Peraturan BPH Migas.

Mengingat begitu pentingnya peranan KPPU, maka diperlukan kinerja yang secara holistik dapat sinergis antara penegakan hukum, harmonisasi kebijakan serta upaya advokasi dan sosialisasi hukum persaingan usaha. Adanya semangat penegakan hukum dan internalisasi nilai-nilai persaingan usaha diharapkan

mampu menciptakan budaya bersaing yang dinamis dan sehat. Dengan demikian, kesejahteraan rakyat sebagai tujuan akhir dari UU No. 5/1999 dapat tercapai.

Dalam penulisan tesis ini, Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menjadi lex spesialis dari penerjemahan Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 33 sebagai lex generalis. Maka dapat dipahami penelusuran terhadap potensi pelanggaran Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 oleh pelaku usaha dalam bisnis ritel adalah bentuk dari ketidakseimbangan persaingan antara ritel modern dengan ritel kecil dan tradisional yang pada akhirnya akan menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat melalui perilaku pelaku usaha yang mengabaikan asas dan tujuan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

Dalam penulisan tesis ini mengangkat isu ritel yang dapat ditelusuri sebagai berikut. Bisnis ritel telah berkembang menjadi industri dan tidak hanya dimonopoli oleh satu pelaku usaha di satu lokasi. Perusahaan ritel kini bermunculan dengan menawarkan tidak hanya ketersediaan barang, tetapi juga menyangkut berbagai hal yang lebih terkait dengan aspek psikologis konsumen. Misalnya menyangkut aspek kebersihan, kenyamanan, keamanan, bahkan juga menyangkut citra yang dicoba ditanamkan di mata konsumen, seperti tempat barang murah dengan kualitas bagus, bergengsi dan sebagainya.

Kecenderungan ini merupakan sebuah hal yang tidak dapat dihindari lagi dalam perkembangan ritel saat ini. Peningkatan pendapatan masyarakat serta munculnya kemajuan di berbagai bidang menjadi salah satu penyebabnya, yang menyebabkan segmen konsumen ritel tumbuh beraneka ragam.

Industri ritel Indonesia, merupakan industri yang strategis bagi perkembangan ekonomi Indonesia. Dalam sebuah klaimnya, asosiasi perusahaan ritel Indonesia (Aprindo), yang selama ini banyak mewakili kepentingan peritel modern menyatakan bahwa sektor ritel merupakan sektor kedua yang menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia, dengan kemampuan menyerap sebesar 18,9 juta orang, di bawah sektor pertanian yang mencapai 41,8 juta orang.³

Kehadiran para pelaku usaha ritel modern telah memberi warna tersendiri bagi perkembangan industri ritel Indonesia. Dalam jangka waktu yang singkat beberapa pelaku usaha ritel modern dengan kemampuan kapital yang luar biasa melakukan aktivitasnya di Indonesia. Mereka mewujudkannya dalam bentuk minimarket, supermarket bahkan *hypermarket* yang kini bertebaran di setiap kota besar Indonesia.

Pesatnya pembangunan pasar modern dirasakan oleh banyak pihak berdampak terhadap keberadaan pasar tradisional. Di satu sisi, pasar modern dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba lengkap. Di sisi lain, pasar tradisional masih berkuat dengan permasalahan klasik seputar pengelolaan yang kurang profesional dan ketidaknyamanan berbelanja. Pasar modern dan tradisional bersaing dalam pasar yang sama, yaitu pasar ritel.⁴

Dorongan munculnya kebijakan yang *pro* terhadap liberalisasi ritel, antara lain diwujudkan dalam bentuk mengeluarkan bisnis ritel dari *negative list* bagi Penanaman Modal Asing (PMA). Indikator yang menunjukkan liberalisasi tersebut

³ Artikel Ekonomi, 2009, "Penelitian Penyerapan Tenaga Kerja oleh Asosiasi Perusahaan Ritel Indonesia (Aprindo)" <http://warnadunia.com/diakses> 22 desember 2011

⁴ Artikel Ekonomi kerakyatan, 2010. "Pasar Tradisional vs Pasar Modern". <http://duniaekonomi.com/artikel-ekonomi-pasar-tradisional-vs-pasar-modern/9April2010>

diketahui melalui Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal yang memicu dibentuknya Peraturan Presiden No. 77 Tahun 2007 selanjutnya diubah menjadi Peraturan Presiden No. 111 Tahun 2007 dan terakhir diperbaharui menjadi Peraturan Presiden No. 36 Tahun 2010 tentang Daftar Bidang Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha yang Terbuka dengan Persyaratan di bidang Penanaman Modal.

Menurunnya pengendalian terhadap pembukaan usaha ritel modern menyebabkan pasar tradisional merasakan penurunan pendapatan dan keuntungan yang drastis.⁵ Peritel asing sangat aktif untuk melakukan investasi terutama dalam skala besar seperti hipermarket dan Department Store. Contohnya adalah Continent, Carrefour, Hero, Walmart, Yaohan, Lotus, Mark & Spencer, Sogo, Makro dan Seven Eleven. Berdasarkan data AC Nielsen Tahun 2008, diketahui bahwa pertumbuhan ritel modern setiap tahunnya mencatat kisaran angka 10 % hingga 30 %. Hal ini ditunjukkan dengan ekspansi ritel modern sangat agresif hingga masuk ke wilayah pemukiman rakyat.⁶

Ritel tradisional yang berada di wilayah pedesaan maupun pemukiman rakyat pun terkena imbasnya dengan berhadapan langsung dengan ritel modern tersebut. Persaingan diantara keduanya pun tidak terhindari karena minimnya pengawasan aturan zonasi dari pembangunan ritel modern tersebut, maka ritel-ritel tradisional yang berada di kota-kota besar pun terkena imbasnya.⁷

⁵ AC Nielsen. 2004. "Pasar Modern Terus Geser Peran Pasar Tradisional". <http://www.sinarharapan.co.id/ekonomi/promarketing/2004/0622/prom1.html>. 9 desember 2010.

⁶ *ibid*

⁷ <http://gagasanhukum.wordpress.com/2010/12/13/>"analisis-hukum-bisnis-pasar-modern-mengukur-pasar-tradisional-bagian-v"/diakses tanggal 1 desember 2011

Persaingan *head to head* akibat menjamurnya ritel modern membawa dampak buruk terhadap keberadaan ritel tradisional. Hal itu dapat dilihat melalui perhitungan pangsa pasar oleh KPPU dengan mengklasifikasikan ritel modern menurut jenisnya.⁸ Salah satu dampak nyata dari kehadiran ritel modern di tengah-tengah ritel tradisional adalah berkurangnya pedagang kecil serta menurunnya omzet dari pedagang kecil tersebut.⁹

Padahal, industri ritel dipandang sangat strategis dalam ekonomi Indonesia. Ritel merupakan salah satu tulang punggung ekonomi nasional. Pada tahun 2003 potensi pasar bisnis ritel mencapai sekitar Rp. 600. Trilyun. Pada saat itu diperkirakan ritel modern sudah menguasai sekitar 20% atau sekitar Rp 120 Trilyun. Kontribusi sektor ritel terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 20%. Demikian juga dilihat dari kuantitas, dari sekitar 22, 7 juta jumlah usaha di Indonesia sebanyak 10.3 juta atau sekitar 45% merupakan usaha perdagangan besar dan eceran.¹⁰

Terkait dengan struktur pasar ritel, secara khusus asosiasi pedagang pasar seluruh Indonesia menyatakan bahwa jumlah pasar tradisional tercatat 13.450 unit, sedangkan jumlah pedagang pasar mencapai 12,6 juta orang. Total aset pasar tradisional sendiri mencapai Rp 65 triliun.

Hasil penelitian AC Nielsen menyatakan bahwa penjualan produk kebutuhan sehari-hari di toko tradisional kembali mengalami penurunan sebesar 2%, sehingga pangsa pasarnya pada 2005 menjadi hanya 67,6%. Survei PT AC

⁸ Penjelasan perhitungan pangsa pasar/perkara No: 09/KPPU-L/2009, hal.8

⁹ Penjelasan duduk perkara No: 03/KPPU-L/2009, hal.2

¹⁰ Ester dan Didik. 2003. Potensi Pasar Bisnis Ritel". Copyright: Sinar Harapan 2003. Jakarta. <http://sinarharapan.co.id/berita/0704/28eko0.html>

Nielsen Indonesia atas 51 kategori produk kebutuhan sehari-hari (*consumer goods*) menunjukkan pangsa pasar tradisional termakan ritel modern berformat minimarket.¹¹

Argumen yang menyatakan bahwa kehadiran pasar modern merupakan penyebab utama tersingkirnya pasar tradisional tidak seluruhnya benar. Permasalahan pasar tradisional di Indonesia masih bergelut dengan masalah internal pasar seperti buruknya manajemen pasar, sarana dan prasarana pasar yang sangat minim, pemerintah daerah yang berwenang mengelola pasar tradisional berusaha untuk memaksimalkan penerimaan retribusi.

Pedagang tradisional yang menjual makanan segar (daging, ayam, ikan, sayur-sayuran, buah-buahan, dan lain-lain) memiliki pelanggannya sendiri. Namun keunggulan pasar modern berada di atas pasar tradisional, yaitu bahwa mereka dapat menjual produk yang relatif sama dengan harga yang lebih murah, ditambah dengan kenyamanan berbelanja dan beragam pilihan cara pembayaran. Keadaan ini pun secara tidak langsung menguntungkan pasar modern.¹²

Minimarket, supermarket dan hipermarket menjalin kerja sama dengan pemasok besar dengan masa kerjasama untuk jangka waktu yang cukup lama. Hal ini yang menyebabkan mereka dapat melakukan efisiensi dengan memanfaatkan skala ekonomi yang besar.

¹¹ *Ibid*

¹² Bustaman. 1999. "Membuat Pasar Tradisional Tetap Eksis", Makalah (tidak diterbitkan), pada acara Diklat Manajemen Pusat Pertokoan dan Pembelanjaan di Medan, 15 s.d. 28 September 1999.

Ritel Modern melakukan strategi harga dan nonharga, untuk menarik pembeli.¹³ Mereka melakukan penguasaan pasar dengan berbagai strategi harga seperti strategi limit harga, strategi pemangsaan lewat pemangkasan harga (*predatory pricing*), dan diskriminasi harga antar waktu (*inter-temporal price discrimination*) misalnya memberikan diskon harga pada akhir minggu dan pada waktu tertentu. Sedangkan strategi nonharga antara lain dalam bentuk iklan, membuka gerai lebih lama, khususnya pada akhir minggu, *bundling/tying* (pembelian secara gabungan), dan parkir gratis.

Beberapa kalangan memandang bahwa makin meluas pendirian pasar modern di Indonesia, makin baik bagi pertumbuhan ekonomi serta iklim persaingan usaha.¹⁴ Sementara itu, kalangan lain berpendapat bahwa di era globalisasi pasar tradisional telah menjadi korban dari kompetisi sengit antara sesama pasar modern, baik lokal maupun asing. Pasar tradisional kehilangan pelanggan akibat praktik usaha yang dilakukan oleh ritel modern.

Dinamika industri ritel di Indonesia menarik untuk diperhatikan perkembangannya. Hal ini disebabkan karena adanya ketidaksepahaman dengan nafas semangat pembangunan ekonomi. Secara politik Indonesia menganut paham demokrasi, yaitu kedaulatan ada di tangan rakyat, demikian pula ekonominya, Indonesia adalah negara penganut faham demokratis.

Tampaknya para pendiri Republik ingin menyatakan bahwa demokrasi politik saja tidak mencukupi karena harus disertai demokrasi ekonomi. Dengan demokrasi ekonomi ingin dijamin bahwa negara tidak akan berbelok dari arah

¹³ *Ibid*

¹⁴ Budi Untung, *Hukum Investasi*. Jakarta, 2009, hal 35-37

yang menuju perwujudan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Demokrasi ekonomi dalam sistem perekonomian Indonesia secara tegas dirumuskan dalam pasal-pasal UUD 1945 khususnya Pasal 33.

Dalam Peraturan Presiden No. 36 Tahun 2010 pasal dua secara khusus memberi penegasan bahwa bidang usaha tertentu yang dapat diusahakan sebagai kegiatan penanaman modal dengan syarat tertentu, meliputi bidang usaha yang dicadangkan untuk Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Koperasi, bidang usaha yang dipersyaratkan dengan kemitraan, bidang usaha yang dipersyaratkan kepemilikan modalnya, bidang usaha yang dipersyaratkan dengan lokasi tertentu, dan bidang usaha yang dipersyaratkan dengan perizinan khusus.

Bahwa dalam daftar bidang usaha yang terbuka dengan persyaratan terdapat ketentuan lokasi tertentu. Perdagangan skala besar, antarlain mall, supermarket, department store dan pusat perbelanjaan wajib memenuhi peraturan perundang-undangan dibidang tata ruang. Kebijakan tersebut diperkuat dalam pasal tiga ayat satu dan dua. Dapat dibayangkan apabila bidang perdagangan skala besar beroperasi dikawasan pelayanan lokal atau lingkungan didalam perkotaan akan terjadi kemacetan dan penurunan jumlah konsumen pedagang kecil-kelontong rumahan.

Peraturan perundang-undangan yang mengatur bidang tata ruang yang berhubungan dengan pasar ritel berupa Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern. Peraturan Presiden tersebut secara tegas memberikan pedoman bahwa jenis usaha ritel berjenis perkulakan hanya boleh berlokasi pada atau pada

akses sistem jaringan jalan arteri atau kolektor primer atau arteri sekunder. Hypermarket dan pusat perbelanjaan, hanya boleh berlokasi pada atau pada akses sistem jaringan jalan arteri atau kolektor dan tidak boleh berada pada kawasan pelayanan lokal atau lingkungan di dalam kota/ perkotaan. Supermarket dan department store, tidak boleh berlokasi pada sistem jaringan jalan lingkungan dan tidak boleh berada pada kawasan pelayanan lingkungan di dalam kota/ perkotaan.

Dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 58 Tahun 2008 dijelaskan bahwa penentuan jarak pendirian ritel modern harus memperhatikan pasar tradisional atau jenis ritel lainnya yang sudah ada sebelumnya, dan memperhatikan iklim usaha yang sehat antara hipermarket dan pasar tradisional.

Melihat pada praktik dilapangan, berbagai keluhan bermunculan sebagaimana terangkum dalam beberapa data dan informasi berikut:¹⁵

1. Serbuan minimarket di Kota Malang meresahkan pedagang pasar tradisional, karena lokasinya berdekatan dengan pasar dan barang-barang dijual lebih kompetitif. Keberadaan minimarket sudah mulai menggeser pedagang pasar tradisional. Jumlah pedagang di pasar-pasar tradisional menyusut sejak dua tahun lalu.
2. Di DKI Jakarta, berdasarkan survei Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia (APPSI), sebanyak 11 pasar tradisional 90% kiosnya sudah tidak beroperasi. Pasar tersebut adalah Pasar Sinar, Pasar Kramat Jaya, Pasar Cilincing, Pasar Muncang, dan Pasar Prumpung Tengah di Jakarta Utara. Lalu, Pasar Blora di Jakarta Pusat, Pasar Cipinang Besar dan Pasar

¹⁵ Artikel Ekonomi kerakyatan, *loc.cit*

Kelapa Gading di Jaktim, Pasar Sawah Besar di Jakarta Barat, Pasar Karet Pedurenan dan Pasar Cidodol di Jaksel.

3. Di Majalengka masyarakat menolak kehadiran pasar modern karena dikhawatirkan akan menyebabkan matinya usaha yang mereka lakukan.

Hal yang perlu diperhatikan terutama dari aspek hukum terkait dengan penataan Pasar Tradisional dan Pasar Modern adalah mengenai perizinan. Aspek perizinan ini menjadi sangat penting dan strategis dalam pengaturan terkait dengan perkembangan Pasar Modern atas Pasar Tradisional di daerah Kabupaten, Kota atau Propinsi sekalipun. Karena dengan adanya kewenangan pusat yang kemudian diserahkannya kewenangan tersebut kepada daerah berdasarkan adanya Undang-Undang Otonomi Daerah sebenarnya diharapkan akan lebih baik karena daerah itu sendirilah yang sebenarnya dianggap paling tahu mengenai rencananya.¹⁶

B. Rumusan Masalah

1. Apa potensi pelanggaran terhadap Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 dalam industri retail modern di Indonesia?
2. Bagaimana seharusnya pengaturan bisnis retail sesuai dengan hukum persaingan usaha?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis potensi pelanggaran terhadap Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 dalam industri retail di Indonesia

¹⁶ Deperindag, 2009. Peranan Pasar Pada Masyarakat Pedesaan Daerah . Jakarta. Makalah (tidak diterbitkan), pada acara *Diklat Manajemen Pasar* di Jakarta, 15 s.d. 28 febuari 2009.

2. Untuk mengkaji bagaimana seharusnya pengaturan bisnis retail sesuai dengan hukum persaingan usaha.

D. Kerangka Teori

Perekonomian suatu negara dipengaruhi oleh sistem ekonomi yang dianutnya dan keberadaan hukum antimonopoli dan persaingan tidak sehat dalam suatu Negara (terlebih yang menerapkan sistem ekonomi pasar) merupakan sebuah tuntutan demi terjaganya keseimbangan dalam aspek hukum dan ekonomi.

Sistem ekonomi kapitalisme merupakan salah satu sistem yang dipakai oleh mayoritas negara didunia.¹⁷ Sistem ekonomi liberal kapitalis lebih bersifat memberikan kebebasan kepada individu/swasta dalam menguasai sumber daya yang bermuara pada kepentingan masing-masing individu untuk mendapatkan keuntungan pribadi sebesar-besarnya.¹⁸

Salah satu faktor pendorong dari berkembangnya kapitalisme dizaman modern adalah globalisasi. Achmad Suparman menyatakan globalisasi adalah suatu proses menjadikan sesuatu (benda atau perilaku) sebagai ciri dari setiap individu di dunia ini tanpa dibatasi oleh wilayah sekaligus sebagai suatu rancangan manusia untuk mengintegrasikan perekonomian negara-negara dalam suatu mekanisme sebagai fenomena teknologi, ekonomi, sosial, politik dan budaya yang diawali dengan perdagangan barang, jasa, faktor produksi dan diikuti oleh integrasi ekonomi antar-negara¹⁹ dan dapat diartikan sebagai padanan

¹⁷ Artikel Ekonomi/sistem ekonomi, 2010. "Peran Kapitalisme". <http://duniaekonomi.com/artikel-ekonomi-pasar-tradisional-vs-pasar-modern/9maret2010>.

¹⁸ *Ibid*

¹⁹ Ningrum Natasha Sirait. 2009. Perekonomian Indonesia dalam Persaingan. Medan. Jurnal Universitas Sumatra Utara/<http://jurnalonlineusu/hukumekonomi>

Perkembangan atas ekonomi liberal dan kapitalisme, adalah munculnya sistem ekonomi campuran dimana sistem tersebut memiliki ciri kegiatan ekonomi dilakukan oleh pemerintah dan oleh swasta, transaksi ekonomi terjadi di pasar, dan ada campuran tangan pemerintah, sekaligus terdapat persaingan serta masih ada kontrol dari pemerintah.²²

Sistem ekonomi campuran memberikan kebebasan berusaha, hak individu berdasarkan sumber produksi walaupun ada batas, lebih mementingkan umum dari pada pribadi sekaligus membutuhkan sebuah kondisi dimana persaingan/kompetisi adalah hal yang wajar, termasuk persaingan antara pemasok/produsen satu dengan yang lain untuk menjamin adanya persediaan kebutuhan konsumen. Kelemahan yang terjadi adalah sulit menentukan batas ekonomi yang dilakukan oleh pemerintah dan swasta. Sistem ekonomi campuran ini dianggap sebagai sistem perekonomian yang menjadi jalan tengah antara liberal dan kapitalis.

Secara umum, sistem diatas mempunyai kelemahan yaitu adanya kemungkinan terjadinya pelanggaran hak oleh pihak yang kuat terhadap pihak yang lemah. Tuntutan terhadap kebutuhan hukum yang memberikan perlindungan keseluruhan pihak yang terlibat, maka kebutuhan terhadap hukum yang mengatur antimonopoli dan persaingan tidak sehat menjadi penting apabila dikorelasikan dengan fungsi sistem ekonomi liberal, kapitalis dan campuran yaitu pasar bebas.

mempunyai kaitan dengan “kebebasan (proses) alami” yang dipahami sebagai ekonomi liberal klasik. Perkembangan selanjutnya paham tersebut berubah menuju konsep kebijakan ekonomi liberal, yaitu sistem ekonomi yang bergerak kearah menuju pasar bebas dan sistem ekonomi berpaham perdagangan bebas dalam era globalisasi.

²² *Ibid*

Inti dari ekonomi pasar adalah desentralisasi keputusan, berkaitan dengan “apa”, “berapa banyak”, dan “bagaimana” produksi. Ini adalah satu-satunya cara untuk menjamin bahwa kekeliruan-kekeliruan perencanaan oleh individu tidak semakin terakumulasi sehingga akhirnya menghentikan fungsi pasar sebagai umpan balik.²³

Poin penting terselenggaranya pasar bebas tersebut adalah persaingan para pelaku pasar dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Persaingan usaha merupakan proses di mana para pelaku usaha dipaksa menjadi perusahaan yang efisien dengan menawarkan pilihan-pilihan produk dan jasa dalam harga yang lebih rendah. Persaingan hanya bila ada dua pelaku usaha atau lebih yang menawarkan produk dan jasa kepada para pelanggan dalam sebuah pasar.²⁴

Untuk merebut hati konsumen, para pelaku usaha berusaha menawarkan produk dan jasa yang menarik, baik dari segi harga, kualitas dan pelayanan. Kombinasi ketiga faktor tersebut untuk memenangkan persaingan merebut hati para konsumen dapat diperoleh melalui inovasi, penerapan teknologi yang tepat, serta kemampuan manajerial untuk mengarahkan sumber daya perusahaan dalam memenangkan persaingan. Jika tidak, pelaku usaha akan tersingkir secara alami dari arena pasar.

Tindakan yang harus diperhatikan adalah berjalannya fungsi pengawasan. Yang dalam hal ini, bentuk control pelaku usaha yang mempunyai relasi kuat dengan pihak lain seperti konsumen dan pelaku usaha lain yang memiliki posisi

²³Suryani. *Pasar bebas*. 2008, Graha Ilmu, Surabaya, hal.43

²⁴ *Ibid*

tawar yang lemah, yang dalam hal ini menjadi elemen penting untuk dilindungi dalam kerangka melindungi kepentingan umum.

Kebutuhan hukum antimonopoli dan persaingan usaha tidak sehat menjadi sangat penting. Pendapat Henry Clay (1832) yang menyebutkan bahwa “*Off all human powers operating on the affairs of mankind, none is greater than that of competition,*” maka persaingan tidak akan pernah bisa dipisahkan dari kehidupan manusia.²⁵

Agar persaingan dapat berlangsung sesuai dengan harapan, maka diperlukan kebijakan ekonomi yaitu menyediakan sejumlah prasyarat seperti mewujudkan pasar yang berfungsi dan adanya mekanisme harga. Dalam konteks tersebut, yang dituju adalah penyediaan akses pasar sebebaskan mungkin dan pada saat yang sama menyediakan insentif untuk meningkatkan jumlah dari pengusaha nasional.

Tingkat integrasi juga harus ditingkatkan melalui peningkatan infrastruktur negara (misalnya jaringan komunikasi dan transportasi). Akhirnya, suatu kebijakan moneter yang berorientasi stabilitas merupakan prasyarat bagi berfungsinya ekonomi persaingan. Hanya dengan cara ini distorsi-distorsi persaingan yang berpotensi melumpuhkan mekanisme harga dapat dihindari.

Dapat dipahami apabila dalam pasar bebas harus pencegahan penguasaan pasar oleh satu, dua, atau beberapa pelaku usaha saja (monopoli dan oligopoli), karena dalam pasar yang hanya dikuasai oleh sejumlah pelaku usaha maka terbuka peluang untuk menghindari atau mematikan bekerjanya mekanisme pasar (market

²⁵ Knud Hansen, *Usaha Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat*, (Katalis-Publishing Media Services, 2002), p.9.

mechanism) sehingga harga-harga ditetapkan secara sepihak dan merugikan konsumen.

Pelaku usaha yang jumlahnya sedikit dapat membuat berbagai kesepakatan untuk membagi wilayah pemasaran, mengatur harga, kualitas, dan kuantitas barang dan jasa yang ditawarkan (kartel) guna memperoleh keuntungan yang setinggi-tingginya dalam waktu yang relatif singkat. Persaingan di antara para pelaku usaha juga dapat terjadi secara curang (*unfair competition*) sehingga merugikan konsumen, bahkan negara. Oleh karena itu, pengaturan hukum untuk menjamin terselenggaranya pasar bebas secara adil mutlak diperlukan.

Hukum larangan praktek monopoli dan persaingan tidak sehat yang efektif merupakan syarat mutlak bagi berjalanya ekonomi pasar. Undang-Undang ini melarang perjanjian yang menghambat persaingan, penyalahgunaan kekuasaan monopoli dan perusahaan-perusahaan yang menguasai pasar. Dengan demikian undang-undang tersebut menjamin akses ke pasar untuk semua pihak, serta kebebasan bagi setiap peserta pasar untuk mengambil keputusan.²⁶

Persaingan mengakibatkan modal dan sumber daya lainnya digunakan ditempat-tempat yang paling produktif. Disisi lain persaingan memaksa produsen bersikap fleksibel dalam menerapkan teknologi baru dan memperhatikan perubahan kebutuhan konsumen. Dengan sistem persaingan dan dalam tersedianya pilihan konsumsi yang bebas, bukan produsen atau pemasok yang

²⁶ *Ibid*

menentukan barang mana yang harus diproduksi dengan harga berapa, tetapi pembeli.

Umumnya persaingan menguntungkan bagi masyarakat dan manfaat persaingan usaha yang sehat meliputi peningkatan produksi, tersedianya lebih banyak pilihan dan penggunaan sumber daya yang lebih efisien.²⁷

Dengan persaingan akan menentang adanya konsentrasi ekonomi berlebihan seperti penguasaan yang dominan dan menjamin kebebasan warga dengan menempatkan kekuatan ekonomi dalam kerangka ketentuan perundang-undangan ant. Adanya hukum antimonopoli dan persaingan usaha tidak sehat merupakan salah satu sarana mengatur agar bisnis berjalan dengan tertib. Dengan demikian esensi bisnis dapat berjalan dengan kaidah yang sesuai.

D. Metode Penelitian

1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian hukum normatif. Tipe penelitian ini akan lebih mengacu kepada norma-norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan, peraturan pemerintah, keputusan presiden, dan peraturan-peraturan KPPU.

2. Fokus Penelitian

- a. Apa potensi pelanggaran terhadap Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 dalam industri retail modern di Indonesia.
- b. Bagaimana seharusnya pengaturan bisnis retail sesuai dengan hukum persaingan usaha.

²⁷ Andi Zubaida Assaf, "Kebijakan Pemerintah dalam Perspektif Persaingan Usaha", *Majalah Kompetisi*, edisi 14, 2009, hlm. 6.

3. Sumber Data

Dalam penelitian ini penyusun menggunakan sumber data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari bahan-bahan tertulis yang terdiri dari:

a. Bahan hukum primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang bersifat mengikat. Dalam penelitian ini bahan hukum primer yang akan digunakan meliputi beberapa peraturan perundang-undangan, peraturan pemerintah, keputusan presiden, dan peraturan-peraturan KPPU.

- 1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
- 2) Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
- 3) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern
- 4) Peraturan Presiden Nomor No. 36 Tahun 2010 tentang Daftar Bidang Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha yang Terbuka dengan Persyaratan di Bidang Penanaman Modal

b. Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang dapat memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer yang berupa hasil penelitian, buku, jurnal, surat kabar, artikel ilmiah, dan data online.

c. Bahan hukum tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum ini terdiri dari kamus dan ensiklopedia.

4. Metode Pendekatan Penelitian

Metode pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis normatif, yaitu metode yang dalam proses pendekatannya mengacu kepada peraturan perundang-undangan, asas-asas hukum dan lainnya yang berkaitan dengan fokus penelitian.

5. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu materi atau bahan hukum yang dibutuhkan dikumpulkan, dipilah-pilah untuk selanjutnya dipelajari dan dianalisis muatannya. Penggunaan metode analisis deskriptif kualitatif dalam penelitian ini dilakukan mengingat data yang dianalisis bersifat menyeluruh dan merupakan suatu kesatuan, sehingga dibutuhkan analisis mendalam terhadap data tersebut.

E. Sistematika Penulisan

Untuk lebih memudahkan pemahaman tentang isi dan esensi penelitian, serta memperoleh penyajian yang terarah dan sistematis, penulis menyajikan tesis ini dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab pertama adalah pendahuluan. Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab kedua berisi tentang tinjauan umum tentang peraturan yang terkait pokok-pokok ritel modern dan kecil. Dalam pembahasannya akan diuraikan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 , Permendeg Nomor 53 Tahun 2008 dan Peraturan Presiden Nomor No.36 Tahun 2010 tentang Daftar Bidang Usaha Yang Tertutup dan Bidang Usaha yang Terbuka dengan Persyaratan di Bidang Penanaman Modal.

Bab ketiga berisi analisis dari rumusan masalah, yakni Potensi Pelanggaran Undang-undang No.5 Tahun 1999 dalam Industri Ritel dan kajian terhadap pengaturan yang dapat mengakomodasi persaingan usaha yang sehat dalam Industri Ritel.

Bab keempat merupakan penutup penelitian yang telah dilakukan. Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian terhadap rumusan masalah dan saran atas permasalahan yang telah diteliti oleh penyusun.

BAB II

KAJIAN TENTANG DEMOKRASI EKONOMI DAN PENGATURAN RITEL MODERN

A. Demokrasi Ekonomi sebagai Asas Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999

1. Pengertian

Demokrasi ekonomi adalah sistem ekonomi nasional yang disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan, di mana produksi dikerjakan oleh semua, untuk semua, di bawah pimpinan atau penilikan anggota-anggota masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat (rakyat) dalam mengendalikan jalannya roda perekonomian.²⁸

Demokrasi ekonomi terkait erat dengan pengertian kedaulatan rakyat di bidang ekonomi. Istilah kedaulatan rakyat tersebut dikembangkan para ilmuwan sebagai konsep filsafat hukum dan filsafat politik. Sebagai istilah, kedaulatan rakyat sering digunakan dalam studi ilmu hukum daripada istilah demokrasi yang biasa dipakai dalam ilmu politik. Namun, pengertian teknis keduanya sama yaitu sama-sama berkaitan dengan prinsip kekuasaan yang berasal dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat.²⁹

Dasar utama dari demokrasi ekonomi di Indonesia adalah Pasal 33 UUD 1945. Dalam penjelasan Pasal 33 disebutkan bahwa demokrasi

²⁸ Tom, Gunadi, *Sistem Perekonomian Menurut Pancasila dan UUD 1945*, Bandung: Angkasa, 1981. Hlm .20

²⁹ *Ibid*

ekonomi diartikan sebagai produksi dikerjakan oleh semua, (dan) untuk semua, di bawah pimpinan atau penilikan anggota-anggota masyarakat.

Dalam perekonomian yang berdasarkan demokrasi ekonomi, kemakmuran masyarakat yang diutamakan, tidak dalam tataran kemakmuran perorangan. Hal ini disebabkan karena, penguasaan sumber produksi apabila jatuh kepada pihak-pihak yang berkuasa dan berhaluan tidak sesuai dengan Demokrasi Ekonomi, maka dampaknya adalah sifat kepemimpinan didalam negara yang diktator yang secara umum rakyat menjadi tertindas.³⁰

Akses dan distribusi sumber daya yang tidak merata secara adil, menimbulkan permasalahan nasional yang kompleks dan multi dimensi, yang mengganggu dan mengancam keberlanjutan pembangunan nasional. Dalam gagasan kedaulatan rakyat di bidang ekonomi itu terkandung pengertian bahwa ide kekuasaan tertinggi yang berada di tangan rakyat mencakup lapangan politik juga perekonomian. Sumber-sumber produksi pada pokoknya juga berada dalam penguasaan rakyat yang berdaulat. Dalam Konvensi PBB tahun 1976 ditegaskan "rakyat suatu negara berdaulat yang menganut paham kedaulatan rakyat berhak sepenuhnya atas sumber-sumber daya alam untuk sebesar-besarnya kemakmuran mereka sendiri."³¹

Didalam konvensi PBB Tahun 1976 diatur hal-hal yang terkait dengan Demokrasi Ekonomi seperti pengertian kedaulatan secara umum, pengertian

³⁰ Edi Swasono, Sri, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi* Jakarta: UIPress, Jakarta, 1987, hlm.32.

³¹ Artikel Ekonomi, *Konvensi Perserikatan Bangsa-Bangsa tentang Demokrasi Ekonomi*, 2009. <http://ilmuekonomi.com/artikel-ekonomi>

kedaulatan rakyat dibidang ekonomi, Penguasaan oleh rakyat atas sumber-sumber produksi yang berkaitan dengan sumberdaya alam untuk kemakmuran bersama seluruh rakyat serta kriteria sumber produksi.

Didalam bagian kriteria sumber produksi dapat diketahui melalui indikator sebagai berikut, yaitu penting bagi Negara dan menyangkut hajat hidup orang banyak. Indikator tersebut diukur melalui faktor-faktor yang antaralain,yaitu sumber produksi tersebut masuk kategori langka (*scarcity*), komoditi yang apabila dipersaingkan secara bebas dapat menimbulkan ketimpangan yang tidak adil dan tidak dapat diatasi dengan kebijakan afirmatif sekalipun, komoditi yang jika dijual pasar bebas dapat menimbulkan bahaya atas keamanan bersama seperti persenjataan, bahan baku nuklir, dan sebagainya,dan komoditi atau barang-barang terlarang seperti rumput ganja, dan barang selundupan.³²

Gagasan demokrasi ekonomi tercantum eksplisit dalam konstitusi sebagai hukum tertinggi di Indonesia. UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945 mengandung gagasan demokrasi politik sekaligus demokrasi ekonomi. Artinya, dalam pemegang kekuasaan tertinggi di negara kita adalah rakyat, baik di bidang politik maupun ekonomi. Seluruh sumber daya politik dan ekonomi dikuasai oleh rakyat yang berdaulat.

Dalam sistem demokrasi yang dibangun tentu tidak semuanya secara langsung dikuasai oleh rakyat. Beberapa bagian yang pokok diwakilkan pengurusannya kepada negara, dalam hal ini kepada MPR, DPR, DPD, dan

³² *Ibid*

Presiden dalam urusan penyusunan haluan-haluan dan perumusan kebijakan-kebijakan resmi bernegara, dan kepada Presiden dan lembaga-lembaga eksekutif-pemerintahan lainnya dalam urusan-urusan melaksanakan haluan-haluan dan kebijakan-kebijakan negara itu, serta secara tidak langsung kepada lembaga peradilan dalam urusan mengadili pelanggaran terhadap haluan dan kebijakan-kebijakan negara itu.

Konstitusi perekonomian di Indonesia menganut prinsip-prinsip perekonomian nasional yang diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi yang termaksud dalam UUD 1945, menyebabkan konstitusi Indonesia berbeda dari konstitusi negara lain, seperti misalnya Konstitusi Amerika Serikat yang tidak mengatur urusan-urusan perekonomian dalam konstitusi. Para perumus Konstitusi Amerika Serikat berpandangan bahwa urusan perekonomian mutlak merupakan urusan pasar sehingga tidak perlu diatur dalam konstitusi.³³ Hal itu sangat berbeda dengan UUD 1945 yang sejak awal mencantumkan ketentuan tentang haluan atau politik perekonomian itu dalam bab tersendiri, yakni Bab XIV, bab yang semula berjudul “Kesejahteraan Sosial”, setelah reformasi, melalui Perubahan Keempat Tahun 2002, dilengkapi menjadi “Perekonomian Nasional dan Kesejahteraan Sosial”.

Sebagaimana dicantumkan dalam Pasal 3, tujuan dibentuknya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah untuk:

³³ Kuncoro, Mudrajad, *Ekonomi Pembangunan: Teori, Masalah dan Kebijakan*, Edisi I, UPP AMP YKIN, Yogyakarta, 1997, hlm.20

1. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat;
2. 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;
3. Mencegah praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha; dan
4. Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Dengan demikian, UUD 1945 dewasa ini semakin tegas sebagai konstitusi ekonomi (*economic constitution, the constitution of economic policy*), di samping sebagai konstitusi politik (*political constitution*). Artinya, semua kebijakan-kebijakan ekonomi Indonesia dikembangkan mengacu dan/atau tidak boleh bertentangan dengan prinsip-prinsip yang diatur dalam UUD 1945. Undang-undang dasar sebagai hukum tertinggi merupakan kesepakatan kewarganegaraan dan konsensus kebangsaan yang tertinggi yang harus dijadikan pegangan bersama dalam segenap aktifitas penyelenggaraan negara.³⁴ Jika kesepakatan ini dilanggar, kebijakan yang melanggar demikian itu dapat dibatalkan melalui proses peradilan.

Dalam proses perubahan keempat UUD 1945 Tahun 2002 terdapat kelompok yang berusaha menafsirkan Pasal 33 dengan tidak mempunyai makna sama sekali, dengan ditafsirkan tidak menolak ekonomi pasar liberal

³⁴Edi Swasono, Sri. *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*. Jakarta, 1987, UIPress, hlm.90

dengan dasar yang bertujuan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Pada akhirnya Pasal 33 dilengkapi dengan rumusan lengkap menjadi:

- “(1) Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan,
- (2) Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan memenuhi hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara,
- (3) Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat,
- (4) Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi-berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional,
- (5) Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan pasal ini diatur dalam undang-undang.”

2. Landasan Konstitusional

Demokrasi ekonomi merupakan sistem ekonomi yang mengacu pada amanat konstitusi nasional, sehingga landasan konstitusionalnya adalah produk hukum yang mengatur (terkait dengan) perikehidupan ekonomi nasional yaitu terdiri dari Pancasila dengan substansi mengatur tentang Sila Ketuhanan, Sila Kemanusiaan, Sila Kerakyatan, dan Sila Keadilan Sosial. Pasal 27 ayat dua memberikan pemahaman tentang hak setiap warga Negara Indonesia mendapatkan pekerjaan dan memiliki penghidupan yang layak sesuai dengan standar kemanusiaan.³⁵

Produk hukum lain yang mengatur ekonomi nasional adalah Pasal 28 Undang-Undang Dasar Tahun 1945 yang mengatur tentang kebebasan berserikat dan berkumpul, mengeluarkan pikiran dengan cara lisan atau tertulis, dimana fungsi produk hukum tersebut antara lain memberikan

³⁵ Ibid

jaminan dan kebebasan bagi kaum buruh yang apabila dalam struktur kehidupan ekonomi merupakan salah satu sendi yang penting dalam proses produksi untuk menyatukan diri, bersatu didalam serikat buruh dalam rangka menggalang solidaritas antar sesama buruh untuk menyalurkan aspirasinya. Pasal 31, menegaskan bahwa setiap warga Negara dijamin haknya untuk mendapatkan pendidikan yang dapat berfungsi sebagai salah satu modal penting (untangible capital) bagi sumber daya manusia Indonesia sebagai salah satu faktor penting dalam mendukung proses pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Sendi utama produk hukum yang sangat penting adalah keberadaan pasal 33 dimana dalam ayat satu memiliki penafsiran bahwa didalam perekonomian Nasional menghendaki adanya usaha bersama dengan asas kekeluargaan, sekaligus mengemukakan gagasannya tentang sistem selain sistem Demokrasi Ekonomi sesuai dengan amanat Undang-undang Dasar 1945, dimungkinkan terjadinya ketidakadilan bagi masyarakat, tidak meratanya pembangunan diseluruh wilayah serta ketidakpuasan yang bersumber dari tidak rekatnya nilai-nilai persatuan dan kesatuan akibat dari adanya konflik kepentingan dibidang ekonomi. Ayat dua mengatur tentang Cabang cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh Negara serta pada ayat tiga terdapat pengaturan tentang Bumi dan air dan kekayaan yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat. Demokrasi Ekonomi memiliki misi utama adalah kemakmuran

rakyat. Produk hukum yang mengatur (terkait dengan) perikehidupan ekonomi nasional selanjutnya adalah Pasal 34 Undang-undang Dasar 1945 bahwa Fakir miskin dan anak-anak terlantar dipelihara oleh Negara, yang sasaran dari pasal tersebut adalah Negara yang makmur (welfare state).³⁶

Dengan demikian didalam perekonomian Indonesia tidak mengijinkan tumbuh dan berkembangnya model ekonomi seperti Free fight liberalism, yakni kebebasan usaha yang tidak terkendali sehingga memungkinkan terjadinya eksploitasi kaum ekonomi lemah dengan akibat semakin bertambah luasnya jurang pemisah antara kaum kaya dengan kaum miskin. Etatisme, yakni keikutsertaan pemerintah yang terlalu dominan sehingga mematikan motivasi dan kreasi dari masyarakat untuk berkembang dan bersaing secara sehat. Monopoli, yakni suatu bentuk pemusatan kekuatan ekonomi pada satu kelompok tertentu sehingga tidak memberikan pilihan lain pada konsumen untuk tidak mengikuti keinginan dari pemilik monopoli.³⁷

3. Subtansi Demokrasi Ekonomi

Perumusan dasar demokrasi ekonomi adalah sebagaimana dari hasil perkembangan pemikiran yang diusahakan untuk menggambarkan citra masyarakat Pancasila. Sejak masa penjajahan Belanda, cita-cita perekonomian yang disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan dipandang sebagai jalan terbaik untuk membela ekonomi rakyat

³⁶ Esmara, Hendra, *Teori Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, Gramedia, Jakarta, 1987, hlm.54

³⁷ *Ibid*

yang lemah. Bung Hatta sebagai konseptor pasal 33 UUD 1945 telah memberikan ide itu pada tahun 1926 sewaktu beliau menjabat ketua perhimpunan Indonesia di negeri Belanda.³⁸

Dalam perkembangan pemikiran ekonomi di Indonesia, sistem perekonomian menurut Pancasila dan UUD Tahun 1945 disebut dengan beberapa nama yang bersifat umum, seperti:

- a. Ekonomi usaha bersama kekeluargaan
- b. Ekonomi kekeluargaan
- c. Ekonomi adil makmur
- d. Ekonomi Pancasila
- e. Demokrasi Pancasila

Didalam ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Sementara No.II Tahun 1960 ditemukan pemikiran-pemikiran terkait dengan intisari arah pembangunan Indonesia yang berlandaskan pada Demokrasi Ekonomi sebagaimana berikut ini.

Dalam melaksanakan Keadilan sosial dan Kesejahteraan dengan berlandaskan Gotong Royong dan Kekeluargaan, tujuan yang dikejar dan dilaksanakan adalah Kesejahteraan bersama, dimana terdapat kemakmuran material dan spiritual dalam bentuk kekayaan umum badaniah dan rohkaniah yang melimpah-limpah serta pembagiannya yang rata dan merata sesuai dengan sifat perbedaan masing-masing warga dalam keluarga bangsa.

Dalam ekonomi, Indonesia mengejar terwujudnya suatu tata perekonomian yang disusun sebagai usaha bersama berdasarkan kekeluargaan, dimana pemerintah dan rakyat atau Negara dan swasta bekerja bersama saling mengisis untuk menjalankan produksi dan distribusi guna mewujudkan kakaayaan umum yang berlimpah-limpah serta pebagiannya yang adil dan merata.

Berpedoman bahwa kemakmuran masyarakatlah yang harus senantiasa diutamakan dan bukan kemakmuran orang-seorang, hak milik perseorangan tetap

³⁸ Mohammad Hatta, *Soal Ekonomi dalam Persatuan Indonesia*, dipublikasikan Koran Daulat Rakyat No.48, 10 November 1932.

diakui, tetapi ditundukan kepada batas-batas yang ditentukan oleh fungsi sosialnya dalam usaha bersama di bawah pimpinan Pemerintah Nasional.³⁹

4. Karakteristik Demokrasi Ekonomi⁴⁰

Falsafah perekonomian Indonesia yang hendak dibangun adalah Pancasila, sebagaimana telah dikonfirmasi sebagai Falsafah Negara Republik Indonesia, lengkap dengan ketentuan-ketentuan yang diturunkan daripadanya dalam wujud keseluruhan pernyataan UUD 1945. Dalam memahami Pancasila sebagai falsafah perekonomian Indonesia terlebih dahulu perlu dipahami hasil penafsiran tunggal Panitia Lima yang terdiri dari Mohamad Hatta (ketua), Ahmad Subarjo Djojoadisurjo, A.A. Maramis, Sunario dan A.G. Pringgodigdo. Panitia Lima menunjukkan dua cara pendekatan dasar yang terkandung dalam Pancasila dalam hubungan dengan kehidupan masyarakat. Pertama, adalah cara pendekatan etis yang memberi dasar moral. Kedua adalah cara pendekatan politis, memberi dasar politis kepada sistem keseluruhan sosial, ekonomi dan politik.⁴¹ Pendekatan di atas dapat dipahami melalui asas-asas kesejahteraan sosial.⁴² Asas etis, yaitu keyakinan bahwa apa yang tidak dibenarkan oleh moral, juga tak mungkin secara ekonomis benar, asas etis merupakan pendekatan asasi dari Pancasila dan UUD 1945.

Asas ekonomi nasional kesejahteraan umum. Hal ini tercermin jelas dalam asas usaha bersama dan kekeluargaan atau dalam konteks yang lebih luas dinyatakan

³⁹ Risalah Majelis Permusyawaratan Rakyat Sementara RI, *Ringkasan Ketetapan MPRS-RI No. I dan II/MPRS/1960*, MPRS dan Departemen Penerangan, tanpa tahun.

⁴¹ Tom Gunadi, *Sistem Perekonomian menurut Pancasila dan UUD 1945*, Galangpress, Jakarta, 1986, hal. 45-50

⁴² Tom Gunadi, *Sistem Perekonomian menurut Pancasila dan UUD 1945*, Galangpress, Jakarta, 1986, hal. 96-97

dalam Pembukaan UUD 1945 dalam hubungan pembentukan Pemerintah Negara Indonesia, yaitu untuk memajukan kesejahteraan umum.

Asas Pelestarian. Asas ini menjadi dimensi yang dapat diketahui dalam Pembukaan UUD 1945 yaitu melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia. Dalam asas ini terkandung ide perlindungan dan pemeliharaan lingkungan alam sebagai ekosistem (lingkungan hidup) maupun sebagai sumber ekonomi. Sebagaimana wacana atas keseimbangan ekologis.⁴³

Asas ekonomi biaya rendah. Merupakan asas dimana dalam proses produksi menerapkan strategi yang sesuai dengan bidang yang dimaksud. Tujuan terhadap strategi produksi tersebut ialah semata-mata untuk mencapai efisiensi dalam berproduksi.

Asas kualitas. Arah pembangunan ekonomi Indonesia untuk mampu memproduksi suatu barang dan jasa merupakan sebuah proses yang membutuhkan penelitian dan pengembangan, oleh karena itu dibutuhkan strategi berkelanjutan dalam rangka memenuhi kelayakan sehingga barang-barang yang dihasilkan memenuhi persyaratan mutu yang baik.

Cita-cita sosial yang terkandung dalam falsafah Pancasila menunjukan arah perkembangan ekonomi Indonesia dimana pembangunan sistemnya diletakkan dalam Batang Tubuh UUD 1945 dipandang sebagai satu keseluruhan yang utuh. UUD 1945, khususnya pasal 33, menekankan aspek koperatif daripada usaha dan pencapaian manusia. Karena itulah sistem sosial-ekonomi yang

⁴³ Alan Cotrell, *Environment Economics An Introduction for students of the resource and environmental sciences*, Edward Arnold, publishers, London.

berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 sering disebut dengan nama yang mempunyai konotasi “koperasi atau kerjasama”.

Beberapa ahli yang meninjau Pasal 33 UUD 1945.⁴⁴ R. Wiyono SH., berpendapat bahwa meski dalam penjelasan pasal 33 UUD 1945 diterangkan bangun perusahaan yang sesuai sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan itu adalah koperasi, tetapi didalam penjelasan pasal 33 UUD 1945 tidak diterangkan bahwa bangun koperasi itu adalah satu-satunya yang harus dipergunakan sebagai usaha bersama, sehingga kerjanya R Wiyono SH ,Pasal 33 terbuka bagi bangun usaha lain seperti PT , CV , Firma sebagai usaha bersama.⁴⁵

Ciri-ciri sistem ekonomi kerakyatan yang dimuat Undang-undang No. 25 Tahun 2000 adalah penegakan prinsip keadilan dan demokrasi ekonomi disertai kepedulian terhadap yang lemah. Pemihakan, pemberdayaan, perlindungan terhadap pihak yang lemah oleh semua potensi bangsa, terutama pemerintah sesuai dengan kemampuannya. Penciptaan iklim persaingan usaha yang sehat dan intervensi usaha ramah pasar. Pemberdayaan ekonomi rakyat terkait dengan upaya untuk menggerakkan perekonomian pedesaan. Pemanfaatan, penguasaan tanah dan sumberdaya alam lainnya seperti hutan, laut, air, udara dan mineral secara adil, transparan dan produktif mengutamakan hak-hak rakyat setempat, termasuk hak ulayat masyarakat adat dengan menjaga kelestarian fungsi lingkungan hidup. Ciri-ciri ekonomi kerakyatan tersebut mengacu kepada usaha-usaha yang lemah seperti usaha kecil.

⁴⁴ Tom Gunadi, Sistem Perekonomian menurut Pancasila dan UUD 1945, Galangpress, Jakarta, 1986, hal.76-79.

⁴⁵ R Wiyono SH , *Garis Besar Pembahasan dan Komentari UUD 1945*, Alumni andung, 1976, hlm.67

5. Asas Demokrasi Ekonomi sebagai Tujuan dan Sasaran Persaingan Usaha yang Sehat

Usaha bersama gotong-royong, keadilan sosial dan sebagainya adalah konsep-konsep yang diidentifikasikan sebagai nilai-nilai dasar dalam sistem sosial-ekonomi menurut Pancasila dan UUD 1945.⁴⁶ Nilai-nilai dasar ini merupakan unsur-unsur mutualisme sejauh didasarkan atas interdependensi yang ada antara anggota individual keseluruhan masyarakat. Masyarakat sebagai keseluruhan tergantung atas komponen-komponen individual maupun kolektif, karena tujuannya yaitu kesejahteraan umum.

Usaha bersama, persatuan dan kesatuan usaha didasarkan atas asas kekeluargaan. Ini akan berjalan baik bila menjadi tanggung jawab timbal-balik dan menjadi tanggungan bersama. Cita-cita akan kesejahteraan sosial hidup kuat dalam dasar pemikiran yang terkandung dalam UUD 1945. Dalam pasal 33 dan 34, tercantum judul yang berbunyi "Kesejahteraan Sosial". Inti tujuan keseluruhan sistem perekonomian dan sosial yang menjadi bahan pokok dan asas paling dasar adalah kekeluargaan.⁴⁷

Di dalam UU No.5 Tahun 1999 memasukan asas yang mana Pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum.

Kemudian UU No.5 Tahun 1999 memiliki empat tujuan yang ingin dicapai dari pembentukannya, yaitu, menjaga kepentingan umum dan

⁴⁶*Ibid*

⁴⁷*Ibid*

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 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 terciptanya efektifitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.⁴⁸

Selanjutnya antara tujuan menciptakan efisiensi dan efektifitas dalam kegiatan usaha dengan tujuan mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil, terkadang dalam suatu penanganan perkara bisa dapat saling bertentangan. Dimana perusahaan yang memiliki tingkat efisiensi yang tinggi dalam suatu ketika dapat menghambat pelaku usaha lain khususnya yang lebih kecil untuk dapat masuk ke dalam pasar.⁴⁹

Lebih luas lagi pembentukan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 ini dimaksudkan untuk menegakkan aturan hukum dan memberikan perlindungan yang sama bagi setiap pelaku usaha dalam upaya untuk menciptakan persaingan usaha yang sehat dan terhindarnya pemusatan kekuatan ekonomi pada perorangan atau kelompok tertentu, antara lain dalam bentuk praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang merugikan masyarakat, yang bertentangan dengan cita-cita keadilan sosial.

⁴⁸ Penjelasan, *Undang-undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, UU No.5, LN No.33 tahun 1999, Pasal 3.

⁴⁹ *Ibid*

B. Pengaturan Ritel Modern

1. Pengertian Pasar

Didalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, pengertian pasar yang tercantum memiliki tingkat cakupan yang luas. Hal ini diperlukan mengingat karena ruang lingkup Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 sangatlah besar. Bidang yang menjadi tugas Undang-Undang tersebut meliputi berbagai usaha dan berbagai kepentingan. Didalam Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Pasal satu ayat sembilan disebutkan bahwa “Pasar adalah lembaga ekonomi di mana para pembeli dan penjual baik secara langsung maupun tidak langsung dapat melakukan transaksi perdagangan barang dan atau jasa”.⁵⁰

Dalam hal pengertian pasar, penulis tidak sependapat apabila penggunaan pengertian pasar tersebut digunakan untuk menilai persaingan dalam bisnis ritel. Meskipun makna dalam Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008 memiliki kelemahan, menggabungkan karakter yang berbeda dalam satu pengertian yang sama (ritel modern dan pasar tradisional). Subtansi pengertian tersebut antara lain tidak membedakannya kelas atau jenis-jenis usaha yang mengisi suatu pasar dan saling memperebutkan pangsa pasar didalamnya. Artinya, terdapat kebebasan untuk bersaing, baik antara bidang usaha yang sejenis maupun dengan usaha sejenis namun berbeda kelas. Beberapa pengertian dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, memberikan beberapa istilah yang relevan untuk dicantumkan sebagai

⁵⁰ Penjelasan Undang-undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tentang pengertian pasar.

rangkaian pengertian yang utuh dimaksud adalah, pasar bersangkutan, struktur pasar, perilaku pasar, pangsa pasar, harga pasar, dan konsumen.

Pengertian Pasar didalam Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008 memiliki kesamaan. Tingkat kesamaannya sangat mirip dan persis. Ada kecenderungan, bahwa pengertian didalam Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008 merupakan penjiplakan.⁵¹ Hal tersebut didukung oleh istilah yang mengikutinya, antara lain istilah toko, toko modern, pasar tradisional, maupun pusat perbelanjaan, dimana istilah-istilah tersebut tidak berbeda dengan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008. Semestinya, muncul penyempurnaan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008, hal ini dibutuhkan mengingat dinamisasi dan tuntutan terhadap pembaharuan tidak dapat dikesampingkan. Terdapat ketidakseimbangan dalam pengaturan ritel. Alasan yang mendasari adalah belum berpihaknya kepada pelaku usaha yang beroperasi dalam lingkungan pasar tradisional. Hal ini mengingat makna dalam pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola hanya oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah.

Pemaknaan atas hak terhadap pengelolaan pasar tradisional oleh badan yang ditunjuk Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri

⁵¹Artikel Ekonomi, *Pasar Tradisional vs Pasar Modern*.
<http://duniaekonomi.com/artikel-ekonomi-pasar-tradisional-vs-pasar-modern/9> April 2009.

Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008 tentang Ritel ini membutuhkan pengawasan dari badan independent yang memiliki tujuan untuk melakukan kontrol terhadap jalannya pengelolaan sesuai standar pelayanan yang memadai, seperti dalam hal kenyamanan dan keamanan.

Anggaran atas lembaga independent tersebut dapat dianggarkan melalui adanya kerjasama antar pihak yang berkepentingan. Menggabungkan seluruh jenis ritel dalam satu pengertian pasar dimana disetiap jenis ritel memiliki karakter dan peminatnya masing-masing adalah sesuatu yang menunjukkan ketidakseimbangan. Pasar tradisional masuk sebagai usaha kecil dimana dalam Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil. Pengertian Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini. Untuk disebut sebagai usaha kecil memiliki Kriteria Usaha Kecil, yakni memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000,- (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah), usaha tersebut merupakan milik Warga Negara Indonesia, berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar. Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Hal ini merupakan salah satu indikator bahwa didalam pengertian pasar baik dalam Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008 agar memisahkan pasar tradisional sebagai sub pengertian dari pasar agar dalam persaingan ritel menjadi pasar yang tidak langsung berhadapan dengan jenis ritel modern yang secara kekuatan modal jauh berbeda dengan usaha kecil. Hal ini bertujuan dalam rangka mencegah terjadinya kesenjangan dalam kegiatan bisnis antara pelaku usaha kecil dan usaha besar dalam kehidupan perekonomian Indonesia.

2. Bidang Usaha

Pasar Tradisional merupakan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.⁵² Didalam pasar tradisional menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya.⁵³

Untuk dapat memahami interaksi dan aktivitas pasar tradisional, perlu diketahui siapa-siapa saja atau kelompok-kelompok mana saja yang turut terlibat dalam aktivitas pasar tradisional.⁵⁴ Orang-orang yang terlibat dalam aktivitas kegiatan pasar disebut sebagai aktor-aktor pasar. Secara umum dalam pasar tradisional terdapat beberapa aktor pasar yaitu distributor, pedagang perantara,

⁵² Penjelasan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007, Pengertian pasar tradisional menurut penjelasan Pasal 1 ayat 2.

⁵³ Badarruddin. *Pasar Tradisional Pedesaan*, Mandar Maju, Bandung, 2000, hlm.20.

⁵⁴ *Ibid*

pedagang, organisasi kepemudaan (pengelola pasar dan pengumpul pajak) dan konsumen. Dalam kehidupan dinamika pasar tradisional selalu memiliki aktor ketiga, seperti halnya organisasi pemuda yang terlibat dalam sirkulasi barang dan jasa dalam pasar tradisional.

Untuk mendapatkan sejumlah uang maka para pemuda tersebut melakukan hubungan kerja secara terikat terhadap para pedagang seperti uang bongkar barang, uang parkir, uang sampah, uang lampu dan uang jaga malam.⁵⁵ Bahwa dalam bidang usaha yang berada dalam lingkup pasar tradisional adalah memiliki cakupan bidang usaha yang luas. Meskipun memiliki cakupan yang luas, namun didalam lingkup tersebut para pelaku usaha beroperasi secara terpisah dan tidak saling terikat.

Kategori ritel modern atau yang disebut sebagai Toko modern antara lain berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan. Didalam lingkup toko modern, setiap jenis ritel tersebut memiliki karakternya masing-masing. Minimarket berukuran kecil (100m^2 s/d 199m^2), sebenarnya adalah semacam toko kelontong atau yang menjual segala macam barang dan makanan, namun tidak selengkap dan sebesar sebuah supermarket. Berbeda dengan toko kelontong, minimarket menerapkan sistem swalayan, dimana pembeli mengambil sendiri barang yang ia butuhkan dari rak-rak dagangan dan membayarnya dikasir. Sistem ini juga membantu agar pembeli tidak berhutang. Minimarket yang ada di Indonesia adalah Alfamart, Indomaret dan Circle K.

⁵⁵Artikel ekonomi, "Mobilitas Pedagang Tradisional",
<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/30586/4/Chapter%20I.pdf> diakses 19
desember 2011

Dengan salah satu pemahaman toko modern diatas, dapat diketahui bahwa untuk mengoperasikan sebuah bidang usaha retail moden dibutuhkan persiapan yang matang. Menyangkut lingkup usaha toko modern, penulis berpendapat bahwa bidang usaha toko modern secara keseluruhan adalah luas.

3. Zonasi

Dalam proses pendirian ritel modern harus mematuhi Peraturan Zonasi, yakni ketentuan-ketentuan Pemerintah Daerah setempat yang mengatur pemanfaatan ruang dan unsur-unsur pengendalian yang disusun untuk setiap zona peruntukan sesuai dengan rencana rinci tata ruang. Pasar Tradisional boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lokal atau jalan lingkungan pada kawasan pelayanan bagian kota/kabupaten atau lokal atau lingkungan (perumahan) di dalam kota/kabupaten.⁵⁶

Untuk Minimarket boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam kota/perkotaan. Perkulakan hanya boleh berlokasi pada atau pada akses sistem jaringan jalan arteri atau kolektor primer atau arteri sekunder. Hypermarket dan Pusat Perbelanjaan, Hanya boleh berlokasi pada atau pada akses sistem jaringan jalan arteri atau kolektor dan Tidak boleh berada pada kawasan pelayanan lokal atau lingkungan di dalam kota/perkotaan. Supermarket dan Department Store tidak boleh berlokasi pada sistem jaringan jalan lingkungan dan tidak boleh berada pada kawasan pelayanan lingkungan di dalam kota/perkotaan.

⁵⁶ Penjelasan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008

Bahwa didalam pengaturan zonasi, bagian yang perlu menjadi perhatian adalah dalam zonasi jenis retail perkulakan dimana perkulakan dapat berdiri pada jaringan arteri primer dan sekunder. Pengertian arteri primer dan sekunder adalah merupakan jalan umum yang berfungsi melayani angkutan utama dengan ciri perjalanan jarak jauh, kecepatan rata-rata tinggi, dan jumlah jalan masuk dibatasi secara berdaya guna. Pengaturan tentang zonasi tersebut diperlukan penataan lebih lanjut, khususnya dalam hubungannya dengan pemukiman yang semakin padat, hal ini karena perkembangan di jalan arteri tersebut sangat cepat dan dinamis, khususnya di daerah yang maju, mengingat jalan yang sebelumnya memiliki ciri kecepatan rata-rata tinggi dalam perkembangannya atau diperkirakan jalan arteri mengalami perubahan menjadi jalan kolektor.

4. Persyaratan Usaha

Didalam pengaturan terkait persyaratan usaha, bahwa setiap jenis usaha ritel wajib mematuhi persyaratan lokasi untuk pasar tradisional mengacu Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota, dan Rencana Detail Tata Ruang Kabupaten/Kota, termasuk Peraturan Zonasinya. Pendirian Pasar Tradisional wajib memenuhi ketentuan, yakni memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat dan keberadaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern serta usaha kecil, termasuk koperasi, yang ada di wilayah yang bersangkutan. Menyediakan areal parkir paling sedikit seluas kebutuhan parkir 1 (satu) buah

kendaraan roda empat untuk setiap 100 m² (seratus meter per segi) luas lantai penjualan Pasar Tradisional.⁵⁷

Menyediakan fasilitas yang menjamin Pasar Tradisional yang bersih, sehat (hygienis), aman, tertib dan ruang publik yang nyaman. Untuk toko modern yakni, memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tradisional, usaha kecil dan usaha menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan. Memperhatikan jarak antara Hypermarket dengan Pasar Tradisional yang telah ada Sebelumnya. Menyediakan areal parkir paling sedikit seluas kebutuhan parkir 1 (satu) unit kendaraan roda empat untuk setiap 60 m² (enam puluh meter per segi) luas lantai penjualan Pusat Perbelanjaan dan/atau Toko Modern. Menyediakan fasilitas yang menjamin Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern yang bersih, sehat(hygienis), aman, tertib dan ruang publik yang nyaman serta Penyediaan areal parkir. Pusat Perbelanjaan wajib menyediakan tempat usaha untuk usaha kecil dengan harga jual atau biaya sewa yang sesuai dengan kemampuan Usaha Kecil, atau yang dapat dimanfaatkan oleh Usaha Kecil melalui kerjasama lain dalam rangka kemitraan.

Bahwa dalam hal waktu operasional, toko modern wajib dan sanggup mematuhi ketentuan yang diatur yakni Jam kerja Hypermarket, Department Store dan Supermarket untuk hari Senin sampai dengan Jumat, pukul 10.00 sampai dengan pukul 22.00 waktu setempat. Untuk hari Sabtu dan Minggu, pukul 10.00 sampai dengan pukul 23.00 waktu setempat. Untuk hari besar keagamaan, libur nasional atau hari tertentu lainnya, Bupati/Walikota atau Gubernur untuk

⁵⁷ Penjelasan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008

Pemerintah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta dapat menetapkan jam kerja melampaui pukul 22.00 waktu setempat. Didalam Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008 terdapat sanksi Pelanggaran terhadap Pasal 6 yang menyangkut penyediaan tempat usaha untuk usaha kecil dengan harga yang sesuai dengan kemampuan usaha kecil, Pasal 7 berhubungan dengan jam kerja Hypermarket, Departement Store dan Supermarket. Pasal 8 tentang klausul dalam perjanjian antara pemasok dengan toko modern sebagaimana dijelaskan dalam poin lima tentang klausul yang harus dicantumkan dalam perjanjian, Pasal 9 tentang pengembangan kemitraan, Pasal 10 ayat (2) tentang penggunaan produk dalam negeri dalam Peraturan Presiden ini dapat dikenakan sanksi administratif secara bertahap berupa peringatan tertulis, pembekuan dan pencabutan izin usaha.

5. Klausul-klausul yang harus dicantumkan dalam perjanjian.

Didalam kerangka kerjasama antara pemasok dengan perkulakan, hypermarket, department store, supermarket, dan pengelola jaringan minimarket perlu perjanjian yang didalam menentukan isi perjanjian, mengikuti ketentuan-ketentuan tentang biaya-biaya yang dapat dikenakan kepada Pemasok adalah biaya-biaya yang berhubungan langsung dengan penjualan produk Pemasok, yang termasuk kedalam biaya-biaya tersebut antara lain, Potongan harga reguler (*regular discount*), yaitu potongan harga yang diberikan oleh Pemasok kepada Toko Modern pada setiap transaksi jual-beli. Potongan harga tetap (*fixed rebate*), yaitu potongan harga yang diberikan oleh Pemasok kepada Toko Modern tanpa dikaitkan dengan target penjualan.

Potongan harga khusus (*conditional rebate*), yaitu potongan harga yang diberikan oleh Pemasok apabila Toko Modern dapat mencapai target penjualan. Potongan harga promosi (*promotion discount*), yaitu potongan harga yang diberikan oleh Pemasok kepada Toko Modern dalam rangka kegiatan promosi baik yang diadakan oleh Pemasok maupun oleh Toko Modern. Biaya promosi (*promotion budget*), yaitu biaya yang dibebankan kepada Pemasok oleh Toko Modern untuk mempromosikan barang Pemasok di Toko Modern. Biaya distribusi (*distribution cost*), yaitu biaya yang dibebankan oleh Toko Modern kepada Pemasok yang berkaitan dengan distribusi barang Pemasok ke jaringan toko modern. Biaya administrasi pendaftaran barang (*listing fee*), yaitu biaya dengan besaran yang wajar untuk biaya pencatatan barang pada Toko Modern yang dibebankan kepada Pemasok.

Bahwa didalam biaya administrasi pendaftaran barang, penentuan biaya besaran yang wajar dalam rangka pencatatan barang pada toko modern dibebankan pemasok riskan untuk disalahgunakan untuk menekan pemasok agar dapat memajang produknya. Bahwa adanya klausul diluar ketentuan pengaturan diatas merupakan penyimpangan ketentuan yang diwajibkan dan dapat dikenakan sanksi.

BAB III
POTENSI PELANGGARAN UNDANG-UNDANG
NOMOR 5 TAHUN 1999
OLEH PELAKU USAHA RITEL MODERN

A. Potensi Pelanggaran Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 oleh Pelaku Usaha Ritel Modern

Materi penelitian di dalam penulisan ini adalah kasus KPPU No. 03/KPPU-L-I/2000. Alasan penulis mengangkat kasus tersebut karena kasus tersebut dalam kaca mata penulis memiliki bagian yang belum dikaji lebih lanjut sehingga terdapat kesempatan mengembangkannya sebagai materi penelitian. Permasalahan terkait dengan pelanggaran asas yang terdapat dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, dimana dalam putusan KPPU yang kurang lebih menyatakan toko swalayan Indomaret dalam mengembangkan usahanya kurang memperhatikan prinsip keseimbangan sesuai asas demokrasi ekonomi. Kemudian memerintahkan kepada toko swalayan Indomaret menghentikan ekspansinya di pasar-pasar tradisional yang berhadapan langsung dengan pengecer kecil. Menyatakan kepada Indomaret dalam mengembangkan usahanya untuk melibatkan masyarakat setempat diantaranya dengan memperbesar porsi kegiatan waralaba.

Perilaku Indomaret sebagaimana dalam keputusan telah melanggar asas. Untuk itu, penulis mencari dan menggali substansi atas asas Undang-Undang No. 5 Tahun 1999, yang berhubungan untuk melindungi kepentingan umum.

Metode yang dimanfaatkan untuk mendapatkan kedalaman, digunakan metode interpretasi teleologis. Metode ini dapat disebut pula sebagai metode sosiologis. Ilustrasi sederhana untuk menggambarkan metode diatas, penulis mengangkat suatu kasus. Bahwa pernah pada terjadi di Belanda persoalan pencurian. Persoalannya, apakah tindakan penyadapan dan penggunaan tenaga(aliran) listrik untuk kepentingan sendiri termasuk pencurian menurut KUH pidana Pasal 362. Apakah pencurian tenaga listrik, termasuk barang yang dapat diambil menurut rumusan Pasal 362. Pada waktu pembuatan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana dimungkinkan belum terbayangkan bahwa akan terjadi persolan tersebut. Kemudian atas metode interpretasi diatas, ditafsirkan tenaga listrik tersebut bersifat mandiri dan mempunyai nilai tertentu karena untuk memperoleh aliran listrik diperlukan biaya. Bahwa tujuan Pasal 362 adalah untuk melindungi seluruh masyarakat.⁵⁸

Dengan contoh diatas, kita dapat memahami maksud interprestasi sosiologis/teleologis, bahwa hukum bertujuan mengabdikan kehidupan bersama. Pembentuk undang-undang mempunyai maksud tertentu dengan peraturan dengan peraturan yang dibuatnya. Tujuan ini dapat dilihat dari hubungan ketentuan-ketentuan, dapat dilihat dari sejarah dan dapat dilihat pula dari sifat hubungan yang memerlukan pengaturan. Sebab dari hubungan antara manusia lah lahir hukum. Pada akhirnya hukum memberi tatanan dalam hubungan tersebut.

⁵⁸ Sudikno mertokusumo, Bab-bab tentang Penemuan Hukum, Citra aditya, 1993, Bandung , hal.15

Dengan kata lain, metode Teleologis atau Sosiologis memiliki maksud yaitu apabila makna didalam Undang-Undang itu ditetapkan berdasarkan tujuan kemasyarakatan. Dimana penggalian asas disesuaikan dengan hubungan dan situasi sosial yang dialami.⁵⁹

Konstitusi perekonomian di Indonesia menganut prinsip-prinsip perekonomian nasional yang diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi yang termaksud dalam UUD 1945, menyebabkan konstitusi Indonesia berbeda dari konstitusi negara lain.

UUD 1945 yang sejak awal mencantumkan ketentuan tentang haluan atau politik perekonomian itu dalam bab tersendiri, yakni Bab XIV, bab yang semula berjudul “Kesejahteraan Sosial”, setelah reformasi, melalui Perubahan Keempat Tahun 2002, dilengkapi menjadi “Perekonomian Nasional dan Kesejahteraan Sosial”.

Dalam hal ini, demokrasi ekonomi adalah sistem ekonomi nasional yang disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan, di mana produksi dikerjakan oleh semua, untuk semua, di bawah pimpinan atau penilikan anggota-anggota masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat (rakyat) dalam mengendalikan jalannya roda perekonomian.⁶⁰

Demokrasi ekonomi terkait erat dengan pengertian kedaulatan rakyat di bidang ekonomi. Istilah kedaulatan rakyat merupakan konsep filsafat hukum dan filsafat politik. Namun, pengertian teknis keduanya sama yaitu sama-sama

⁵⁹ *Ibid*

⁶⁰ Tom Gunadi, *Sistem perekonomian menurut Pancasila dan UUD 1945*, cetakan pertama, 1985, Galang Press, Jakarta, hlm. 22.

berkaitan dengan prinsip kekuasaan yang berasal dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat.⁶¹

Dasar utama demokrasi ekonomi di Indonesia adalah Pasal 33 UUD 1945. Dalam penjelasan pasal 33 disebutkan bahwa demokrasi ekonomi diartikan sebagai produksi dikerjakan oleh semua, (dan) untuk semua, di bawah pimpinan atau penilikan anggota-anggota masyarakat.

Gagasan demokrasi ekonomi tercantum eksplisit dalam konstitusi sebagai hukum tertinggi di Indonesia. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 mengandung gagasan demokrasi politik sekaligus demokrasi ekonomi. Artinya, dalam pemegang kekuasaan tertinggi di negara kita adalah rakyat, baik di bidang politik maupun ekonomi. Seluruh sumber daya politik dan ekonomi dikuasai oleh rakyat yang berdaulat dengan sistem demokrasi yang terstruktur dan tidak semuanya dilakukan secara langsung. Bagian yang pokok diwakilkan pengurusannya kepada negara, dalam hal ini kepada MPR, DPR, DPD, dan Presiden dalam urusan penyusunan haluan-haluan dan perumusan kebijakan-kebijakan resmi bernegara, serta secara tidak langsung kepada lembaga peradilan dalam urusan mengadili pelanggaran terhadap haluan dan kebijakan-kebijakan negara itu.⁶²

Dalam perekonomian yang berdasarkan demokrasi ekonomi, kemakmuran masyarakat yang diutamakan, tidak dalam tataran kemakmuran perorangan, hal ini disebabkan karena, apabila penguasaan sumber produksi jatuh kepada pihak-pihak yang berkuasa dan berhaluan

⁶¹ Ibid

⁶² Tom Gunadi, Sistem perekonomian menurut Pancasila dan UUD 1945, cetakan kedua, Galang Press, Jakarta, 1989, hlm. 34.

tidak sesuai dengan demokrasi ekonomi, dampaknya adalah secara umum rakyat menjadi tertindas.⁶³ Indikator sumber produksi yang utama yaitu penting bagi negara dan menyangkut hajat hidup orang banyak. Indikator tersebut diukur melalui faktor-faktor yang antarlain, yaitu sumber produksi tersebut masuk kategori langka, komoditi yang apabila dipersaingkan secara bebas dapat menimbulkan ketimpangan yang tidak adil.

Akses dan distribusi sumber daya yang tidak merata secara adil, menimbulkan permasalahan nasional yang kompleks dan multi dimensi, yang mengganggu dan mengancam keberlanjutan pembangunan nasional. Dalam gagasan kedaulatan rakyat di bidang ekonomi itu terkandung pengertian bahwa ide kekuasaan tertinggi yang berada di tangan rakyat mencakup lapangan politik juga perekonomian.

Dengan demikian didalam perekonomian Indonesia tidak mengijinkan tumbuh dan berkembangnya model ekonomi seperti Free fight liberalism, yakni kebebasan usaha yang tidak terkendali sehingga memungkinkan terjadinya eksploitasi kaum ekonomi lemah dengan akibat semakin bertambah luasnya jurang pemisah antara kaum kaya dengan kaum miskin.

Undang-Undang Dasar Tahun 1945 dewasa ini semakin tegas sebagai konstitusi ekonomi (*economic constitution, the constitution of economic policy*), di samping sebagai konstitusi politik (*political constitution*)⁶⁴. Artinya, semua kebijakan-kebijakan ekonomi Indonesia dikembangkan mengacu dan/atau tidak boleh bertentangan dengan prinsip-prinsip yang diatur dalam

⁶³ Ibid

⁶⁴ Edi Swasono, Sri. *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*. UIPress. Jakarta, 1987, UIPress.hlm.40

Undang-Undang Dasar Tahun 1945. Undang-Undang Dasar sebagai hukum tertinggi merupakan kesepakatan kewarganegaraan dan konsensus kebangsaan yang tertinggi yang harus dijadikan pegangan bersama dalam segenap aktifitas penyelenggaraan negara. Jika kesepakatan ini dilanggar, kebijakan yang melanggar demikian itu dapat dibatalkan melalui proses peradilan.

Atas hasil tersebut, penulis berinisiatif melakukan penelusuran lanjut untuk mengetahui potensi pelanggaran pasal Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 menggunakan metode *Argumentum per Analogian* atau lazim disebut metode Analogi. Metode analogi adalah menerapkan suatu ketentuan undang-undang terhadap suatu peristiwa untuk mana ketentuan itu tidak disediakan. Misalnya, kita mencari jawaban dalam undang-undang untuk peristiwa A, undang-undang tidak memuat jawaban atau penyelesaian itu, tetapi memberi pengaturan untuk peristiwa yang mirip yaitu sejenis peristiwa B.

Seluruh metode penafsiran undang-undang, kecuali gramatikal, dapat menyimpang dari maksud kata-kata secara gramatikal. Yaitu kedua arah. Metode penafsiran tersebut dapat berakibat bahwa ketentuan dapat diberi arti dengan daya kerja yang lebih jauh dari pada apabila ditafsirkan hanya secara gramatikal dan dapat berakibat bahwa pada suatu ketentuan diberi daya berlaku yang lebih terbatas daripada yang diberikan oleh kata-kata itu sendiri. Ini disebut penafsiran yang memperluas atau ekstensif. Dalam hal hasil, penalaran analogis dan ekstensif saling mendekati. Maka dapat

dikatakan cara berpikir analogi, adalah dengan pola berpikir dari yang khusus kepada yang khusus.⁶⁵

Langkah tersebut mengetahui perilaku Indomaret melakukan ekspansi toko swalayan terdapat potensi pelanggaran sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999. Tahap-tahap yang dapat diambil antara lain, melakukan identifikasi pasar bersangkutan, melakukan identifikasi terhadap penguasaan pasar, identifikasi praktik diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu, identifikasi dampak dan indikasi praktek diskriminasi. Perilaku Indomaret telah melanggar asas demokrasi ekonomi, sebagaimana penjelasan asas diatas, perilaku Indomaret tersebut menimbulkan diskriminasi. Maka untuk mengidentifikasi adanya kemungkinan tersebut, menggunakan Pasal yang mirip dengan tindak diskriminasi sebagaimana dimaksud. Dengan menggunakan interpretasi ekstensif atas pemahaman asas demokrasi ekonomi dengan memperluas pengertiannya yang tidak sebatas pada konteks persaingan usaha antara pelaku usaha besar (pengusaha ritel modern) dengan pelaku usaha kecil (pengecer kecil) namun berpedoman pada kepentingan umum meliputi kesejahteraan rakyat dan perlindungan terhadap rakyat secara keseluruhan, hal ini terdapat pada Pasal 19, diakomodasi dalam Pasal 19 huruf d Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yaitu Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa tindakan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek

⁶⁵ Sudikno Mertokusumo, Mengenal Hukum, Liberty Yogyakarta, 1985, hlm. 160.

monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat berupa melakukan praktek diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu. Di dalam proses menemukan adanya praktek diskriminasi, dibutuhkan tahap-tahap identifikasi.

1. Tahap Identifikasi

a. Pasar Bersangkutan

Tahap awal yang mutlak dilakukan dalam menganalisis praktek diskriminasi berdasarkan Pasal 19 huruf d adalah menentukan definisi pasar yang bersangkutan (relevan). Hal ini diperlukan sebab definisi pasar yang relevan akan memberikan kerangka (framework) bagi analisis persaingan usaha. Keterangan tentang pasar bersangkutan di butuhkan dalam rangka menentukan apakah pelaku usaha, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, memiliki *market power*, atau memiliki pangsa pasar atau kekuatan pasar yang besar.

Definisi pasar yang relevan di perlukan di dalam proses menentukan suatu kegiatan persaingan tidak sehat termasuk dalam cakupan aturan persaingan. Berdasarkan Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang dimaksud pasar bersangkutan adalah pasar yang berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu oleh pelaku usaha atas barang dan atau jasa yang sama atau sejenis atau substitusi dari barang dan atau jasa tersebut. Terdapat dua dimensi pokok dalam menentukan pasar bersangkutan yaitu melalui produk (barang atau jasa) yang dimaksud, dan wilayah geografis. Dalam permasalahan toko swalayan Indomaret ini, produk yang dimaksud adalah produk barang

eceran dan wilayah geografisnya adalah wilayah Jakarta, Bogor, Tangerang dan Bekasi.

b. Mengidentifikasi Penguasaan Pasar

Kegiatan penguasaan pasar dalam hal ini diartikan sebagai kemampuan Indomaret mempengaruhi pembentukan harga, atau kuantitas produksi atau aspek lainnya dalam sebuah pasar. Aspek lain yang dimaksud antara lain, namun tidak terbatas pada pemasaran, pembelian, distribusi, pengadaan, atau akses atas barang atau jasa tertentu di pasar bersangkutan. Untuk mengetahui perkiraan penguasaan pasar yang dimiliki masing-masing pelaku usaha ritel, kami menggunakan *Herfindahl Hirschman Index* (HHI). Untuk keperluan penilaian perbuatan hukum sebagaimana dimaksud. Nilai HHI diperoleh dari jumlah kuadrat dari pangsa pasar seluruh pelaku usaha di pasar bersangkutan. Misal dalam suatu pasar bersangkutan terdapat 4 pelaku usaha dengan masing-masing pangsa pasar sebagai berikut Alfamart: 30%, Indomaret: 30%, Circle K: 10%, Toko tradisional: 30% Maka akan mendapat hasil $30^2 + 30^2 + 10^2 + 30^2 = 1950$.

Dalam hal ini kami tidak dapat menghitung HHI keseluruhan pada pasar bersangkutan dengan validitas yang akurat, maka kami memfokuskan pada perhitungan HHI berdasarkan perkiraan yang mendekati keadaan pasar.⁶⁶

⁶⁶ A.M. Tri Anggraini dalam makalah yang disampaikan pada seminar hukumonline 2010, *Tata Cara Pemberitahuan & Penilaian Merger, Konsolidasi, dan Akuisisi Sesuai PP 57/2010*. Diselenggarakan oleh hukumonline, Jakarta, 30 September 2010, hlm. 1-2.

Secara Umum, KPPU membagi tingkat konsentrasi pasar ke dalam dua spektrum berdasarkan nilai HHI yaitu:⁶⁷

Spektrum I (konsentrasi rendah) dengan nilai HHI dibawah 1800.

Spektrum II (konsentrasi tinggi) dengan nilai HHI di atas 1800.

Dalam spektrum I, KPPU menilai tidak terdapat kekhawatiran adanya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Namun apabila perhitungan masuk kategori spektrum II maka akan menimbulkan kekhawatiran terhadap timbulnya konsentrasi pasar yang arahnya adalah munculnya penguasaan pasar. Akan tetapi pada hasil ilustrasi diatas belum cukup dapat dinyatakan secara mutlak terjadi penguasaan pasar. Namun demikian, adanya potensi pelanggaran praktek diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu adalah jelas terjadi.

Hingga Januari 2011, Indomaret mengoperasikan lebih dari 5.000 gerai di wilayah Jawa, Madura, Bali dan Sumatra, terdiri dari 40% gerai milik terwaralaba dan 60% gerai milik Perusahaan⁶⁸. Saat ini Indomaret memiliki 15 pusat distribusi yang merupakan sentral pengadaan produk untuk lebih dari 5.000 gerai Indomaret. Pusat Distribusi Indomaret berada di Jakarta, Sentul Bogor, Tangerang, Bekasi, Parung Bogor, Bandung, Cirebon, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Jember, Malang, Lampung, Palembang dan Medan. Sistem distribusi Indomaret menerapkan teknologi yang canggih dengan menggunakan digital *picking system* yang

⁶⁷ *Ibid*

⁶⁸ Artikel publikasi umum Indomaret, "Sejarah Perkembangan Perusahaan Indomaret, <http://indomaret.com/10april2010>

memungkinkan Indomaret menjalankan distribusi dengan andal, canggih, dan efisien.⁶⁹ Indomaret mengelola sekitar 4.800 produk terdiri dari food, nonfood, general merchandise dan fresh product. Pengadaan produk Indomaret didukung lebih dari 1.000 pemasok berskala nasional termasuk UMKM. Saat ini Indomaret memiliki lebih dari 200 produk private label dengan harga ekonomis. Target pasar Indomaret adalah semua kalangan masyarakat di Indonesia. Strategi pemasarannya diintegrasikan dengan kegiatan promosi yang dijalankan secara berkala dengan berbagai metode sesuai dengan jenis produk dan fokus target pasarnya, berikut contoh strategi jangka pendek yang dijalankan oleh Indomaret:

- 1) Harga Heboh yaitu promosi mingguan yang memberikan harga sangat murah untuk produk-produk kebutuhan sehari-hari.
- 2) Super Hemat yaitu leaflet edisi dua mingguan yang mempromosikan produk-produk dengan harga hemat sebagai panduan bagi konsumen untuk belanja hemat.
- 3) Promosi Bulan Ini, merupakan promosi bulanan atas produk tertentu dalam bentuk pemberian hadiah langsung atau potongan harga.

Untuk strategi jangka panjang, Indomaret menerapkan berbagai program yang berkaitan dengan loyalitas konsumen serta pembentukan komunitas.⁷⁰ Bentuk strategi jangka panjang tersebut dapat di lihat dari beberapa contoh seperti *Indomaret Card*, *Indomaret Card* merupakan kartu multifungsi dengan

⁶⁹ Artikel publikasi umum Indomaret, "Variasi Produk dan Pengelolaan Produk", <http://indomaret.com/10april2010>

⁷⁰ *Ibid*

teknologi contactless smart card hasil kerja sama dengan Bank Mandiri dan kartu multifungsi pertama yang diterapkan minimarket di Indonesia. Selain membebaskan konsumen dari keharusan membawa uang tunai untuk berbelanja, Indomaret Card dapat digunakan untuk membayar tagihan: telepon, listrik, TV Kabel dan lain-lain. Fasilitas ini juga bisa digunakan di SPBU dan area parkir yang telah bekerja sama dengan Bank Mandiri. ATM Indomaret, Indomaret bekerja sama dengan PT. Rintis Sejahtera (dalam jaringan Prima) mengembangkan ATM Indomaret. Fasilitasnya antara lain: tarik tunai, cek saldo, transfer antar rekening dan transfer antar bank. *Jak Card*, kartu prabayar yang diterbitkan Bank DKI dengan teknologi contactless smart card, dapat digunakan untuk berbelanja di gerai Indomaret dan membayar busway. *TCash*, memanfaatkan teknologi pembelian/pembayaran digital menggunakan ponsel secara Tap N Go, fasilitas ini dapat dinikmati konsumen di seluruh gerai Indomaret. *Western Union*, layanan jasa pengiriman dan penerimaan uang dari/ke dalam dan luar negeri, tanpa perlu memiliki rekening di bank. Diperkuat kecepatan pemrosesan yang memungkinkan uang sampai dalam hitungan detik, fasilitas ini dapat dinikmati konsumen di seluruh gerai milik Indomaret.⁷¹

Dalam upaya meningkatkan brand image sampai ke tingkat dunia, Indomaret berhasil menjadi "Official Event Store" (OES) Piala Dunia 2010 dengan menyisihkan peritel-peritel besar di Indonesia. Dengan terpilihnya

⁷¹ Artikel publikasi umum Indomaret, *strategi promosi jangka pendek dan panjang*, <http://indomaret.com/10april2010>

Indomaret sebagai OES oleh Global Brands Group sebagai pemegang lisensi eksklusif FIFA di seluruh dunia, maka Indomaret menjadi gerai resmi yang menjual produk Piala Dunia 2010 serta berhak menggunakan logo dan atribut Piala Dunia 2010 pada setiap kegiatan promosi di Indonesia.

c. Praktek Diskriminasi terhadap Pelaku Usaha Tertentu.

Dapat diuraikan melalui penelusuran berikut:

1) Pelaku Usaha Tertentu

Bahwa yang dimaksud pasar bersangkutan berdasarkan Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah pasar yang berkaitan dengan jangkauan atau daerah pemasaran tertentu oleh pelaku usaha atas barang dan atau jasa yang sama atau sejenis atau substitusi dari barang dan atau jasa tersebut. Berdasarkan definisi pasar bersangkutan sebagaimana diuraikan di atas, maka pelaku usaha tertentu adalah pelaku usaha kecil dan warung-warung kecil (yang terkena efek atas pendirian Toko Swalayan Indomaret di wilayah Jabotabek) pada pasar bersangkutan.

2) Praktek Diskriminasi

Maksud praktek diskriminasi adalah tindakan, sikap, dan perlakuan yang berbeda terhadap pelaku usaha untuk mendapatkan kesempatan yang sama. Dengan demikian praktek diskriminasi tidak selalu berarti tindakan, sikap, dan perlakuan yang berbeda, tetapi juga berupa

tindakan, sikap, dan perlakuan yang seharusnya.⁷² Indomaret memiliki gerai toko yang dekat dengan pedagang kecil, baik disekitar perumahan/pemukiman warga, berdiri di dekat pasar tradisional dan terus mendirikan toko-toko yang lain dengan tidak mengindahkan kepentingan umum telah menimbulkan keresahan sosial sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Maksud keresahan sosial yaitu persaingan yang terjadi antara pelaku usaha besar dengan pelaku usaha kecil yang menimbulkan gangguan keseimbangan yang berpotensi menurunkan kesejahteraan pelaku usaha kecil. Disamping itu berkaitan dengan perizinan usaha, lokasi usaha, jam pelayanan, dan tata ruang yang berasaskan kepentingan terpadu guna mewujudkan keseimbangan kepentingan. Hal ini mencerminkan tindakan, sikap, dan perlakuan yang berbeda, sekaligus bertentangan dengan tindakan, sikap, dan perlakuan yang seharusnya.

d. Dampak dan Indikasi Adanya Kegiatan Praktek Diskriminasi

Untuk mengetahui adanya dampak yang ditimbulkan terdapat variable yang dapat dijadikan ukuran meliputi, namun tidak terbatas:

- 1) Ada pelaku usaha pesaing yang tersingkir dari pasar bersangkutan :

⁷² Pengertian praktek diskriminasi berdasarkan Putusan KPPU Perkara Nomor 07/KPPU-L/2004 tentang Perkara Divestasi *Very Large Crude Carrier (VLCC)* yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap, hal.65

Para pedagang kecil mati kegiatan warungnya akibat perilaku Indomaret (hasil investigasi tim survei)⁷³

- 2) Ada pelaku usaha pesaing yang tereduksi perannya (mendapat proporsi makin kecil) di pasar bersangkutan:

Bahwa omset penjualan warung-warung berkurang (investigasi tim survei)⁷⁴

- 3) Ada satu (sekelompok) pelaku usaha yang dapat memaksakan kehendak di pasar bersangkutan:

Nihil (tidak ada)

- 4) Terciptanya berbagai hambatan persaingan (misalnya hambatan masuk atau ekspansi) di pasar bersangkutan:

Nihil(tidak ada)

- 5) Berkurangnya persaingan usaha yang sehat di pasar bersangkutan:

Banyak usaha kecil yang tutup atau tidak berjualan lagi karena kalah bersaing dalam harga dan pelayanan dengan Toko Swalayan Indomaret. (hasil investigasi tim survei)⁷⁵

- 6) Dapat menimbulkan terjadinya praktek monopoli:

Gerai Toko Swalayan Indomaret yang berdiri dekat dengan pedagang kecil, baik disekitar perumahan/pemukiman warga, berdiri di dekat pasar tradisional dan terus mendirikan toko-toko yang lain dengan

⁷³ Penjelasan tentang duduk perkara nomor 03/KPPU-L-I/2000, hal.3 hukum perkara nomor 03/KPPU-L-I/2000, hal.

⁷⁴ *Ibid*

⁷⁵ *Ibid*

tidak mengindahkan kepentingan umum telah menimbulkan keresahan sosial. (investigasi majelis)⁷⁶

7) Berkurangnya pilihan konsumen:

Nihil

2. Indikasi Praktek Diskriminasi

Indikasi pelanggaran diskriminasi sebagaimana diatur dalam pasal 19 huruf d, diantaranya meliputi :

a. Ada perbedaan perlakuan terhadap pelaku usaha tertentu di pasar yang Bersangkutan.

Menurut data yang diambil dari putusan, menunjukkan bahwa toko Swalayan Indomaret memperoleh harga grosir (*Wholeseller Buying Price*) dari distributor PT. Indomarco Adi Prima, melayani khusus produk-produk Indofood, PT. Indomarco Adi Prima merupakan distributor tunggal khusus produk Supermi untuk seluruh wilayah Indonesia.

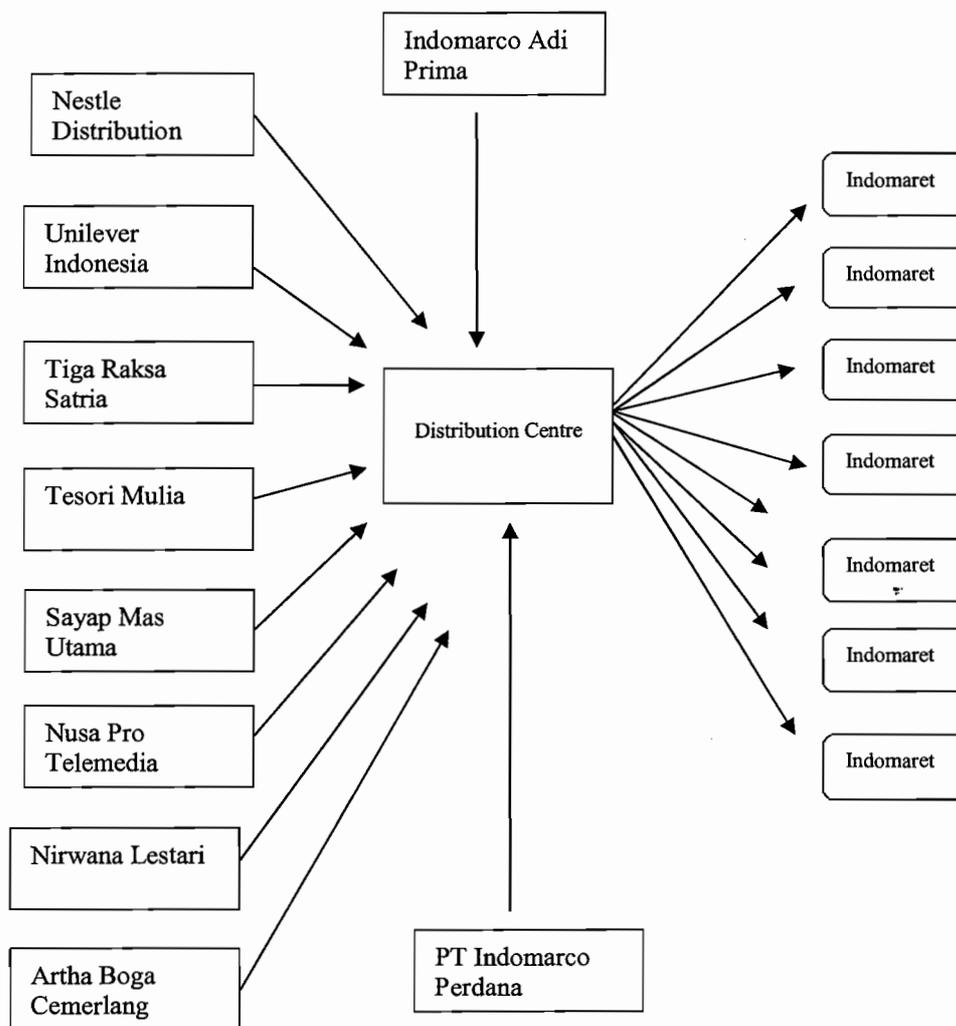
Sumber lain menunjukkan bahwa terdapat pemasok-pemasok lain yang masuk dalam kategori pemasok besar menyalurkan produknya kepada Indomaret yang selanjutnya atas pasokan dalam skala besar tersebut disimpan di *distribution center*.⁷⁷ Pusat distribusi yang berjumlah 15 merupakan sentral pengadaan produk untuk lebih dari 5.000 gerai Indomaret. Pusat Distribusi Indomaret tersebut berada di Jakarta, Sentul Bogor, Tangerang, Bekasi, Parung Bogor, Bandung, Cirebon, Semarang,

⁷⁶ *Ibid.hal.7*

⁷⁷ Artikel publikasi umum Indomaret, "Proses Penyimpanan Pasokan Indomaret", http://indomaret.com/layanan_informasi_indomaret/10april2010

Yogyakarta, Surabaya, Jember, Malang, Lampung, Palembang dan Medan. Pusat distribusi tersebut yang berkewajiban mendistribusikan barang-barang ke seluruh Toko Swalayan Indomaret. Motif perbedaan perlakuan dianggap tidak merupakan bentuk praktek diskriminasi selama tidak melanggar prinsip-prinsip persaingan usaha yang sehat, seperti untuk pengembangan pengusaha lokal, pengembangan UKM dan bentuk diskriminasi positif lainnya.

Dalam hal ini, motif perbedaan perlakuan tersebut secara legal, ekonomi dan teknis tidak ditemukan masalah. Namun dari sisi sosial, Pusat Distribusi Indomaret berada di Jakarta, Sentul Bogor, Tangerang, Bekasi, Parung Bogor, Bandung, Cirebon, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Jember, Malang, Lampung, Palembang dan Medan dalam rangka pengadaan barang yang di peroleh melalui harga grosir (*Wholeseller Buying Price*) dapat menimbulkan keresahan sosial akibat dari melemahnya daya saing pedagang tradisional dimana toko swalayan Indomaret membuka gerainya. Hal tersebut juga merupakan bagian dari penguasaan dimana atas perolehan harga grosir tersebut, Indomaret dapat mempengaruhi pembentukan harga. Sebagai gambaran saluran distribusi antara pemasok dan retail Indomaret di Indonesia.



Sumber: kamar dagang Indonesia

Jalur distribusi yang diterapkan oleh Indomaret yang memiliki lebih dari 400 produsen/*suppliers*/distributor/ pemasok besar dan kecil, dan dalam pengadaan barang-barang, adalah menerapkan 2 sistem, yakni langsung dengan pabrik-pabrik besar yang sifatnya nasional, yakni pabrik-pabrik yang mensuplai Indomaret, perbedaannya khusus pemasok skala besar, mensuplai produknya ke pusat distribusi (*Distribution Centre*), yang selanjutnya di salurkan ke semua toko Indomaret. Sedangkan sistem kedua, adalah tidak

langsung pemasok kecil(pabrik-pabrik kecil atau pabrik baru) mensuplai langsung ke toko Indomaret yang dituju.⁷⁸

Hubungan perbedaan perlakuan antara Indomaret atas perolehan harga grosirnya dalam pengadaan barang terhadap pelaku usaha lain dalam hal ini adalah pedagang kecil kaitannya dengan pengaruh pembentukan harga dapat di jelaskan melalui hukum permintaan dalam bidang ekonomi mikro yang mana apabila harga naik, dan faktor-faktor lain dianggap tidak berubah maka pembeli cenderung membeli lebih sedikit barang tersebut. Sebaliknya apabila harga suatu barang turun, maka pembeli cenderung membeli barang tersebut lebih banyak.

Hal ini dapat menjelaskan perilaku konsumen kelak bahwa atas perilaku Indomaret dalam melakukan ekspansi tidak memperhatikan pelaku usaha lain di pasar bersangkutan yang skala usahanya berbeda(lebih kecil dari segala aspek, modal, penguasaan manajemen, ceruk pasar/pembeli maupun cash flownya) menimbulkan kesenjangan dalam jumlah konsumen, antara toko modern dengan pasar tradisional.

Faktor Indomaret dalam mempengaruhi pembentukan harga secara tidak langsung mempengaruhi permintaan terhadap suatu barang. Ada dua alasan mengapa hal tersebut dapat terjadi. Pertama, saat barang A yang dijual oleh pasar tradisional lebih tinggi dari harga yang ditawarkan oleh Indomaret untuk barang yang sama, maka secara psikologis dan perhitungan ekonomi

⁷⁸ Artikel Ekonomi/kamar dagang Indonesia, "Daftar 10 Perusahaan besar pemasok ritel modern Indonesia". <http://beritakamardagangIndonesia/17juni2003>

pembeli dikemudian hari akan berpindah kepada harga yang lebih murah. Pengaruh selish harga tersebut dapat di jelaskan secara ekonomi.

Sebagai contoh, apabila harga daging Rp.15.000,-/kg, si sri akan membeli 2000 kg setiap tahunnya, tetapi setelah harga daging naik hingga Rp.25.000,-/kg, maka si sri hanya akan membeli sebanyak 1000kg setiap tahunnya. Dari cerita tersebut dapat digambarkan dengan sebagai berikut.⁷⁹

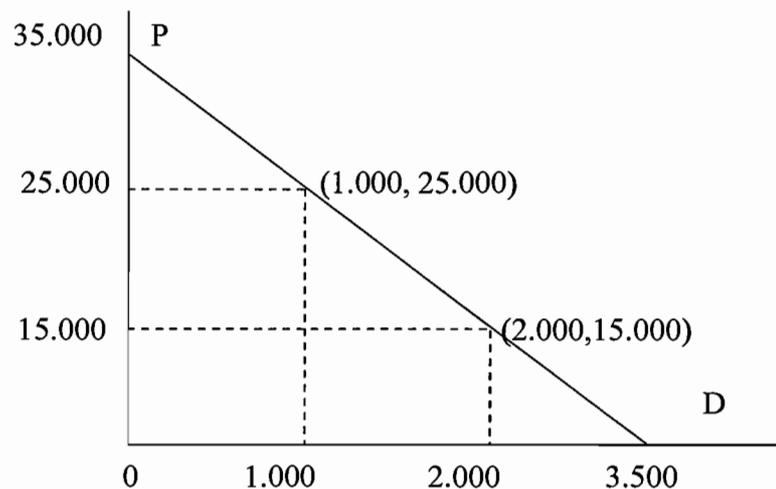
Notasi	Harga per kg (Rp) sebagai P	Jumlah diminta (kg) sebagai Q	Notasi
P1	15.000	2000	Q1
P2	25.000	1000	Q2

Berdasarkan penjelasan diatas, diasumsikan hubungan antara harga dan jumlah yang diminta adalah linier (garis lurus), maka fungsi permintaan tersebut adalah:

$$\begin{aligned} \frac{P-P1}{Q-Q1} &= \frac{P2-P1}{Q2-Q1} \\ \frac{P-15.000}{Q-2.000} &= \frac{25.000-15.000}{1.000-2.000} \\ \frac{P-15.000}{Q-2.000} &= \frac{10.000}{-1.000} \\ -1(P-15.000) &= 10(Q-2.000) \\ -P+ 15.000 &= 10 Q- 20.000 \\ 10 Q &= 35.000-P \\ Q &= 3500-0.1P \end{aligned}$$

⁷⁹ Suryani. *Ekonomi mikro pengantar*, Bagian penerbitan STIE YKPN. Yogyakarta, 2008, hlm.77

Atas penjelasan diatas, didapati kurva sebagai berikut:



Kurva diatas memiliki kemiringan, koefisien arah, atau slope negative. Perbedaan harga atas suatu produk akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk. Keputusan yang berdasar atas harga, ditentukan oleh siapa yang dapat memberikan harga lebih rendah.

Atas produk-produk tersebut Indomaret mendapatkan selisih harga yang cukup signifikan akibat Indomaret memperoleh harga grosir dari beberapa pemasok yang memiliki produk kategori laris. Jika dikaji secara sosial, efek persaingan seperti dijelaskan diatas, lambat laun menimbulkan ketegangan sosial antara pengusaha kecil dengan pengusaha besar yang jika tidak diatasi oleh pemerintah melalui regulasi dan pembatasan jumlah toko modern(seluruh merek dagang) dalam pasar bersangkutan(yang termasuk kategori padat) melalui pengetatan izin pendirian oleh pihak yang berwenang maka didalam pasar bersangkutan (Jakarta, Bogor, Tangerang dan Bekasi) dimungkinkan timbul gangguan keamanan massal.

- b. Dampak dari perbedaan perlakuan tersebut, menyebabkan persaingan usaha yang tidak sehat.

Dari segi perizinan, Gerai Toko Swalayan Indomaret yang berdiri dekat dengan pedagang kecil, baik disekitar perumahan/pemukiman warga, berdiri di dekat pasar tradisional dan terus mendirikan toko-toko yang lain dengan tidak mengindahkan kepentingan umum telah menimbulkan keresahan sosial. Untuk selanjutnya dalam segi harga, Toko Swalayan Indomaret mendapatkan selisih harga yang cukup signifikan akibat Indomaret memperoleh harga grosir dari beberapa pemasok yang memiliki produk kategori laris.

3. Pemenuhan Unsur-unsur

Tentang Pemenuhan Unsur Pasal 19 huruf d Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999

a. Unsur Pelaku Usaha

Menimbang bahwa Pasal 19 huruf d Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 yakni Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat berupa melakukan praktek diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu.

Dalam rangka membuktikan terjadi atau tidak terjadinya pelanggaran Pasal 19 huruf d Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999, maka yang dimaksud pelaku usaha dalam Pasal 1 angka 5 Undang-undang Nomor 5

Tahun 1999 adalah orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi. Bahwa yang di maksud pelaku usaha dalam perkara ini adalah PT. Indomarco Prismatama adalah pemilik dan pemegang merek Indomaret sebagai Badan Hukum Indonesia, didirikan pada tanggal 21 Novermber 1998 sebagaimana disahkan di hadapan Notaris Benny Kristianti S.H dengan akte Notaris Nomor 207 yang beberapa kali telah diubah terakhir dengan akte Notaris Nomor 47 pada tanggal 27 April 2001.⁸⁰

b. Unsur pelaku usaha lain

Pelaku usaha lain adalah pelaku usaha yang melakukan satu atau beberapa kegiatan secara bersama-sama pada pasar bersangkutan. Pelaku usaha lain menurut penjelasan Pasal 17 ayat 2 huruf b Undang-undang Nomor 5 tahun 1999 adalah pelaku usaha yang mempunyai kemampuan bersaing yang signifikan dalam pasar bersangkutan. Dalam hal ini yang dimaksud dengan Pelaku usaha lain adalah pelaku usaha selain Indomaret yang membuka usaha eceran di dalam pasar bersangkutan. Mengacu kepada pengertian umum, maka yang termasuk pelaku usaha lain seperti alfamart,

⁸⁰ Penjelasan tentang hukum perkara nomor 03/KPPU-L-I/2000,hal. 10

Circle K dan pelaku usaha pasar tradisional dan pengusaha kecil (warung-warung kelontong).

c. Unsur melakukan baik sendiri maupun bersama.

Memiliki pengertian, pertama kegiatan yang dilakukan sendiri adalah kegiatan pelaku usaha merupakan keputusan dan perbuatan independen tanpa bekerjasama dengan pelaku usaha yang lain. Kedua kegiatan yang dilakukan secara bersama-sama merupakan kegiatan yang dilakukan oleh beberapa pelaku usaha dalam pasar bersangkutan yang sama dimana pelaku usaha mempunyai hubungan dalam kegiatan usaha yang sama. Bahwa dalam hal ini Indomarco Prismatama dalam melakukan kegiatan Indomaret secara sendiri, meskipun memiliki jaringan dalam pasokan, namun hal itu bukanlah keadaan yang secara langsung merugikan pelaku usaha lain sejenis. Bentuk bekerjasama dengan pelaku usaha lain semata-mata merupakan aktivitas ekonomi yang normal dilakukan pelaku usaha. Indomaret dalam hal mendapatkan pasokan produk-produk bekerjasama dengan pihak lain. Indomarco Adi Prima sebagai agen tunggal khusus produk Supermi memperlakukan Indomaret sebagai Wholeseller. Berkerjasama dengan PT Indomarco Perdana sebagai pemasok produk gula. Meskipun bentuk kegiatan yang dilakukan tersebut menyebabkan terbentuknya kekuatan pasar usaha ritel Indomaret, akan tetapi bukan menjadi sebuah pelanggaran atas pesaing dalam pasar bersangkutan.

d. Unsur melakukan satu atau beberapa kegiatan

Bahwa yang dimaksud unsur melakukan satu atau beberapa kegiatan adalah perilaku yang ditujukan untuk menyingkirkan pelaku usaha pesaing (diskriminasi horizontal).⁸¹ Penulis melihat, usaha ritel yang dilaksanakan Indomaret murni berorientasi kepada perolehan keuntungan maksimal. Dalam lingkup ekonomi, pencapaian akan keuntungan adalah kewajiban yang ditetapkan perusahaan atas aktivitas bisnis yang dijalankannya. Atas asumsi yang didasarkan pada lingkup ilmu ekonomi, tindakan yang dilakukan Indomaret secara langsung tidak bertujuan menyingkirkan pelaku usaha lain sejenis. Meski pun dalam lingkup ilmu ekonomi hal itu adalah hal yang wajar, namun dalam lingkup hukum yang mengacu kepada prinsip kemanfaatan, kepastian dan keadilan maka perilaku Indomaret yang mengabaikan unsur kepentingan secara terpadu guna mewujudkan keseimbangan kepentingan.

- e. Unsur Terjadinya Praktek Monopoli dan/atau Persaingan usaha tidak sehat
- Berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, Praktek Monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.

Dalam kenyataan, Indomaret melakukan usahanya melalui proses ekonomi secara professional. Atas proses tersebut, Indomaret dalam memajukan usahanya menggunakan sistem waralaba dan dalam proses

⁸¹ Pedoman Pasal 19 huruf d Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 ,hal.15

waralaba itu Indomaret mengalami peningkatan signifikan dalam jumlah outlet penjualan. Namun, dari sisi peningkatan itu bukanlah faktor yang dapat dijadikan dasar adanya tindak monopoli. Akan tetapi perilaku yang dilakukan dalam mengembangkan jumlah toko penjualan Indomaret mengabaikan kepentingan umum dan atas tindakan itu berpotensi menimbulkan selain diskriminasi sekaligus monopoli karena akibat sistem waralaba yang tidak dikendalikan dengan ketat maka timbul pemusatan kekuatan ekonomi satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa. Hal ini dapat menjadi salah satu dasar.

Berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.

Data yang terangkum untuk mengetahui bahwa Indomaret melanggar Pasal 19 huruf d, ternyata tidak memenuhi unsur persaingan usaha tidak sehat.

f. Unsur Melakukan Praktek Diskriminasi

Bahwa praktek diskriminasi merupakan tindakan atau perlakuan dalam berbagai bentuk yang berbeda yang dilakukan oleh satu pelaku usaha terhadap pelaku usaha tertentu.

Didalam Pedoman Pasal 19 huruf d praktek diskriminasi terdiri dari 2 bentuk yaitu diskriminasi horizontal (yakni mempunyai pengaruh di pasar pelaku praktek diskriminasi) dan diskriminasi vertikal (di pasar korban praktek diskriminasi).

Dalam diskriminasi di level horizontal (yakni pengaruh di pasar pelaku praktek diskriminasi) ditemukan dampak atas praktek di antara Pengusaha Indomaret dan Pengusaha Kecil. Dalam hal ini, dampak diskriminasi yang dilakukan Toko Swalayan Indomaret telah merugikan pelaku usaha lain.

Penulis melihat, terdapat perbedaan harga jual antara Toko Swalayan Indomaret dengan Toko eceran lain. Penulis beranggapan dengan perbedaan harga tersebut, Toko Swalayan Indomaret mendapatkan keuntungan yakni ikut mempengaruhi pembentukan harga. Dalam hal ini, keuntungan atas pengaruh harga tergolong kegiatan pengusahaan pasar.

Perbedaan atas harga tersebut dapat dikategorikan sebagai praktek diskriminasi.

4. Ancaman Sanksi terhadap Pelanggaran Pasal 19 huruf d Undang-Undang Nomor 5 tentang Larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 diatur 3 (tiga) macam sanksi terhadap pelaku usaha yang melanggar Undang-Undang ini, yakni sanksi administratif, sanksi pidana pokok, dan sanksi pidana tambahan. Masing-masing ketentuan sanksi tersebut diatur dalam Pasal 47 tentang Sanksi Administratif, Pasal 48 tentang Pidana Pokok, dan Pasal 49 tentang Pidana

Tambahan. Sanksi administratif yang dijatuhkan oleh KPPU dapat berupa perintah kepada pelaku usaha untuk menghentikan kegiatan yang terbukti menimbulkan praktek monopoli dan atau menyebabkan persaingan usaha tidak sehat dan atau merugikan masyarakat dan atau 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).⁸²

Sanksi pidana pokok dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dibagi atas 3 (tiga) macam sanksi yang juga membedakan ringan atau beratnya sanksi terhadap tindak pidana tersebut, yakni pidana denda minimal 25 (dua puluh lima) miliar dan maksimal 100 (seratus) miliar rupiah atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 6 (enam) bulan, pidana denda minimal 5 (lima) miliar rupiah dan maksimal 25 (dua puluh lima) miliar rupiah atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 5 (bulan), dan pidana denda minimal 1 (satu) miliar rupiah dan maksimal 5 (lima) miliar rupiah atau pidana kurungan pengganti denda selama-lamanya 3 (tiga) bulan.⁸³

Dalam Pasal 49 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 disebutkan, bahwa terhadap pidana yang diatur dalam Pasal 48 dapat dijatuhkan pidana tambahan berupa pencabutan izin usaha, larangan menduduki jabatan direksi atau komisaris sekurang-kurangnya 2 (dua) tahun dan selama-lamanya 5 (lima) tahun bagi pelaku usaha yang telah terbukti melanggar Undang-Undang ini, penghentian kegiatan atau tindakan tertentu yang menyebabkan

⁸² Lihat Pasal 47 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

⁸³ Lihat Pasal 48 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

timbulnya kerugian pada pihak lain.⁸⁴ Namun, dalam pelaksanaannya perlu ada koordinasi yang efektif dengan pihak lain, terutama Departemen Perindustrian dan Perdagangan (Deperindag) yang berhubungan dengan perizinan bidang usaha, dan Departemen hukum yang memberi perizinan dan/atau pengesahan suatu badan hukum yang akan berdiri atau mengalami perubahan. Karena tanpa koordinasi yang efektif, maka upaya penegakan hukum yang dilakukan KPPU akan sangat sulit.⁸⁵ Memperhatikan tugas dan wewenang KPPU, yang dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 diatur dalam Pasal 35 dan Pasal 36, maka KPPU hanya dapat menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap Undang-Undang ini. KPPU dapat menjatuhkan sanksi administratif secara kumulatif maupun alternatif. Sedangkan untuk menerapkan sanksi pidana tetap menjadi wewenang pejabat penegak hukum umum, yakni kepolisian sebagai penyidik, jaksa sebagai penuntut, dan hakim untuk mengadilinya.⁸⁶

Berdasarkan ketentuan sanksi dalam Pasal-Pasal tersebut di atas, apabila Indomaret dalam ekspansi usahanya bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, melalui keputusan KPPU dapat menimbulkan akibat hukum sebagai berikut:

⁸⁴ Lihat Pasal 49 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

⁸⁵ Lihat Insan Budi Maulana, *Catatan Singkat Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm. 59.

⁸⁶ Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia)*, cet ke-1, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2010, hlm. 279.

1. Memerintahkan kepada pelaku usaha untuk menghentikan kegiatan yang terbukti menimbulkan praktek monopoli dan atau menyebabkan persaingan usaha tidak sehat dan atau merugikan masyarakat dan atau
2. 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).⁸⁷

B. Pengaturan Bisnis Retail Sesuai Dengan Hukum Persaingan Usaha.

Strategi bisnis dengan melakukan ekspansi dapat menjadi anti persaingan apabila tidak ada kontrol dari otoritas persaingan usaha. Keberadaan strategi bisnis tersebut dalam dunia usaha seharusnya membawa pengaruh yang cukup positif bagi perusahaan yang gagal dari segi operasional. Namun, pada praktiknya strategi bisnis tersebut banyak disalahgunakan oleh pelaku usaha yang bermaksud untuk mengekspansi pasarnya.⁸⁸

Dalam konsep persaingan, hukum persaingan usaha adalah hukum yang mengatur tentang interaksi perusahaan atau pelaku usaha di pasar, sementara tingkah laku perusahaan ketika berinteraksi dilandasi atas motif-motif ekonomi. Oleh karena itu, untuk mengetahui bagaimana pengaturan bisnis retail yang sesuai dengan hukum persaingan, diperlukan pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi untuk mendapatkan alur pengaturan yang sesuai dengan kebutuhan dan dinamika bisnis retail.⁸⁹

⁸⁷ Lihat Pasal 47 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

⁸⁸ Andi Fahmi Lubis, *Hukum Persaingan Usaha: Antara Teks dan Konteks*, Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH, tt, 2009, hlm. 215.

⁸⁹ *Ibid*, hal.67

Di dalam kehidupan ekonomi, sebuah usaha maupun bisnis dapat berjalan dan dapat mencapai tujuan utamanya, apabila variable dari bisnis dapat terpenuhi. Konsep dasar di dalam ekonomi berkaitan erat dengan rasionalitas. Munculnya perilaku-perilaku baik oleh penyedia barang atau jasa maupun konsumen, didorong akan rasio.

Konsep yang mendasari keadaan pasar mendekati ideal ialah dengan adanya efisiensi. Efisiensi tersebut mengacu kepada suatu kondisi dimana pengalokasian sumber daya telah sesuai dengan peruntukannya yang diindikasikan oleh kondisi ketika tingkat harga (*Price*) sama dengan biaya marjinal secara ekonomi (*Marginal Cost*) yang disebut sebagai efisiensi alokatif. Sementara acuannya adalah suatu kondisi dimana perusahaan memproduksi barang dan jasa dengan biaya yang paling rendah atau tingkat produksi yang paling efisien, yang diindikasikan oleh kondisi dimana tingkat produksi berada pada tingkat biaya rata-rata per unit (*Average Cost*) yang paling rendah, lazim disebut sebagai efisiensi produktif.⁹⁰

Berhubungan dengan bisnis retail, sebelumnya perlu posisi struktur pasar retail pada jenis minimarket saat ini. Terdapat beberapa struktur pasar, dimana dapat dikenali yang pertama Pasar Persaingan Sempurna memiliki karakteristik banyak penjual dan pembeli, yang mana jumlah perusahaan yang sangat banyak mengandung makna bahwa pelaku usaha yang berada didalamnya efisien, baik jangka pendek maupun dalam jangka panjang. Barang yang ada bersifat homogen.

⁹⁰ Suryani.*loc.cit*,hlm.56

Perusahaan menjual produknya dengan berpatokan pada harga yang ditetapkan pasar. Dalam dunia nyata tidak ada bentuk pasar berstruktur pasar persaingan sempurna, dimana perusahaan-perusahaan kecil yang menghasilkan barang homogen dan memenuhi semua karakteristik sebagaimana diuraikan diatas. Kedua, Suatu industri dikatakan berstruktur monopoli (monopoly) bila hanya ada satu produsen atau penjual (*single firm*) tanpa pesaing langsung atau tidak langsung, baik nyata maupun potensial. Hal ini disebabkan karena keunggulan seperti perusahaan memiliki kemampuan dan atau pengetahuan khusus yang memungkinkan berproduksi secara efisien.

Perusahaan memiliki kemampuan kontrol sumber faktor produksi, baik berupa sumber daya alam, sumber daya manusia maupun lokasi produksi. Ketiga, Pasar Persaingan Monopolistik, persaingan monopolistik memiliki kedekatan karakteristik dengan pasar persaingan sempurna. Perbedaan utamanya adalah jenis produk yang dihasilkan dengan karakter ditandai oleh jumlah perusahaan yang banyak . Produknya terdiferensiasi memiliki makna dan memiliki perbedaan karakteristik dengan produk sejenis lain. Perbedaan karakteristik ini mengakibatkan mulai munculnya preferensi konsumen terhadap produk tertentu relatif terhadap produk yang lain. Mudah masuk ke dalam pasar tanpa harus mengeluarkan biaya (*no entry cost*).⁹¹

Penulis berpendapat bahwa bisnis ritel di Indonesia mendekati pasar persaingan sempurna. Karakter yang terdapat dalam bisnis ritel antara lain adalah banyak penjual dan pembeli, bebas untuk masuk dan keluar, konsumen memiliki

⁹¹ *Ibid*

pengetahuan atas kebutuhannya, karakter selanjutnya dalam struktur pasar persaingan sempurna ritel ialah barang sama.

Dalam menilai bisnis ritel modern, dalam hal ini adalah jenis ritel berupa minimarket. Terdapat model untuk menganalisa yakni kerangka structure-conduct-performance (SCP) yang dibangun oleh Edward S. Mason dari Universitas Harvard.⁹²

Dari sisi structure, indikator sistem persaingan yaitu yang pertama *Number and Size Distribution of Sellers and Buyers* (Dalam pasar persaingan, terdapat banyak penjual dan pembeli yang masing-masing tidak dapat mempengaruhi harga). Kedua, *Product Differentiation* (Semakin berbeda barang tersebut, semakin kecil kemungkinan substitusi dengan barang lain). Ketiga, *Entry Conditions* (menentukan potensi persaingan antara perusahaan yang telah ada dan perusahaan yang akan masuk ke dalam industri).

Di sisi *Conduct*, indikator yang digunakan adalah ada tidaknya kerja sama (*collusion*) dan strategi yang dilakukan oleh pelaku ekonomi, serta adanya advertising atau Research and Development (R&D). Dari sisi Performance, dapat melihat berjalannya sistem persaingan dari profitabilitasnya, dan efisiensi. Untuk memahami pola persaingan dan tingkat intensitasnya antara retail modern dengan retail tradisional, perlu diketahui perbedaan karakteristik antara kedua jenis retail tersebut.⁹³

⁹² *Industrial Market Structure and Economic Performance*, F.M. Scherer, Boston: Houghton Mifflin, 1980, p.4.

⁹³ AC Nielsen "Perbedaan karakteristik pasar modern dengan pasar tradisional", <http://www.sinarharapan.co.id/ekonomi/promarketing/2004/0622/prom1.html>. 9 desember 2010

No	Aspek	Pasar Tradisional	Pasar Modern
1	Historis	Atas proses evolusi panjang	Fenomena baru
2	Fisik	Sebagian Kurang baik, sebagian baik	Baik dan mewah
3	Pemilikan	Milik masyarakat/desa, pemda	Perorangan/swasta
4	Modal	Lemah/subsidi/swadaya masyarakat/Inpres	Kuat/digerakan swasta
5	Konsumen	Menengah kebawah	Menengah keatas
6	Metode	Dilayani dan tawar-menawar	Swalayan dan pasti
7	Status tanah	Milik Negara	Milik swasta/perorangan
8	Pembiayaan	Subsidi	Tidak ada subsidi
9	Pembangunan	Dilakukan oleh Pemda/Desa/Masyarakat	Oleh swasta
10	Pedagang masuk	Beragam, massal dari Sektor informal, pedagang Menengah dan besar	Pemilik modal juga pedagang tunggal atau pedagang skala menengah dan besar
11	Peluang partisipasi	Bersifat massal (pedagang Kecil, Menengah dan besar)	Terbatas, pedagang tunggal, menengah atas
12	Jaringan	Pasar regional, kota, kawasan	Sistem rantai korporasi nasional atau terkait dengan modal asing.

Meski terdapat beberapa perbedaan, tidak menutup kemungkinan akan terjadinya persaingan di antara keduanya. Persaingan ini terjadi ketika masyarakat memilih satu diantara keduanya sebagai tempat mereka berbelanja. Penentuan pilihan itu dipengaruhi oleh beberapa aspek, seperti peningkatan pendapatan rata-rata masyarakat per kapita, terutama fisik, modal dan kelompok konsumen.⁹⁴

Semakin tinggi pendapatan rata-rata masyarakat per kapita semakin besar kelompok konsumen menengah ke atas dan pola konsumen juga dengan sendirinya akan berubah ke pasar modern yang fisiknya jauh lebih baik

⁹⁴ Artikel Ekonomi, *loc.cit*, <http://duniaekonomi.com/artikel-ekonomi-pasar-tradisional-vs-pasar-modern/9> April 2009

dibandingkan pasar tradisional seperti kenyamanan, keamanan, kebersihan dan arena parkir yang luas dan untuk pengadaan fisik seperti memerlukan modal yang besar. Maka, secara hipotesa, pertumbuhan retail modern berkorelasi positif dengan peningkatan pendapatan rata-rata masyarakat.

Dengan kata lain, semakin tinggi pendapatan masyarakat, semakin pesat pertumbuhan retail modern. Sebaliknya, pertumbuhan retail tradisional berkorelasi negatif dengan pendapatan atau berkorelasi positif dengan kemiskinan.⁹⁵ Yaitu, semakin besar populasi di bawah garis kemiskinan semakin banyak pasar-pasar tradisional. Sebagai contoh, dilihat melalui deret waktu selama 20 tahun kebelakang ini menunjukkan bahwa pendapatan masyarakat DKI rata-rata per kapita meningkat tajam, namun ketimpangan juga semakin besar. Dalam kata lain, retail modern akan terus tumbuh sedangkan retail tradisional untuk jangka waktu ke depan akan tetap bertahan karena ada konsumennya. Salah satu indikator dari peningkatan ini adalah pesatnya pertumbuhan penjualan mobil pribadi dan pembangunan perumahan mewah.⁹⁶

Hubungan erat antara pertumbuhann retail modern, peningkatan pendapatan dan perubahan pola konsumsi masyarakat dikuatkan oleh opini tentang persaingan antara retail moderen dan retail tradisional di Indonesia yang belakangan ini sangat pesat tidak lepas dari kenyataan bahwa minat konsumen berbelanja ke retail moderen, seperti *minimarket* atau *hipermarket* semakin tinggi,

⁹⁵ Esmara, Hendra, *Teori Ekonomi dan Kebijakanaksanaan Pembangunan*, Gramedia, Jakarta, 1987, hlm.40.

⁹⁶ CESS (1998), "Dampak Krisis Ekonomi dan Liberalisasi Perdagangan terhadap Strategi dan Arah Pengembangan Pedagang Eceran Kecil-Menengah di Indonesia", November, TAF dan USAID, Jakarta.

khususnya di Jakarta.⁹⁷ Hal ini sesuai dengan perubahan pola belanja masyarakat modern, yakni pergi berbelanja bersama keluarga ke gerai *one stop shopping* yang lengkap dan serba ada. Pola belanja masyarakat moderen yang menginginkan kenyamanan, kebersihan dan efisien dalam berbelanja menyebabkan pasar tradisional semakin ditinggalkan konsumen. Salah satu bentuk persaingan antara retail moderen dan retail tradisional yang sering mendapatkan perhatian banyak orang adalah persaingan dalam harga.

Permasalahan utamanya adalah bahwa retail modern terutama skala besar sering menjual produknya dengan harga jauh lebih rendah daripada harga jual dari produk yang sama di pasar tradisional. Dalam bisnis eceran, tidak ada produsen yang menjual barangnya dibawah harga normal. Produsen biasanya menetapkan harga eceran tertinggi (HET) suatu barang bagi pengecer yang besarnya untuk produk makanan sekitar 4%-7% dari harga pokok.⁹⁸

Pemberlakuan HET tersebut untuk melindungi produk itu sendiri agar tetap diminati konsumen dengan harga yang terjangkau.⁹⁹ Sedangkan untuk harga terendah, pemasok tidak menentukan besarnya dan tergantung kepada masing-masing pengecer. Hal ini karena pengecer diizinkan melakukan potongan harga dengan alasan produk itu lambat penjualannya, daya tahan atau kadaluarsa yang mau habis atau produk tersebut bungkusnya rusak namun tetap bisa dikonsumsi, seperti kaleng yang penyok.

⁹⁷ Abdullah, Nurudin (2003), "Persaingan ketat di bisnis retail", *Business Indonesia*, Arah Bisnis & Politik Pasca IMF, Sektor Riil, Oktober

⁹⁸ Artikel ekonomi, "Gabungan Produsen Makanan dan Minuman Indonesia (Gapmmi), Perhitungan harga eceran tertinggi. 2003", www.bisnis.com

⁹⁹ *Ibid*

Apabila ada eceran yang melakukan potongan harga besar-besaran karena mau tutup, biasanya produsen membeli kembali produk itu agar tidak merusak harga. Harga pemasok antara satu retail dengan lainnya biasa berbeda, tergantung dari besarnya volume pengambilan dan cepatnya pembayaran. Pada prinsipnya produsen tidak dirugikan dengan adanya penjualan di bawah harga pemasok.¹⁰⁰ Menurut PT Tigaraksa Satria, distributor umumnya memberikan diskon kepada *minimarket*, *supermarket* dan *hypermarket* serta grosir sekitar 3% lebih murah dibandingkan dengan diskon yang diberikan kepada toko biasa. Distributor bisa memberikan diskon lebih besar jika pihak principal itu sedang melakukan promosi dagang untuk produk baru atau memberikan insentif berupa diskon kepada retail yang melakukan pembayaran lebih cepat yang besarnya sama dengan bunga bank, atau sedikit lebih tinggi. Selain itu, principal sering kali hanya mengambil margin sangat tipis, yaitu untuk suatu produk yang laris terjual dengan pertimbangan bahwa modal kerja mereka lebih murah.¹⁰¹

Perpindahan kebiasaan untuk berbelanja dari pasar tradisional ke pasar modern didukung oleh kondisi dari pasar tradisional sangat buruk karena jarang direnovasi dan disempurnakan secara berkala mengikuti zaman. Kebanyakan, pasar tradisional baru direnovasi jika terjadi kebakaran. Sehingga, banyak sekali pasar tradisional di Indonesia yang kualitasnya makin buruk. Ini merupakan penyebab utama banyaknya konsumen yang meninggalkan pasar tradisional pindah ke pasar retail moderen. Lain halnya dengan pasar swalayan modern, retail

¹⁰⁰Kotler, Philip dan A.B. Susanto (2001), *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Buku 2, Jakarta: Penerbit Salemba Empat dan Pearson Education Asia Pte.Ltd

¹⁰¹ *Ibid*

moderen punya aturan ketat. Melakukan renovasi 5-7 tahun sekali, untuk mengikuti perubahan zaman.¹⁰²

Survey memberikan gambaran tentang preferensi pembeli dalam memenuhi kebutuhannya memiliki pilihannya masing-masing. Berikut beberapa contoh kecenderungan konsumen berbelanja menurut jenis komoditi.¹⁰³

No	Jenis komoditi	Jenis pasar pilihan	Persentase% pilihan
1	Pakaian jadi	Modern	67,5
2	Keperluan rumah tangga	Modern	50,0
3	Kosmetik	Modern	62,5
4	Bahan pokok	Modern	42,5
5	Sayur-sayuran	Tradisional	92,5
6	Buah-buahan	Tradisional	70,0
7	Makanan & minuman	Modern	47,5
	Elektronik	Pertokoan	60,0

Adanya kecenderungan pergeseran pengeluaran uang para pembeli dari pasar tradisional ke pasar moderen. Terutama konsumen di Jakarta, Bandung dan Surabaya yang membelanjakan sebagian besar dari uangnya ke pasar swalayan, mengalami suatu peningkatan yang cukup besar dalam setahun yakni dari sekitar 35% pada tahun 2001 menjadi 48% pada tahun 2002.¹⁰⁴

Sebaliknya, persentase dari total konsumen ke pasar tradisional mengalami suatu penurunan dari 65% ke 52% dalam jangka waktu yang sama.¹⁰⁵ Khususnya di Jakarta minat konsumen berbelanja ke pasar swalayan meningkat cukup signifikan dari sekitar 31% pada tahun 2001 menjadi 48% pada tahun 2002,

¹⁰² Kurnia, Kafi (2000), "Kompetisi", 26 Februari, No.15/VI, <http://www.gatranews.net/VI/15/INT1-15.html>.

¹⁰³ *Ibid*

¹⁰⁴ CESS (1998), "Dampak Krisis Ekonomi dan Liberalisasi Perdagangan terhadap Strategi dan Arah Pengembangan Pedagang Eceran Kecil-Menengah di Indonesia", November, TAF dan USAID, Jakarta.

¹⁰⁵ *Ibid*

sedangkan yang ke pasar tradisional menurun dari 69% ke 52% selama periode yang sama.¹⁰⁶ Perubahan pola konsumsi masyarakat Indonesia, khususnya di kota-kota besar seperti Jakarta erat kaitannya dengan peningkatan pendapatan rata-rata masyarakat. Pergeseran selera konsumen di daerah juga didorong oleh perpindahan penduduk ataupun pemekaran kota-kota maupun daerah pemerintahan yang berarti juga pemerintah daerah harus menyediakan sarana belanja umum bagi masyarakatnya.

Pergeseran selera konsumen seperti di atas juga akan terjadi di masyarakat daerah sejalan dengan otonomi daerah. Selera konsumen di daerah yang biasanya hanya puas dengan harga dan kualitas pasar tradisional akan berubah ke pasar modern yang semata-mata untuk kelihatan trend.¹⁰⁷ Kemampuan bersaing para pedagang tradisional sesungguhnya unik. Para pedagang tradisional bertindak sesuai dengan filosofi "*small is beautiful*". Tentu, hal ini disebabkan oleh modal mereka yang pas-pasan, sehingga mereka hanya berdagang sesuai dengan kemampuan mereka, yakni dalam skala kecil. Banyak di antara mereka yang membeli barang dagangannya secara harian. Tetapi, dengan begitu, produk mereka jadi lebih segar, dan kualitasnya bisa menyamai pasar swalayan moderen. Karena skala yang kecil, pedagang tradisional juga dinamis, dan mobilitas mereka sangat tinggi.¹⁰⁸

¹⁰⁶ *Ibid*

¹⁰⁷ Wardhono, Adhitya (2001), "Peluang Bisnis Retail di Era Otonomi Daerah", Marburg, 23 September, <http://www.students.unimarburg.de/~Wardhono/Peluang%20;Bisnis%20Retail%20di%20Era%20Otonomi%20Daerah.htm>.

¹⁰⁸ Kurnia, Kafi (2000), "Kompetisi", 26 Februari, No.15/VI, <http://www.gatranews.net/VI/15/INT1-15.html>.

Khusus untuk toko swalayan Indomaret, terdapat data yang menunjukkan ekspansi signifikan. Berikut data berupa jumlah dan sebaran toko swalayan Indomaret diwilayah Jakarta dan sekitar Tangerang.¹⁰⁹

No	Cabang	Toko Indomaret	Waralaba Indomaret	Total
1	Jakarta 1	76	136	212
2	Jakarta 2	93	88	181
3	Tangerang	63	81	144

Dari jumlah toko dalam data tersebut, sebagian besar adalah dalam bentuk waralaba, yakni 342 unit, yang terdiri dari 3 bentuk, yakni badan hukum/usaha (181 unit), perorangan (149 unit), dan koperasi (12 unit). Rata-rata penjualan per hari diperkirakan sebesar 10 juta rupiah, atau per tahunnya hampir mencapai 2,5 triliun rupiah. Pangsa pasarnya diperkirakan sebesar 11%, atau sedikit di bawah Makro. Indomaret mini market cenderung berada dipinggiran kota dan dekat dengan pemukiman.¹¹⁰

Sebagaimana dicantumkan dalam Pasal 3, tujuan dibentuknya 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;
2. 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.

¹⁰⁹ Artikel Ekonomi/kamar dagang Indonesia, "Jumlah dan sebaran toko swalayan Indomaret diwilayah Jakarta dan sekitar Tangerang", <http://beritakamardagangIndonesia/3> maret 2010

¹¹⁰ *Ibid*

3. Mencegah praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha, dan
4. Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Atas dasar penjelasan pada bab sebelumnya, penulis menuangkan gagasan untuk mendiskripsikan bentuk pengaturan untuk bisnis retail/eceran di Indonesia. penulis fokus untuk merevisi atau memodifikasi isi regulasi yang ada dan menjadi pedoman dalam pengaturan bisnis retail di Indonesia, seperti Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat perbelanjaan dan Toko modern bersama dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat perbelanjaan dan Toko modern.

Harapannya adalah menemukan kekurangan/kelemahan dari regulasi tersebut sebagai bahan pembenahan demi mendapatkan sebuah peraturan yang mencerminkan asas demokrasi ekonomi sebagaimana di dalamnya mempunyai semangat keadilan, persaingan yang sehat dan kemajuan bersama dalam bidang retail di Indonesia.

Penilaian terhadap bentuk pengaturan dalam bidang ritel seyogyanya mengacu kepada prinsip-prinsip asas demokrasi ekonomi. Dasar tersebut akan berdampak kepada pemahaman yang berakar kepada kebutuhan pelaku usaha di bidang ritel. Inti dari kebutuhan yang dimaksud adalah keserasian, kebersesuaian yang mana regulasi X akan mengatur segala hal yang berkaitan dengan perjalanan bisnis ritel modern, kemudian regulasi Y akan mengatur segala hal yang berhubungan dengan perjalanan bisnis ritel tradisional. Maka dalam hal ini akan

dibutuhkan dua macam regulasi yang secara ideal akan mengatur kehidupan bisnis ritel di Indonesia. Penulis melihat dari dua sisi, pertama *Das sein* dan kedua, *Das sollen*.

Sisi pertama yaitu *das sein* kami mengemukakan hal-hal sebagai berikut. Penulis memaparkan *das sein* dalam tataran ideal menurut penilaian penulis.

Masalah Zonasi(penggunaan jalan)

a. Susunan Penataan Jalan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern

- 1) Jalan arteri adalah merupakan jalan umum yang berfungsi melayani angkutan utama dengan ciri perjalanan jarak jauh, kecepatan rata-rata tinggi, dan jumlah jalan masuk dibatasi secara berdaya guna.
- 2) Jalan kolektor adalah merupakan jalan umum yang berfungsi melayani angkutan pengumpul atau pembagi dengan ciri perjalanan jarak sedang, kecepatan rata-rata sedang, dan jumlah jalan masuk dibatasi.
- 3) Jalan lokal adalah merupakan jalan umum yang berfungsi melayani angkutan setempat dengan ciri perjalanan jarak dekat, kecepatan rata-rata rendah, dan jumlah jalan masuk tidak dibatasi.
- 4) Jalan lingkungan adalah merupakan jalan umum yang berfungsi melayani angkutan lingkungan dengan ciri perjalanan jarak dekat, dan kecepatan rata-rata rendah. Sistem jaringan jalan primer adalah merupakan sistem jaringan jalan dengan peranan pelayanan

distribusi barang dan jasa untuk pengembangan semua wilayah di tingkat nasional, dengan menghubungkan semua simpul jasa distribusi yang berwujud pusat-pusat kegiatan.

- 5) Sistem jaringan jalan sekunder adalah merupakan sistem jaringan jalan dengan peranan pelayanan distribusi barang dan jasa untuk masyarakat di dalam kawasan perkotaan.

Atas telaah diatas, kami mewacanakan untuk:

b. Lokasi Pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern

- 1) Minimarket : terbatas pada jalan lokal
- 2) Supermarket : terbatas pada jalur jalan kolektor
- 3) Departement store : terbatas pada jalur jalan kolektor
- 4) Perkulakan dan hypermarket : terbatas pada jalur jalan arteri

Langkah Ideal untuk melindungi ritel tradisional adalah dengan memperketat persyaratan, penulis mewacanakan gagasan berikut:

c. Pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern wajib

- 1) Memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan Pasar Tradisional dengan jarak minimal untuk berdampingan dengan minimarket adalah 3 KM dan tidak diizinkan pendirian toko modern dan atau pusat perbelanjaan lainnya berdampingan dengan pasar tradisional Usaha Kecil dan Usaha Menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan.
- 2) Lokasi untuk Pendirian Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah

Kabupaten/Kota dan Rencana Detail Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota, termasuk peraturan zonasinya. Kabupaten/Kota yang belum memiliki Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota dan Rencana Detail Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota tidak diperbolehkan memberi izin lokasi untuk pembangunan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern selain Pasar Tradisional.

- 3) Pendirian Pusat Perbelanjaan atau Toko Modern selain Pasar Tradisional harus memenuhi persyaratan ketentuan peraturan perundang-undangan dan harus melakukan analisa kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan Pasar Tradisional dan UMKM yang berada di wilayah bersangkutan.
- 4) Analisa kondisi sosial ekonomi masyarakat dan keberadaan Pasar Tradisional dan UMKM sebagaimana dimaksud meliputi Struktur penduduk menurut mata pencaharian dan pendidikan, Tingkat pendapatan ekonomi rumah tangga, Kepadatan penduduk, Pertumbuhan penduduk, Kemitraan dengan UMKM lokal, Penyerapan tenaga kerja lokal, Ketahanan dan pertumbuhan Pasar Tradisional sebagai sarana bagi UMKM lokal, Keberadaan fasilitas sosial dan fasilitas umum yang sudah ada, Dampak positif dan negatif yang diakibatkan oleh jarak antara *Hypermarket* dengan Pasar Tradisional yang telah ada sebelumnya dan Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

Apabila persyaratan diatas dapat diterima, maka pelaku ritel modern harus menyetujui jam operasional yang ditetapkan sebagai berikut:

- d. Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern wajib mematuhi waktu operasi
- 1) Jam kerja Hypermarket, Department Store dan Supermarket adalah Hari senin sampai minggu, buka mulai pukul 10.00 sampai dengan 22.00 waktu setempat.
 - 2) Jam kerja Minimarket Hari Senin sampai dengan Minggu, mulai buka pukul 10.00 (siang) sampai dengan pukul 03.00 (pagi) waktu setempat. Waktu selepas ketentuan diatas wajib menutup operasi minimarket terkecuali usaha kecil yang berada dikawasan tersebut.

Apabila dalam prosesnya timbul permasalahan yang disebabkan oleh hal-hal diatas, maka pihak penertiban pasar modern menindak dengan alat bukti mandiri yang berbeda dari alat bukti KUHP/ KUH Perdata/ Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yakni dengan penambahan data ekonomi:

- e. Alat-alat bukti sebagai bahan pembuktian
- 1) Keterangan saksi,
 - 2) Keterangan ahli,
 - 3) Surat dan atau dokumen,
 - 4) Data Ekonomi
 - 5) Petunjuk,
 - 6) Keterangan pelaku usaha.

Apabila terdapat unsur pelanggaran atas regulasi diatas, maka dapat terdapat sanksi:

f. Sanksi

Berlaku bagi keseluruhan ritel modern yang melanggar ketentuan tersebut diatas mendapatkan sanksi berupa:

Sanksi Administratif

- 1) Pembekuan izin operasional untuk sementara waktu yaitu selama 1 bulan menutup operasional apabila diketahui dan terbukti melanggar angka 15(waktu operasi toko modern).
- 2) Pencabutan izin jika tidak ada perbaikan perilaku atas pelanggaran yang terjadi tiga kali berturut-turut.
- 3) Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa pendirian toko modern melanggar peraturan terkait zonasi, maka atas hal itu izin operasional dicabut.

Sanksi Pidana

- 1) Pelanggaran terhadap ketentuan persyaratan dan jam operasional diancam pidana serendah-rendahnya Rp.100.000.000(seratus juta rupiah) dan setinggi-tingginya Rp.1.000.000.000(satu milyar rupiah)

Pemaparan kedua adalah dari sisi *Das sollen* dimana dalam hal ini, data yang ditunjukkan bersumber dari resume artikel Koran, majalah maupun media on line yang mana dari gambaran data itu akan kita dapatkan gambaran tentang maksud dan tujuan dari penyusunan kerangka regulasi pada bagian sebelumnya.

Bidang-bidang yang menjadi akar(dalam hal ini sebagian dari analisa yang dilakukan penulis hingga tesis ini selesai,bukan menjadi patokan akhir) permasalahan dalam bidang ritel Indonesia sejauh pengamatan penulis yakni terkait dengan *Das Sollen*

1. Tentang persyaratan Pendirian

Das Sein (Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008) mengatakan pendirian Minimarket harus melakukan analisa sebagai berikut:

Ayat (9)Pendirian *Minimarket* baik yang berdiri sendiri maupun yang terintegrasi dengan Pusat Perbelanjaan atau bangunan lain wajib memperhatikan:

- a. Kepadatan penduduk;
- b. Perkembangan pemukiman baru;
- c. Aksesibilitas wilayah (arus lalu lintas);
- d. Dukungan / ketersediaan infrastruktur; dan
- e. Keberadaan Pasar Tradisional dan warung/toko diwilayah sekitar yang lebih kecil daripada *Minimarket* tersebut.

Mari kita bandingkan dengan persyaratan pendirian ritel modern selain minimarket, persyaratan pendirian pasar tradisional dan UMKM.

Ayat (2) Analisa kondisi sosial ekonomi masyarakat dan keberadaan Pasar Tradisional dan UMKM sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:

- a. Struktur penduduk menurut mata pencaharian dan pendidikan;
- b. Tingkat pendapatan ekonomi rumah tangga;
- c. Kepadatan penduduk;

- d. Pertumbuhan penduduk;
- e. Kemitraan dengan UMKM lokal;
- f. Penyerapan tenaga kerja lokal;
- g. Ketahanan dan pertumbuhan Pasar Tradisional sebagai sarana bagi UMKM lokal;
- h. Keberadaan fasilitas sosial dan fasilitas umum yang sudah ada;
- i. Dampak positif dan negatif yang diakibatkan oleh jarak antara *Hypermarket* dengan Pasar Tradisional yang telah ada sebelumnya; dan
- j. Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

Kami akan menunjukkan sisi diskriminatif dari *das sein* yang berdampak buruk kepada *das sollen*. Contoh sederhana diambil dari perbedaan bentuk pengaturan diatas.

Mari kita lihat salah satu persyaratan diatas dan lakukan analisa terhadapnya yakni dari pentingnya keberadaan dan perlunya aspek Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) bagi minimarket dan bagi lingkungan secara umum. Isu ini diangkat mengingat dalam persyaratan pendirian minimarket tidak ada aspek pelaksanaan CSR oleh minimarket.

Dampak sosial perusahaan tergantung pada jenis atau karakteristik perusahaan. Karakteristik operasi perusahaan yang menghasilkan dampak sosial yang tinggi akan menuntut pemenuhan tanggungjawab sosial yang lebih

tinggi pula. Pelaksanaan tanggungjawab sosial akan disosialisasikan kepada publik melalui pengungkapan sosial dalam laporan tahunan.¹¹¹

Tanggungjawab sosial perusahaan bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi (menciptakan profit demi kelangsungan usaha) melainkan juga tanggungjawab terhadap sosial dan lingkungan. Dunia usaha tidak lagi diharapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*. Yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya.¹¹²

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dijalankan melalui tiga pilar yaitu sosial, ekonomi dan lingkungan. Kegiatan yang dilakukan di dalamnya berupa *Community Development* yang kemudian dikembangkan untuk mencapai citra yang baik di mata para stakeholders perusahaan. Adanya beberapa pihak yang masih memandang pelaksanaan CSR dalam konteks profitabilitas perusahaan merupakan tantangan tersendiri, karena seyogyanya perusahaan juga harus memperhatikan orang dan lingkungan sekitarnya.

Disini kemitraan antara perusahaan dengan pemerintah dan masyarakat sipil merupakan kunci keberhasilan pelaksanaan CSR.¹¹³

Perusahaan yang mengedepankan konsep *community development* lebih menekankan pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat sehingga dapat menggali potensi masyarakat lokal yang menjadi

¹¹¹ Boediono, 1982, Teori Pertumbuhan Ekonomi, Badan Penerbit Fakultas Ekonomi UGM, Yogyakarta.

¹¹² *Ibid*

¹¹³ Bertina S dan Rufus P.W (1999), "Perubahan Perilaku Konsumen: Tinjauan dari Perspektif Psikologi Ekonomi", *Usahawan* No.01 TH XXVIII, Januari 1999, hal 21-24

modal sosial perusahaan untuk maju dan berkembang. Selain dapat menciptakan peluang – peluang sosial ekonomi masyarakat, menyerap tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan. Selain itu akan tumbuh *trust* (rasa percaya) dan *sense of belonging* (rasa memiliki) akan terbentuk dari masyarakat sehingga masyarakat merasakan adanya manfaat atas kehadiran perusahaan.¹¹⁴

Akuntansi sebagai bagian tak terpisahkan dari perusahaan, berupaya mengakomodasi perubahan kecenderungan tersebut dengan melahirkan akuntansi sosioekonomi sebagai wujud kepentingan terhadap pertukaran perusahaan dengan lingkungan sosialnya. Menurut Belkaoui (1986: 339) akuntansi sosioekonomi didefinisikan sebagai proses pengurutan, pengukuran, dan pengungkapan pengaruh yang kuat dari pertukaran antara suatu perusahaan dan lingkungan sosialnya.¹¹⁵ Akuntansi sosioekonomi adalah suatu ekspresi tanggungjawab sosial suatu perseroan. Pertukaran antara perusahaan dan masyarakat, pada dasarnya terdiri dari penggunaan sumber – sumber sosial. Apabila aktivitas perusahaan menyebabkan habisnya sumber sosial, maka hasilnya adalah berupa biaya sosial, apabila aktivitas perusahaan menyebabkan bertambahnya sumber sosial, maka hasilnya adalah berupa faedah sosial.¹¹⁶

Lingkungan secara tidak langsung akan menunjukkan hubungan antara prinsip akuntansi dengan fenomena dunia nyata. Apabila lingkungan berubah,

¹¹⁴ Bell, Martin L. (1999). *Marketing Concept and Strategy*. Boston: Houghton Mifflin Company.

¹¹⁵ Belkaoui, Ahmed Riahi. (1992). *Accounting Theory*. Third Edition. Academic Press. London.

¹¹⁶ *Ibid.*

maka akuntansi harus mengikuti perubahan tersebut agar akuntansi tetap mempunyai peran serta bermanfaat bagi lingkungannya.

Indonesia mewajibkan semua perusahaan melaksanakan CSR sesuai dengan UU Perseroan Terbatas pasal 74 yang memuat aturan tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, berdasarkan Undang-undang Penanaman Modal No. 25 tahun 2007 pasal 15 dan 34 disebutkan bahwa perusahaan yang tidak melaksanakan CSR akan dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis, pembatalan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha, dan yang terakhir adalah pencabutan izin kegiatan.

Maka adalah hal yang tidak relevan jika badan usaha yang beroperasi di Indonesia tidak memiliki kewajiban melaksanakan CSR. Begitu pun dengan keberadaan minimarket. Dengan alasan apapun keberadaan ritel Indomaret disebuah lingkungan akan memiliki efek sosial. Sebagaimana dijelaskan tentang pentingnya kewajiban CSR, Pertukaran antara perusahaan dan masyarakat, pada dasarnya terdiri dari penggunaan sumber – sumber sosial. Apabila aktivitas perusahaan menyebabkan habisnya sumber sosial, maka hasilnya adalah berupa biaya sosial, apabila aktivitas perusahaan menyebabkan bertambahnya sumber sosial, maka hasilnya adalah berupa faedah sosial.

Dengan paparan ini, dapat kita ambil benang merah bahwa kelemahan das sein menjadi pemicu polemikdalam tataran das sollen. Misi yang penting untuk segera diselesaikan dalam mengurai permasalahan bisnis ritel

khususnya berhubungan dengan persyaratan sebagaimana di amanahkan Undang-Undang yakni regulasi yang berciri pada prinsip keadilan.

2. Sisi penggunaan jalan/zonasi dan Perizinan (manipulasi izin)

(Analisa *das sein*, dibandingkan dengan *das sollen*)

Sebagaimana tercantum dalam Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007

Pasal 5:

- (1) Perkulakan hanya boleh berlokasi pada atau pada akses sistem jaringan jalan arteri atau kolektor primer atau arteri sekunder.
- (2) Hypermarket dan Pusat Perbelanjaan:
 - a. Hanya boleh berlokasi pada atau pada akses sistem jaringan jalan arteri atau kolektor; dan
 - b. Tidak boleh berada pada kawasan pelayanan lokal atau lingkungan di dalam kota/ perkotaan.
- (3) Supermarket dan Department Store:
 - a. Tidak boleh berlokasi pada sistem jaringan jalan lingkungan; dan
 - b. Tidak boleh berada pada kawasan pelayanan lingkungan di dalam kota/ perkotaan.
- (4) Minimarket boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam kota/ perkotaan.
- (5) Pasar Tradisional boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lokal atau jalan lingkungan pada kawasan pelayanan bagian kota/ kabupaten atau lokal atau lingkungan (perumahan) di dalam kota/ kabupaten.

Pengertian

- (1) Jalan arteri adalah merupakan jalan umum yang berfungsi melayani angkutan utama dengan ciri perjalanan jarak jauh, kecepatan rata-rata tinggi, dan jumlah jalan masuk dibatasi secara berdaya guna.
- (2) Jalan kolektor adalah merupakan jalan umum yang berfungsi melayani angkutan pengumpul atau pembagi dengan ciri perjalanan jarak sedang, kecepatan rata-rata sedang, dan jumlah jalan masuk dibatasi.
- (3) Jalan lokal adalah merupakan jalan umum yang berfungsi melayani angkutan setempat dengan ciri perjalanan jarak dekat, kecepatan rata-rata rendah, dan jumlah jalan masuk tidak dibatasi.

- (4) Jalan lingkungan adalah merupakan jalan umum yang berfungsi melayani angkutan lingkungan dengan ciri perjalanan jarak dekat, dan kecepatan rata-rata rendah. low on average.
- (5) Sistem jaringan jalan primer adalah merupakan sistem jaringan jalan dengan peranan pelayanan distribusi barang dan jasa untuk pengembangan semua wilayah di tingkat nasional, dengan menghubungkan semua simpul jasa distribusi yang berwujud pusat-pusat kegiatan.
- (6) Sistem jaringan jalan sekunder adalah merupakan sistem jaringan jalan dengan peranan pelayanan distribusi barang dan jasa untuk masyarakat di dalam kawasan perkotaan.

Didalam penggunaan jalan yang diperuntukan bagi pendirian usaha ritel di Indonesia secara empiris (das sollen) memiliki kelemahan. Kelemahan itu terletak pada adanya penyamaan penggunaan jalan ritel modern jenis minimarket modern dengan penggunaan ritel tradisional jenis pasar tradisional dan tata perizinan. Secara spesifik sebagai berikut:

Minimarket: Minimarket boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam kota/perkotaan.

Pasar Tradisional: Pasar Tradisional boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lokal atau jalan lingkungan pada kawasan pelayanan bagian kota/kabupaten atau lokal atau lingkungan (perumahan) di dalam kota/kabupaten.

Data empiris menunjukkan bahwa terjadinya permasalahan perdagangan ritel didalam masyarakat salah satunya ialah karena tingkat ekspansi yang tinggi dan menembus batas antar lingkungan (tidak ada batas tersendiri dalam membedakan lokasi yang masuk kategori boleh atau tidak untuk mendirikan minimarket disuatu tempat merupakan akar masalah)

Contoh konkrit:

Didusun Prayan, Condongcatur, Depok Sleman DIY terdapat minimarket yang berdiri dengan pasar dan toko tradisional, hal itu pun terjadi dikawasan jalan kaliurang, yakni pasar Colombo. Dimana permasalahan berhubungan dengan lokasi pendirian. Bahkan terjadi penolakan. Sekretaris Komisi A DPRD Sleman, Martono S,TP menjelaskan, keberadaan toko serta pasar traditional, selama ini menjadi polemik. Mengingat warga Prayan, Condongcatur, Depok melakukan penolakan terhadap pendirian toko modern, Sekretaris Komisi A DPRD Sleman, Martono S,TP meminta agar segera diselesaikan. Pihak Kecamatan dan Kelurahan setempat, harus bergerak cepat. Saya sudah tinjau rencana pendirian 2 toko modern disana yang ditolak warga.¹¹⁷

Diberitakan sebelumnya, Pemda Sleman menerbitkan Perbup No 13/2010 tentang Penataan Lokasi Toko Modern dan Pusat Perbelanjaan, serta Perbup No 45/2010 tentang Perizinan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Dalam perbup tersebut dijelaskan mengenai jarak minimal pendirian toko modern. Yakni, 500 meter dari toko traditional atau 1000 meter dari pasar traditional.

No.	Jenis usaha	jarak
1	<i>minimarket</i> dan <i>supermarket</i>	500 meter dari toko tradisional dan 1000 meter dari pasar tradisional
2	<i>department store</i> dan perkulakan	500 meter dari toko tradisional dan 1500 meter dari pasar tradisional
3	<i>Hypermarket</i> dan pusat perbelanjaan	500 meter dari toko tradisional dan 2000 meter dari pasar tradisional

Data:<http://www.slemankab.go.id/pemkab-sleman-terbitkan-perbup-tentang-toko-modern-dan-pusat-perbelanjaan.slm>

¹¹⁷Artikel ekonomi: Penolakan warga terhadap pendirian minimarket. Diunduh dari Tisna Surya Adi Prenanto blog.

Meski telah hadir Peraturan Bupati nomor 13 Tahun 2010 tentang Penataan Lokasi Toko Modern dan Pusat Perbelanjaan, dan Peraturan Bupati nomor 45 tahun 2010 tentang Perizinan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Kedua peraturan bupati ini telah berlaku sehingga keberadaan pusat perbelanjaan dan toko modern di Kabupaten Sleman harus mematuhi peraturan tersebut. Namun permasalahan yang timbul dilapangan adalah pelanggaran terhadap lokasi yang tidak memandang zonasi yang mengakibatkan terjadinya masalah sebagaimana diberitakan sebelumnya.

Masalah selanjutnya adalah terkait dengan perizinan. Bahwa dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008 tentang Pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern. Diatur dalam pasal 12 ayat(2), mengatakan bahwa, Persyaratan pendirian minimarket, supermarket,department store, dan perkulakan melampirkan dokumen:

- 1) *Copy* Surat izin prinsip dari Bupati / Walikota atau Gubernur Pemerintah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta;
- 2) Hasil analisa kondisi sosial ekonomi masyarakat; serta rekomendasi dari instansi yang berwenang;
- 3) *Copy* Surat Izin Lokasi dari Badan Pertanahan Nasional (BPN);
- 4) *Copy* Surat Izin Undang-Undang Gangguan (*HO*);

Menurut penulis persyaratan diatas perlu ditambahkan dengan selain melalui proses diatas tindakan pendirian minimarket, supermarket,department store, dan perkulakan dianggap illegal.

Alasan mengapa hal ini diperlukan mengingat bahwa terjadi masalah dengan izin pendirian yaitu minimarket di lingkungan stasiun tugu Yogyakarta. Sebagaimana diberita berikut.

Dinas Perizinan Kota Yogyakarta memastikan toko waralaba minimarket yang berada di dalam kawasan Stasiun Tugu Yogyakarta tidak memiliki izin gangguan (HO). Selain tidak memiliki HO, keberadaan minimarket waralaba tersebut melanggar kuota jumlah minimarket di Yogyakarta sesuai ketentuan Peraturan Wali Kota nomor 79 tahun 2010 tentang Waralaba Minimarket. Kepala Bidang Pelayanan Dinas Perizinan Kota Yogyakarta, Golkar Made Yulianto, mengatakan sejak Perwal yang mengatur minimarket waralaba dikeluarkan kuota minimarket di wilayah Yogyakarta sudah full yakni 52 minimarket. Dengan demikian Dinas Perizinan tidak akan mengeluarkan izin jika ada permohonan izin pendirian minimarket di Yogyakarta.

Menurut Kepala Seksi Pengawasan dan Penindakan Dinas Perizinan Kota Yogyakarta, Giri Wijanarko, berdasarkan dari data bangunan berizin tersebut ditemukan bangunan diluar data bangunan tak berizin maka bidang pengawasan melakukan pengecekan. "Yang di Stasiun Tugu sudah kami cek langsung ke sana dan tidak ada izinnya. Karena tidak berizin maka penindakan ada di tangan Dinas Ketertiban.

Laporan keberadaan minimarket yang tidak mengantongi izin tersebut menurut Kepala Bidang P3U dan Pengembangan Kapasitas Dinas Ketertiban Kota Yogyakarta. Adapun untuk minimarket Indomaret yang ada di dalam stasiun Tugu, katanya pihaknya telah menerjunkan penyidik. Sesuai Perda nomor 2 tahun

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat kesimpulan sebagai berikut:

Dalam Penulisan tesis ini, kami mencari sisi lain dalam aspek yuridis untuk mengetahui adanya bentuk pelanggaran yang berpotensi akan muncul apabila keadaan yang terjadi secara riil-faktual tidak dibenahi. Potensi yang dimaksud saat ini telah nampak terlihat seperti tersurat dalam isi putusan KPPU No.03/KPPU-L/I/2000. Mengingat substansi dari putusan tersebut adalah dalam pengembangan usahanya kurang memperhatikan prinsip keseimbangan sesuai asas demokrasi ekonomi dalam menumbuhkan persaingan sehat antara kepentingan pelaku usaha dengan kepentingan umum dan KPPU meminta Indomaret untuk menghentikan ekspansinya di pasar-pasar tradisional yang berhadapan langsung dengan pengecer kecil dalam rangka mewujudkan keseimbangan persaingan antar pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah dan pelaku usaha kecil. Dari sebagian hasil putusan diatas, terdapat potensi pelanggaran pasal lain dalam Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan usaha tidak sehat. Atas penelusuran pada tahap awal, ditemukan bukti awal adanya pemenuhan kriteria pelanggaran Pasal 19 huruf d. Selanjutnya dalam proses pemenuhan unsur-unsur diketahui bahwa dari

enam unsur pelanggaran Pasal 19 huruf d Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan usaha tidak sehat, lima diantaranya memenuhi/masuk kategori pelanggaran Pasal yang dimaksud. Sedangkan dua unsur tidak terpenuhi. Unsur yang memenuhi antarlain unsur pelaku usaha, unsur pelaku usaha lain, unsur melakukan satu atau beberapa kegiatan, unsur melakukan praktek diskriminasi. Selanjutnya unsur yang tidak memenuhi adalah unsur terjadinya praktek monopoli dan/atau Persaingan usaha tidak sehat dan unsur melakukan baik sendiri maupun bersama. Penulis menyatakan bahwa sesuai dengan dalil-dalil yang diuraikan dalam tesis ini menunjukkan bahwa potensi pelanggaran Pasal 19 huruf d merupakan sebuah potensi nyata yang diakibatkan oleh kurangnya regulasi dan perhatian yang memadai terhadap bisnis ritel di Indonesia.

Atas pelanggaran asas demokrasi ekonomi, tindakan Indomaret yang kurang memperhatikan prinsip keseimbangan antara pelaku usaha dengan kepentingan umum. Dalam hal ini, asas demokrasi ekonomi dalam hukum antimonopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang berlaku adalah bentuk khusus (*lex specialis*). Pelanggaran yang mengakomodasi tindakan Indomaret dalam dalam hal ini adalah Pasal 19 huruf d sekaligus bentuk khusus dari tindakan yang menimbulkan praktek diskriminasi. Dalam putusan KPPU No. 03/KPPU-L-I/2000 bahwa terungkap fakta-fakta bahwa perilaku Indomaret telah menimbulkan masalah sosial, keresahan sosial dan kesenjangan dalam bidang bisnis eceran. Kami meyakini tindakan/ perilaku bisnis yang menyimpangi asas demokrasi ekonomi pada akhirnya akan menimbulkan

permasalahan serius dikemudian hari, meski dalam ranah ilmu ekonomi tindakan yang menyimpangi asas demokrasi ekonomi tersebut merupakan hal yang normal. Tujuan pembentukan sebuah regulasi sebagaimana hakikatnya memang terkadang berbanding terbalik, berlawanan atau tidak sejalan dengan prinsip ekonomi karena isi dari sebuah produk hukum yang sesuai ialah bentuk representasi dari niat melindungi segenap masyarakat secara umum dan bukan mengacu kepada kemajuan atau pertumbuhan ekonomi semata melainkan adanya pemerataan kesejahteraan melalui jembatan ilmu ekonomi yang mampu mensejahterakan keseluruhan komunitas dalam sebuah lingkungan Negara.

Konsekuensi atas sanksi menghentikan ekspansi toko Indomaret dalam lingkup pasar bersangkutan, selain akan berdampak besar terhadap dunia usaha, pada praktiknya tentu juga tidak akan mudah. Demikian mengingat bahwa dalam tuntutan terhadap pertumbuhan membuat keputusan tersebut memerlukan pengawasan dan perlu dikerjasama serta niat baik melaksanakan dalam rangka memenuhi amanah Undang-Undang.

B. Saran

1. Sebagaimana diatur dalam undang-undang dasar serta diatur dalam asas dan tujuan undang-undang antimonopoli dan persaingan yang sehat, hendaknya kewajiban memperhatikan keseimbangan dalam melaksanakan sebuah bisnis, memperhatikan kemajuan yang saling menumbuhkan sesama pelaku usaha.

2. Kewajiban membuat dan mengesahkan undang-undang yang mengatur bisnis ritel menjadi sebuah kebutuhan yang urgent. Tanpa mengesampingkan bentuk peraturan yang telah ada, kebutuhan akan undang-undang yang mampu mengakomodasi setiap dinamika serta berpedoman kepada sistem ekonomi Indonesia yakni demokrasi ekonomi. Dengan memberikan porsi yang lebih mendukung pertumbuhan ekonomi kecil dan menengah dalam kehidupan ekonomi. Tujuannya agar tidak lagi terjadi praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.
3. Secara khusus dalam kaitanya dengan permasalahan ritel, penulis mendapati adanya benang merah yang dapat menjadi kunci pembenahan terkait permasalahan yang muncul yaitu masalah penggunaan jalan/lokasi pendirian yang secara umum masuk dalam zonasi, syarat pendirian dan tanggung jawab kepada lingkungan sosial kepada lingkungan sekitar, kebutuhan akan pembatasan pendirian ritel modern minimarket didalam sebuah teritorial mencakup disetiap provinsi, kabupaten/kota hingga tingkat kecamatan dan kelurahan. Hal ini dianggap sangat penting mengingat bentuk perlindungan secara nyata sangat dibutuhkan dan harapan atas keberhasilan perlindungan itu akan dapat memberi dan manfaat apabila didukung secara terintegrasi.

DAFTAR PUSTAKA

- A. M. Tri Anggraini, dalam makalah yang disampaikan pada seminar hukumonline 2010, *Tata Cara Pemberitahuan & Penilaian Merger, Konsolidasi, dan Akuisisi Sesuai PP 57/2010*. Diselenggarakan oleh hukumonline, Jakarta, 30 September 2010.
- Ahmad Adi Nugroho, "Kekuatan Pasar dan Hambatan Masuk dalam Sebuah Industri", *Majalah Kompetisi*, edisi 18, 2009.
- Akhmad Syakhroza dan Felix Jebarus, "Beberapa Alternatif Perusahaan: Tinjauan Secara Konseptual", *Usahawan*, No. 09 Th XXVII, Jakarta, September, 1998.
- Andi Fahmi Lubis et. al., *Hukum Persaingan Usaha: Antara Teks dan Konteks*, Deutsche Gesellschaft fur Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH, tt, 2009.
- Andi Zubaida Assaf, "Kebijakan Pemerintah dalam Perspektif Persaingan Usaha", *Majalah Kompetisi*, edisi 14, 2009.
- Binoto Nadapdap, *Hukum Acara Persaingan Usaha*, Jala Permata Aksara, Jakarta, 2009.
- Deswin Nur, "Hukum dan Kebijakan Persaingan dalam Era Perdagangan Bebas", *Majalah Kompetisi*, edisi 19, 2009.
- Elyta Ras Ginting, *Hukum Anti Monopoli Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001.
- Hermansyah, *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, cet. ke-2, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2009.

Insan Budi Maulana, *Catatan Singkat Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000.

Johnny Ibrahim, *Hukum Persaingan Usaha (Filosofi, Teori, dan Implikasi Penerapannya di Indonesia)*, Bayu Media, Malang, 2006.

Lampiran Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 13 Tahun 2010.

M. Marwan dan Jimmy P., *Kamus Hukum: Dictionary of Law Complete Edition*, Reality Publisher, Surabaya, 2009.

M. Yahya Harahap, *Hukum Perseroan Terbatas*, edisi ke-1, cet. ke-2, Sinar Grafika, Jakarta, 2009.

Marcelo Go, *Akuisisi Bisnis: Analisis dan Pengelolaan*, Rineka Cipta, Jakarta, 1992.

Munir Fuady, *Hukum Anti Monopoli: Menyongsong Era Persaingan Sehat*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1999.

Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia)*, cet. ke-1, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2010.

Sri Redjeki Hartono, *Hukum Ekonomi Indonesia*, Bayumedia Publishing, Malang, 2007.

Sudikno Mertokusumo, *Penemuan Hukum: Sebuah Pengantar*, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta, 2010.

Budi Untung, *Hukum Investasi*. Jakarta, 2009

Alan Cotrell, *Environment Economics An Introduction for students of the resource and environmental sciences*, Edward Arnold, publishers, London

Badarruddin. *Pasar Tradisional Pedesaan*, Mandar Maju, Bandung, 2000

Edi Swasono, Sri, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*, Jakarta: UI Press, Jakarta, 1987.

Tom, Gunadi, *Sistem Perekonomian Menurut Pancasila dan UUD 1945*, Bandung: Angkasa, 1981.

Kuncoro, Mudrajad, *Ekonomi Pembangunan: Teori, Masalah dan Kebijakan*, Edisi I, UPP AMP YKPN, Yogyakarta, 1997

Esmara, Hendra, *Teori Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, Gramedia, Jakarta, 1987

Ningrum Natasha Sirait. 2009. Perekonomian Indonesia dalam Persaingan. Medan. Jurnal Universitas Sumatra Utara/<http://jurnalonlineusu/hukumekonomi>

Kotler, Philip dan A.B. Susanto (2001), *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Buku

2, Jakarta: Penerbit Salemba Empat dan Pearson Education Asia Pte.Ltd

_____, "Tantangan Penegakan Hukum Persaingan Usaha di Indonesia", *Jurnal Hukum Bisnis*. Vol 19, Mei-Juni 2002.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat perbelanjaan

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat perbelanjaan dan Toko modern