

TINJAUAN YURIDIS PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA YANG TIDAK SEHAT

Sahidul Anam

*Program Studi Teknik Mesin, FTI, Institut Teknologi Budi Utomo Jakarta
syahidulanam1@gmail.com*

Abstrak

Persaingan dalam dunia usaha adalah wajar dan harus dipandang sebagai hal positif. Persaingan yang sempurna adalah suatu kondisi pasar yang ideal. Ada empat asumsi yang melandasi agar terjadi persaingan yang sempurna pada suatu pasar tertentu. Pertama, pelaku usaha tidak dapat menentukan secara sepihak harga atas produk atau jasa. Yang menentukan harga adalah pasar berdasarkan permintaan dan penawaran. Artinya, pelaku usaha dalam pasar persaingan sempurna tidak bertindak secara *price maker* tetapi hanya bertindak sebagai *price taker*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat terhadap jual beli di pasar tradisional dan faktor-faktor yang mempengaruhi praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Jenis penelitian ini adalah yuridis-sosiologis, mengacu pada peraturan perundang-undangan yang berlaku (hukum positif) untuk menemukan kebenaran secara yuridis. Pendekatan pada penelitian ini adalah penelitian terhadap produk-produk hukum, pendekatan konseptual atau penelitian terhadap konsep-konsep hukum seperti fungsi hukum, lembaga hukum, sumber hukum dan sebagainya. Sumber bahan hukum dalam penelitian ini adalah bahan hukum sekunder. Teknik analisis dilakukan dengan tahapan inventarisasi, identifikasi, dan klasifikasi secara sistematis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Undang-Undang Nomor. 5 Tahun 1999 merupakan salah satu upaya Pemerintah Indonesia untuk dapat memenuhi rasa keadilan bagi para pelaku usaha, tetapi masih banyak kendala yang dihadapi, yaitu baik karena kelemahan dari undang-undang itu maupun dari subjek hukum (Pelapor dan Terlapor), sehingga belum dicapai kepastian hukum maupun perlindungan hukum bagi para pihak yang berperkara.

Kata kunci : Monopoli, monopsoni, oligopoli, persaingan sempurna, pangsa pasar

1. PENDAHULUAN

Dalam teori ekonomi, persaingan yang sempurna adalah suatu kondisi pasar yang ideal. Paling tidak ada empat asumsi yang melandasi agar terjadi persaingan yang sempurna pada suatu pasar tertentu. Pertama, pelaku usaha tidak dapat menentukan secara sepihak harga atas produk atau jasa. Adapun yang menentukan harga adalah pasar berdasarkan permintaan dan penawaran. pelaku usaha dalam pasar persaingan sempurna tidak bertindak secara *price maker* tetapi hanya bertindak sebagai *price taker*. Kedua, barang atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku benar-benar sama. Selanjutnya pelaku usaha mempunyai kebebasan untuk masuk ataupun keluar dari pasar. Keempat, konsumen dan pelaku usaha memiliki informasi yang sempurna tentang berbagai hal, diantaranya kesukaan, tingkat pendapatan, biaya dan teknologi yang digunakan untuk menghasilkan barang dan jasa (Hikmahanto Juwana, 1999). Kenyataannya hampir tidak pernah ditemui suatu pasar dimana terdapat persaingan

sempurna. Yang sering terjadi adalah persaingan tidak sempurna atau persaingan tidak sehat (monopoli).

Persaingan sempurna adalah struktur pasar atau industri dimana terdapat banyak penjual dan pembeli, dan setiap penjual ataupun pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan pasar. Sedangkan persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha. Pasar sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.³ Pengertian pasar dapat dititik beratkan dalam arti ekonomi yaitu untuk transaksi jual beli. Pada prinsipnya, aktivitas perekonomian yang terjadi di pasar didasarkan dengan adanya kebebasan dalam bersaing, baik itu untuk pembeli maupun penjual. Penjual mempunyai kebebasan untuk memutuskan barang atau jasa apa yang seharusnya untuk

diproduksi serta yang akan di distribusikan. Sedangkan bagi para pembeli atau konsumen mempunyai kebebasan untuk membeli dan memilih barang atau jasa yang sesuai dengan tingkat daya belinya.

Pasar adalah suatu tempat atau suatu proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang atau jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan.

Dalam kehidupan sehari-hari, keberadaan pasar sangatlah penting, hal ini dikarenakan apabila ada kebutuhan yang tidak dapat dihasilkan sendiri, maka kebutuhan tersebut dapat diperoleh di pasar, para konsumen atau pembeli datang ke pasar untuk berbelanja dan memenuhi kebutuhannya dengan membawa sejumlah uang guna membayar harganya.

Salah satu tempat terjadinya jual beli yaitu dipasar tradisional sebagai pusat kegiatan ekonomi. pasar tradisional merupakan sektor perekonomian yang sangat penting bagi mayoritas penduduk di Indonesia. Pasar merupakan pusat perekonomian masyarakat setiap lapisan mulai dari kalangan bawah, menengah, maupun atas. Dikarenakan kebutuhan masyarakat berada didalamnya. Semua unsur yang berkaitan dengan perekonomian berada dalam ruang lingkup pasar itu sendiri.

Di dalam peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 07 tahun 2020 pada pasal 1 ayat 2 menyebutkan tentang : *"harga acuan penjualan ditingkat konsumen adalah harga penjualan di tingkat konsumen yang ditetapkan oleh Menteri dengan mempertimbangkan struktur biaya yang wajar."*

Dalam perdagangan kita mengenal dengan istilah harga, penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan perdagangan. Harga menjadi sangat penting diperhatikan, mengingat harga menentukan laku tidaknya suatu produk dalam perdagangan. Oleh karenanya, harga yang ditetapkan penjual harus sebanding dengan penawaran nilai kepada konsumen.

Berdagang merupakan suatu usaha yang bermanfaat yang menghasilkan laba, yaitu setelah adanya kompensasi secara wajar setelah adanya faktor faktor produksi. Untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan,

ada banyak cara yang dilakukan penjual sebagai upaya mempengaruhi konsumen agar membeli barang yang dijualnya dan hal ini sangat wajar dilakukan.

Akan tetapi seringkali terjadi ketidakstabilan harga di pasar karena kurangnya pengetahuan tentang bagaimana menentukan keuntungan, menjadikan kondisi seperti ini sering dimanfaatkan oleh pihak penjual yang hanya memikirkan keuntungan materi dan menonjolkan keegoisannya tanpa melihat lingkungan sekitar sehingga ujung-ujungnya konsumen yang dirugikan. Maka dari itu banyak terjadi harga ditentukan dengan kemauan masing-masing pelaku monopoli. Secara fakta, dalam dunia usaha sangat jarang terjadi persaingan yang sempurna atau sehat. Pedagang atau pelaku usaha sering menyalahgunakan kemudahan ekonomi untuk memperoleh kekuatan pasar dengan menciptakan hambatan dalam perdagangan dengan cara mengendalikan harga. Persaingan usaha yang tidak sehat di pasar tradisional membuat para pedagang dengan usaha yang baru untuk dimulainya dan yang baru saja berkembang, merasa takut untuk bersaing pada pasar yang bersangkutan. Dapat kita temui di setiap pasar tradisional, yang mana harga penjualan bahan pokok pada bawang merah banyak dari penjual berbeda-beda dan pembeli/konsumen hanya bisa menerima perbedaan harga tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis sosiologis yaitu metode penelitian hukum yang berupaya untuk melihat hukum dalam artian yang nyata atau dapat dikatakan melihat, meneliti bagaimana bekerjanya hukum di masyarakat.

Sifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan secara tepat sifat-sifat tertentu suatu individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu, atau untuk menentukan ada tidaknya hubungan antara satu gejala dengan gejala lain dalam masyarakat (Ali Zainudin, 2011)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Monopoli

Pengertian Monopoli

Monopoli adalah penguasaan atas

produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha. Dengan demikian, jenis pasar yang bersifat monopoli ini hanya terdapat satu penjual, sehingga penjual tersebut bias menentukan sendiri berapa jumlah barang atau jasa yang akan dijual, atau berapa jumlah barang yang akan dijual tergantung kepada keuntungan yang ingin diraih sehingga penjual akan menerapkan harga yang akan memberikan keuntungan tertinggi (Mustafa Kamal Rokan, 2010)

Praktek monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasanya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.

Dasar Hukum Anti Monopoli

Pasal 17 UU No. 5 Tahun 1999 menjelaskan sebagai berikut:

- 1) Pelaku usaha dilarang melakukan penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
- 2) Pelaku usaha patut diduga atau dianggap melakukan penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) apabila:
 - a. barang dan atau jasa yang bersangkutan belum ada substitusinya; atau
 - b. mengakibatkan pelaku usaha lain tidak dapat masuk ke dalam persaingan usaha barang dan atau jasa yang sama; atau
 - c. satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50% (lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu

Perjanjian yang Dilarang

Secara umum perjanjian di artikan sebagai suatu peristiwa dimana dua orang atau dua

pihak saling berjanji untuk melakukan suatu hal. Menurut Pasal 1 angka 7 Undang-Undang No. 5 tahun 1999 yang dimaksud dengan perjanjian adalah suatu perbuatan satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikatkan diri terhadap satu atau lebih pelaku usaha lain dengan nama apa pun, baik secara tertulis maupun tidak tertulis. Jenis-jenis perjanjian yang dilarang:

- 1) Oligopoli, adalah keadaan pasar dengan produsen pembekal barang hanya berjumlah sedikit sehingga mereka atau seorang dari mereka dapat memengaruhi harga pasar, atau keadaan pasar yang tidak seimbang karena di pengaruhi oleh sejumlah pembeli.
- 2) Penetapan Harga, dibedakan dalam empat macam sebagaimana di atur dalam Undang-Undang No 5 Tahun 1999 yaitu:
 - a. Penetapan harga, penentuan harga merupakan pencerminan dari suatu pasar oligopoli yang tidak teratur. Perjanjian penetapan harga di atur dalam ketentuan pasal 5 (1) dan (2) Undang-Undang Antimonopoli
 - b. Diskriminasi harga, dalam pasal 6 Undang-Undang Antimonopoli menyatakan pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayarkan oleh pembeli lain untuk barang dan/atau jasa yang sama
 - c. Penetapan harga di bawah harga pasar, adalah suatu kebijakan penetapan harga yang dilakukan oleh sebuah atau banyak perusahaan dengan tujuan untuk merugikan para pemasok pesaing atau untuk memeras konsumen
 - d. Perjanjian dengan persyaratan tertentu, yaitu penerima barang dan/atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang dan/atau jasa yang diterimanya, dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan diatur dalam pasal 8 Undang Undang Antimonopoli

B. Persaingan Usaha Tidak Sehat

1. Persaingan Usaha

Usaha dalam kehidupan sehari-hari merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang untuk mencakup kebutuhan hidupnya. Usaha didefinisikan sebagai sebuah kegiatan atau aktivitas yang mengalokasikan sumber-sumber daya yang dimiliki dalam kegiatan produksi yang menghasilkan barang dan jasa yang bisa dipasarkan kepada konsumen supaya memperoleh keuntungan (Suwinto Johan, 2011)

Persaingan usaha merupakan hal yang paling menjadi perhatian dalam konteks dunia usaha. Sebuah praktek monopoli bisa jadi masalah dalam dunia usaha sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan implikasinya adalah tidak kompetitifnya pasar sehingga menyebabkan melemahnya daya saing pelaku usaha.

Seseorang yang menjalankan usahanya tentu saja mengalami berbagai macam persaingan dari para pesaingnya. Salah satunya dengan membangun kepercayaan dalam suatu hubungan jangka panjang antara penjual dengan pembelinya.

Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.

Dengan demikian persaingan usaha merupakan rivalitas yang terjadi antara para pelaku usaha untuk dapat memperoleh konsumen dengan menawarkan barang/jasa yang berkualitas baik dengan harga yang baik pula.

2. Landasan Hukum Persaingan Usaha

Pada prinsipnya keberadaan hukum persaingan usaha bertujuan untuk mengupayakan terciptanya persaingan usaha yang sehat dan dapat mendorong pelaku usaha untuk melakukan efisiensi agar mampu bersaing secara wajar dengan para pesaingnya. Hal ini tercantum dalam:

UU No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha

Tidak Sehat, yaitu:

- 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 sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan usaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, maupun pelaku usaha kecil;
- c. Mencegah terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan pelaku usaha; dan
- d. Terciptanya efektifitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha. Perkembangan usaha berdampak pada tumbuhnya pengusaha-pengusaha baru, semakin banyak pemilik usaha maka persaingan antar pelaku usaha semakin ketat. Persaingan usaha yang terjadi bukan hanya persaingan antar pasar di dalam negeri, namun juga pasar global, adanya kecenderungan menganut pasar bebas, pelaku usaha dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan memberikan produk yang beragam sekaligus efisien.

Persaingan sangat dibutuhkan dalam peningkatan kualitas hidup manusia. Persaingan usaha merupakan salah satu indikator agar pelaku usaha giat dan rajin menjalankan usaha dalam rangka mendapatkan keuntungan, namun begitu yang namanya persaingan usaha ada yang dilakukan secara sehat dan ada yang dilakukan secara tidak sehat.

Persaingan yang dilakukan secara terus menerus untuk saling mengungguli membawa manusia berhasil menciptakan hal-hal baru dalam kehidupan yang berangsur-angsur menuju arah yang semakin maju dari sebelumnya. Terciptanya keadilan dan kesejahteraan bagi semua pihak, persaingan harus dilakukan adalah persaingan yang sehat. Kegiatan ekonomi dan bisnis sangat diperlukan semua pihak supaya tidak ada pihak-pihak yang dirugikan.

Seiring dengan Era Reformasi, telah terjadi juga perubahan yang mendasar dalam bidang hukum ekonomi dan bisnis, ditandai dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999

tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat atau selanjutnya disebut dengan UU Persaingan Usaha, yang di banyak negara disebut dengan Undang – Undang Anti Monopoli. Undang – Undang ini sudah sejak lama dinantikan oleh pelaku usaha dalam rangka menciptakan arus usaha yang sehat dan bebas dari praktik kolusi, korupsi dan nepotisme.

Persaingan usaha ada dua macam, yaitu persaingan sempurna dan persaingan usaha tidak sehat. Persaingan sempurna adalah struktur pasar atau industri dimana terdapat banyak penjual dan pembeli, dan setiap penjual dan pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan di pasar.

Sedangkan persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan/atau pemasaran barang atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha (pasal 1 angka 6 UU Nomor 5 Tahun 1999).

Dalam penjelasan umum Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999, dinyatakan bahwa implementasi undang-undang ini serta peraturan pelaksanaannya dapat berjalan efektif sesuai asas dan tujuannya, maka dibentuk Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). KPPU dalam hal ini merupakan lembaga independen yang terlepas dari pengaruh pemerintah dan pihak lain, yang berwenang melakukan pengawasan persaingan usaha dan menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif, sedangkan sanksi pidana merupakan wewenang pengadilan.

Pasar merupakan pusat dalam perekonomian masyarakat, setiap lapisan masyarakat mulai dari masyarakat lapisan bawah, masyarakat lapisan menengah maupun masyarakat lapisan atas, dikarenakan kebutuhan masyarakat berada didalamnya. Persaingan usaha yang tidak terkendali akan menumbuhkan terjadinya praktek monopoli dengan suatu sistem yang berlawanan dengan prinsip - prinsip persaingan usaha itu sendiri.

3. Jenis Persaingan Usaha

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah upaya dalam mengatur masalah persaingan antar pelaku usaha dan larangan melakukan praktik monopoli. Undang-Undang ini disebut sebagai Undang-Undang anti monopoli dan anti persaingan usaha tidak sehat.

Adanya undang-undang anti monopoli ini untuk mengontrol tindakan para pelaku usaha dari perbuatan melakukan praktik monopoli (Rachmadi Usman, 2013)

Secara umum materi dan ruang lingkup dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat ini adalah pasal 17 sampai dengan pasal 24, tentang kegiatan yang dilarang dalam persaingan usaha:

a. Monopoli

Monopoli adalah situasi pasar dimana hanya ada satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha yang “menguasai” suatu produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau penggunaan jasa tertentu, yang akan ditawarkan pada banyak konsumen, yang mengakibatkan pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha tadi dapat mengontrol dan mengendalikan tingkat produksi, harga, dan sekaligus wilayah pemasarannya (Lanny Kusumawati, 2007)

Sementara itu pengertian monopoli dikemukakan pada pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat, yaitu penguasaan atas produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha.

b. Monopsoni

Monopsoni merupakan suatu situasi pasar dimana hanya ada satu pelaku atau satu kelompok pelaku usaha yang menguasai pangsa pasar yang besar dan bertindak sebagai pembeli tunggal, sementara itu pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha yang bertindak sebagai penjual jumlahnya banyak. Akibatnya, pembeli tunggal tersebut dapat mengontrol dan menentukan, bahkan mengendalikan tingkat harga yang diinginkannya. Monopsoni ini dapat mengganggu keseimbangan kepentingan pasar sehingga kegiatan monopsoni ini dilarang dan larangan ini termasuk didalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat pasal 18 dalam bab IV

bagian kedua yang menyatakan bahwa:

- 1). Pelaku usaha dilarang menguasai penerimaan pasokan atau menjadi pembeli tunggal atas barang dan/atau jasa dalam pasar bersangkutan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.
- 2) Pelaku usaha patut diduga atau dianggap menguasai penerimaan pasokan atau menjadi pembeli tunggal sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) apabila satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 50% (lima puluh persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu. Kasus monopsoni sangatlah jarang terjadi dikarenakan hal ini hanya dapat terjadi pada satu waktu atau suatu daerah tertentu.

c. Jual Rugi

Jual rugi atau *predatory pricing* ini diatur dalam pasal 20 Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Kegiatan ini merupakan suatu bentuk penjualan/pemasokan barang dan/jasa yang dilakukan jual rugi (*predatory pricing*) yang bertujuan untuk menghambat persaingan.

Berdasarkan sudut pandang ekonomi, *predatory pricing* ini bisa terjadi dengan menetapkan harga barang yang tidak biasa, dimana harga lebih rendah daripada variabel rata-rata. Dalam praktek penentuan biaya variabel mengatakan sangat sulit dilakukan dan tindakan jual rugi ini dapat mengakibatkan suatu kerugian pada pelaku usaha yang menjadi pesaing mereka.

d. Penetapan biaya secara curang

Penetapan biaya secara curang termasuk dalam kegiatan yang dilarang dalam hukum persaingan usaha, karena kegiatan ini merupakan kecurangan untuk menetapkan biaya produksi. Dalam pasal 21 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan

Usaha Tidak Sehat menjelaskan bahwa pelaku usaha tidak boleh berbuat kecurangan dalam penetapan biaya produksi dan biaya-biaya lainnya yang merupakan bagian dari komponen harga barang dan/atau jasa yang juga berakibat terciptanya persaingan usaha tidak sehat.

e. Penguasaan Pangsa Pasar

Pasal 19 undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat melarang pelaku usaha melakukan kegiatan penguasaan pasar oleh pelaku usaha, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat, yaitu:

- a). Menolak dan/atau menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan;
- b). Menghalangi konsumen atau pelanggan pelaku usaha pesaingnya untuk tidak melakukan hubungan usaha dengan pelaku usaha lain;
- c). Membatasi penjualan barang dan/atau jasa pada pasar bersangkutan;
- d). Melakukan praktek diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu.

f. Oligopoli

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan/atau pemasaran barang dan jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Pelaku usaha patut diduga atau dianggap bersama-sama melakukan penguasaan produksi barang dan jasa, pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 75% (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jenis tertentu.

4. Unsur Persaingan Usaha

Tiga unsur yang harus dicermati dalam

persaingan usaha

1. Pihak-pihak yang bersaing
Manusia merupakan perilaku dan pusat pengendalian bisnis.
2. Segi cara bersaing
3. Objek (barang atau jasa) yang dipersaingkan

C. Jual Beli

Jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, dimana pihak yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerima sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan secara syara' dan disepakati.

Menurut Pasal 1457 KUHPerdata, jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikat dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Sedangkan menurut Abdulkadir Muhammad, perjanjian jual beli adalah perjanjian dengan mana penjual memindahkan atau setuju memindahkan hak milik atas barang kepada pembeli sebagai imbalan sejumlah uang yang disebut harga. Jual beli adalah kegiatan perdagangan yang bertujuan untuk mencari keuntungan. Aktivitas perniagaan sendiri sudah sejak lama menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari hidup manusia. Mulai dari saling tukar menukar barang dengan cara barter hingga menggunakan alat tukar berupa uang dengan berbagai cara seperti saat ini.

D. Harga

Pengertian Harga

Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Harga merupakan cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi penyesuaian dalam penetapan harga barang dalam pemasaran.

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau

kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada satu produk barang atau jasa.

Harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa. Apalagi apabila produk atau jasa yang akan dibeli tersebut merupakan kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan, minuman, dan kebutuhan pokok lainnya, konsumen akan sangat memperhatikan harganya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian tersebut di atas, dapat diambil beberapa Kesimpulan, sebagai berikut:

1. Praktek monopoli dan persaingan yang tidak sehat masih banyak terjadi di Indonesia, baik di masyarakat maupun pengusaha (perusahaan)
2. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 merupakan salah satu upaya Pemerintah Indonesia untuk dapat memenuhi rasa keadilan bagi para pelaku usaha.
3. Masih banyak kendala dalam praktek di lapangan, baik karena kelemahan dari undang-undang tersebut maupun dari subjek hukum, baik Pelapor maupun Terlapor, yang berakibat tidak tercapainya kepastian hukum maupun perlindungan hukum bagi para pihak yang berperkara.
4. Salah satu faktor yang mempengaruhi praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat terhadap jual beli di desa adalah tidak tahunya adalah peraturan perundang-undangan yang mengatur masalah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Hikmahanto Juwana (1999), Sekilas Tentang Hukum Persaingan dan UU No 5 tahun 1999, dalam *jurnal Magister hukum*, vol.1 No 1 september 1999, UII Yogyakarta, h.30
- Lanny Kusumawati (2007), *Hukum Persaingan Usaha*, (Sidoarjo: Laros) h.124.

- Mustafa Kamal Rokan (2010), *Hukum Persaingan Usaha* (Teori dan Praktiknya di Indonesia), Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, h.137
- Rachmadi Usman (2013), *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, (Jakarta:Sinar Grafika), h.63
- Suwinto Johan (2011), *studi Kelayakan pengembangan bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu), h.6-7.
- Zainuddin Ali (2011), *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika), h.24.