

**PERLINDUNGAN HUKUM PELAKU USAHA RETAIL
TRADISIONAL TERHADAP RETAIL MODERN BERDASARKAN
HUKUM PERSAINGAN USAHA
DALAM PERSPEKTIF HAK ASASI MANUSIA**

TESIS

**Disusun untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelara Magister Ilmu Hukum**



Oleh :
NUR ROHIM, S.H.
NIM 21120010

**MAGISTER ILMU HUKUM FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI
(UNDARIS)**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Tesis : PERLINDUNGAN HUKUM PELAKU USAHA
RETAIL TRADISIONAL TERHADAP RETAIL
MODERN BERDASARKAN HUKUM PERSAINGAN
USAHA DALAM PERSPEKTIF HAK ASASI
MANUSIA

Nama Mahasiswa : NUR ROHIM, S.H.

NIM : 21120010

Program Studi : Magister Ilmu Hukum

Tesis ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing dan dinyatakan memenuhi syarat ilmiah untuk dipertahankan dalam Sidang Ujian Tesis yang diselenggarakan oleh Program Studi Magister Ilmu Hukum Undaris.

Persetujuan Dosen Pembimbing diberikan pada hari Sabtu, tanggal 4 Mei 2023.

Tim Dosen Pembimbing

Pembimbing I


Dr. Tri Susilowati, S.H., M.Hum.

Pembimbing II


Dr. Drs. Lamijan, S.H., M.Si.



Mengetahui

Ketua Program Studi Magister Ilmu Hukum


Dr. Drs. Lamijan, S.H., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN TESIS

Judul Tesis : PERLINDUNGAN HUKUM PELAKU USAHA
RETAIL TRADISIONAL TERHADAP RETAIL
MODERN BERDASARKAN HUKUM PERSAINGAN
USAHA DALAM PERSPEKTIF HAK ASASI
MANUSIA

Nama Mahasiswa : NUR ROHIM, S.H.

NIM : 21120010

Program Studi : Magister Ilmu Hukum

Tesis ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dalam Sidang Ujian Tesis dan dinyatakan sah menemuhi syarat serta lulus pada hari hari Sabtu, tanggal 4 Mei 2023.

Dewan Penguji Ujian Tesis

Ketua Penguji.

Dr. Tri Susilowati, S.H., M.Hum.

Anggota Penguji,

Dr. Drs. Lamijan, S.H., M.Si.

Anggota Penguji,

Dr. M. Tohari, S.H., M.H.

Mengetahui



Ketua Program Studi Magister Ilmu Hukum

Dr. Drs. Lamijan, S.H., M.Si.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama Lengkap : NUR ROHIM, S.H.

Tempat, Tanggal Lahir : 12 Februari 1978

NIM : 21120010

Program Studi : Magister Ilmu Hukum

Menyatakan dengan ini sesungguhnya bahwa naskah tesis saya yang berjudul:

**PERLINDUNGAN HUKUM PELAKU USAHA RETAIL TRADISIONAL
TERHADAP RETAIL MODERN BERDASARKAN HUKUM
PERSAINGAN USAHA DALAM PERSPEKTIF HAK ASASI MANUSIA**

Adalah benar-benar merupakan karya asli saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya sendiri dalam naskah tesis tersebut telah diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tersebut tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik, berupa pencabutan tesis dan gelar akademik yang saya peroleh dari tesis tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ungaran, April 2023

Yang Membuat Pernyataan,



NUR ROHIM, S.H.

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan atas kehadiran Allah SWT, berkat karunia-Nya Tesis ini dapat penulis selesaikan. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Magister Hukum (S2) pada Program Pascasarjana Universitas Darul Ulum Islamic Center Sudirman Guppi Ungaran dengan judul **“PERLINDUNGAN HUKUM PELAKU USAHA RETAIL TRADISIONAL TERHADAP RETAIL MODERN BERDASARKAN HUKUM PERSAINGAN USAHA DALAM PERSPEKTIF HAK ASASI MANUSIA”**

Penulis menyadari bahwa Tesis ini melibatkan banyak pihak yang telah berkontribusi baik berupa motivasi, tenaga dan pemikiran yang tak ternilai harganya. Maka perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga dan tulus kepada;

1. Dr. Drs. H. Hono Sejati, S.H., M.Hum., selaku Rektor Universitas Darul Ulum Islamic Center Sudirman Guppi Ungaran yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk mengikuti pendidikan Program Magister Hukum Universitas Darul Ulum Islamic Center Sudirman Guppi Ungaran.
2. Dr. Drs. Lamijan, SH, M. Si., selaku ketua program studi magister ilmu hukum Universitas Darul Ulum Islamic Center Sudirman Guppi Ungaran dan selaku pembimbing II tesis atas kesempatan yang diberikan untuk mengikuti pendidikan Program Magister Hukum Universitas Darul Ulum Islamic Center Sudirman Guppi Ungaran serta telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk bimbingan penyusunan tesis ini

3. Dr. Tri Susilowati, S.H., M.Hum., selaku pembimbing I tesis yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk bimbingan penyusunan tesis ini.
4. Bapak dan Ibu Staf pengajar dan Sekretariat Program Magister Hukum Universitas Darul Ulum Islamic Center Sudirman Guppi Ungaran.
5. Keluargaku terkasih, terima atas doa dan bantuan untuk penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini masih terdapat sejumlah kekurangan yang merupakan kelemahan penulis dalam membuat. Dengan segala hormat, segala bentuk kekurangan penulis mohon dapat dikoreksi oleh penguji pada ujian seminar ini.

Ungaran, April 2023



NUR ROHIM, S.H.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Mengetahui dan mendeskripsikan perlindungan hukum dan hak asasi manusia pelaku usaha retail tradisional terhadap retail modern berdasarkan hukum persaingan usaha di Kota Semarang. 2) Mengetahui dan mendeskripsikan hambatan yang dihadapi dalam perlindungan hukum dan hak asasi manusia pelaku usaha retail tradisional terhadap retail modern berdasarkan hukum persaingan usaha di Kota Semarang. 3) Mengetahui dan mendeskripsikan upaya mengatasi hambatan yang dihadapi dalam perlindungan hukum dan hak asasi manusia pelaku usaha retail tradisional terhadap retail modern berdasarkan hukum persaingan usaha di Kota Semarang.

Metode penelitian dilakukan dengan yuridis empiris, yaitu pendekatan yuridis empiris dalam penelitian ini maksudnya adalah bahwa dalam menganalisis permasalahan dilakukan dengan cara memadukan bahan-bahan hukum (yang merupakan data sekunder) dengan data primer yang diperoleh di lapangan. Sedangkan pendekatan penelitian menggunakan deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan studi pustaka kemudian data yang diperoleh dari hasil penelitian akan dianalisa dengan menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif yang menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di peroleh hasil kesimpulan bahwa : 1) Keadilan adalah roh kebenaran dan entitas setiap orang yang ada di dunia. Terdapat perbedaan makna keadilan berdasarkan situasi dan kondisi masyarakat mencari makna keadilan yang hadir seiring dengan perkembangan masyarakat. 2) Peraturan daerah tentang pengaturan usaha modern dan pemberdayaan usaha ritel kecil di kawasan pemukiman diharapkan dapat memberikan manfaat bagi seluruh pelaku usaha. 3) Hal ini dilakukan supaya praktik kecurangan dapat ditekan oleh pemerintah demi melindungi pelaku usaha ritail lain dan juga para konsumen yang dirugikan.

Kata kunci : Perlindungan Hukum, Hak Asasi Manusia, Pelaku Usaha Retail

ABSTRACT

This study aims to 1) Know and analyze the legal protection and human rights of traditional retail business actors against modern retail based on business competition law in the city of Semarang. 2) Knowing and analyzing the obstacles faced in protecting the law and human rights of traditional retail business actors against modern retail based on business competition law in the city of Semarang. 3) Knowing and analyzing efforts to overcome obstacles faced in protecting the law and human rights of traditional retail business actors against modern retail based on business competition law in Semarang City.

The research method was carried out using an empirical juridical approach, namely an empirical juridical approach in this research. The intention is that in analyzing the problem, it is carried out by combining legal materials (which are secondary data) with primary data obtained in the field. While the research approach uses descriptive data collection techniques through interviews and literature study then the data obtained from the research results will be analyzed using descriptive qualitative analysis methods which analyze, describe, and summarize various conditions, situations from various data collected in the form of interviews or observations. about the problems studied in the field.

Based on the results of the research and discussion, the conclusions are obtained that: 1) Justice is the spirit of truth and the entity of every person in the world. There are differences in the meaning of justice based on the situation and condition of the community looking for the meaning of justice that comes along with the development of society. 2) Regional regulations concerning modern business arrangements and empowerment of small retail businesses in residential areas are expected to provide benefits for all business actors. 3) This is done so that fraudulent practices can be suppressed by the government in order to protect other retail business actors and consumers who are harmed.

Keywords: Legal Protection, Human Rights, Retail Business Operators

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN TESIS	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
PRAKATA	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Kebaruan Penelitian.....	10
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian	11
F. Sistematika Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Konseptual.....	13
B. Landasan Teori	42
1. Teori Perlindungan Konsumen	42
2. Asas Perlindungan Konsumen	49
3. Tujuan Teori Perlindungan Konsumen.....	51
4. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen.....	52
C. Originalitas Penelitian	58
D. Kerangka Berpikir	60

BAB III METODE PENELITIAN	61
A. Jenis Penelitian	61
B. Metode Pendekatan Penelitian	61
C. Lokasi dan Subjek Penelitian	62
D. Sumber dan Jenis Data	62
E. Teknik Pengumpulan Data.....	63
F. Teknik Analisis Data	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
A. Bagaimana Pengaturan Perlindungan Hukum Pelaku Usaha Retail Tradisional Terhadap Retail Modern Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha dalam Perspektif Hak Asasi Manusia.....	66
B. Kendala yang Dihadapi Dalam Perlindungan Hukum Pelaku Usaha Retail Tradisional dan Modern Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha dalam Perspektif Hak Asasi Manusia	85
C. Upaya Dalam Mengatasi Kendala yang Dihadapi Dalam Perlindungan Hukum dan Hak Asasi Manusia Pelaku Usaha Retail Tradisional dan Modern Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha dalam Perspektif Hak Asasi Manusia	92
BAB V PENUTUP.....	100
A. Kesimpulan.....	100
B. Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	103

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dan evolusi ekonomi pada umumnya di bidang ekonomi nasional dan perdagangan pada khususnya telah menghasilkan barang dan/atau jasa konsumsi yang sangat beragam. Selain itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang dibantu oleh perkembangan teknologi telekomunikasi dan informasi telah memperluas ruang transaksi barang dan/atau jasa yang ditawarkan dengan berbagai cara, baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri¹. Sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi terbukanya pasar internasional, pertumbuhan kesejahteraan dan keamanan manusia harus terus dijamin, serta jaminan kualitas, kuantitas, dan keamanan barang dan/atau jasa yang dibeli oleh publik dari pasar². Keuntungan dari perkembangan era globalisasi di pasar nasional dapat membawa keuntungan bagi beberapa pihak bagi konsumen, karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi dan hal ini membuka kebebasan lebih untuk memilih berbagai jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Karena konsumen bukan hanya pembeli, tetapi semua orang (perorangan atau perusahaan) yang mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

¹ Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2008, hal. 1.

² http://repository.usu.ac.id/Lira_Apriana_Sari_Nasution, Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Atas Beredarnya Makanan Kadaluwarsa., (Skripsi, 2011), Diakses 5 Desember 2022 pukul 15.00.

Di satu sisi, kondisi tersebut menguntungkan konsumen, karena kebutuhan akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat dipenuhi dengan berbagai pilihan. Di sisi lain, fenomena ini mendistorsi posisi konsumen terhadap pelaku komersial sehingga konsumen berada pada posisi yang rentan. Khususnya, ketika produk yang dihasilkan oleh pelaku ekonomi adalah barang hingga pedagang dapat menyalahgunakan posisi monopoli mereka. Situasi konsumen yang merugi tinggi memerlukan upaya tambahan untuk melindunginya, sehingga hak-hak konsumen tetap terjaga³. Hak-hak konsumen yang diabaikan oleh pengusaha harus diperiksa dan dilindungi undang-undang karena posisi konsumen yang rentan. Karena salah satu sifat dan tujuan hukum adalah memberikan perlindungan (*protection*) kepada masyarakat⁴.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka penting untuk memperkuat kekuatan konsumen dengan menciptakan undang-undang yang melindungi kepentingan konsumen secara komprehensif dan holistik serta dapat ditegakkan secara sosial. Oleh karena itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan sebagai landasan hukum yang kuat bagi lembaga pemerintah dan nonpemerintah untuk berupaya memberdayakan konsumen melalui pendidikan dan penyadaran konsumen⁵. Menurut Sudaryatmo, kondisi ini menunjukkan bahwa permasalahan perlindungan konsumen sangat kompleks, karena konsumen tidak hanya dihadapkan pada situasi dimana mereka harus memilih apa yang diinginkan (yang terbaik), tetapi juga situasi dimana mereka tidak dapat melakukan pilihan sendiri

³ Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2017, hal. 9.

⁴ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: PT Grasindo, 2000, hal. 9.

⁵ Adrian Sutedi, *Opcit*, hal. 1.

karena pengusaha “memonopoli” segala macam kebutuhan konsumen dalam kehidupan sehari-harinya⁶.

Perlindungan hukum bagi konsumen penting untuk menjaga keseimbangan hubungan hukum antara pedagang dan konsumen. Hubungan yang harmonis antara konsumen dan pemilik usaha harus dijaga, namun terkadang pemilik usaha gagal memenuhi tanggung jawabnya untuk melindungi konsumen. Oleh karena itu konsumen membutuhkan perlindungan hukum yang dapat dijadikan sebagai acuan perlindungan konsumen⁷. Konsumen saat ini membutuhkan informasi yang lebih relevan dibandingkan lima puluh tahun yang lalu, karena semakin banyak produk, merek dan tentunya penjual, daya beli konsumen semakin meningkat dan varian merek yang ada di pasar semakin banyak. tahu, dan saat ini model produksi berubah lebih cepat karena transportasi dan komunikasi menjadi lebih mudah, yang memudahkan produsen atau pelaku bisnis yang berbeda⁸.

Perlindungan konsumen, baik substantif maupun formal, dinilai semakin penting karena perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, yang menjadi pendorong produktivitas dan efisiensi pengusaha dalam kaitannya dengan barang atau jasa yang mereka hasilkan untuk mencapai tujuan bisnis. Undang-undang Perlindungan Konsumen 8 tahun 1999 (selanjutnya CPA) bertujuan untuk memberikan dasar hukum yang kuat kepada masyarakat untuk bekerja menuju pemberdayaan konsumen melalui pelatihan dan pendidikan konsumen. UUPK sendiri berupaya menjamin keamanan dan perlindungan konsumen dan pelaku

⁶ Happy Santoso, *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta: Visimedia, 2010, hal. 2-4

⁷ 9Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015, hal. 9.

⁸ Erman Raja Gukguk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Mandar Maju, 2003, hal. 2.

usaha, khususnya usaha yang jujur bagi pelaku usaha, agar konsumen tidak mengalami kerugian akibat barang dan/atau jasa yang digunakan konsumen. Tentunya tujuan utama dari penyusunan undang-undang perlindungan konsumen ini adalah untuk mengedukasi konsumen, karena alasan utama mengapa konsumen sering mengalami kerugian adalah lemahnya konsumen akibat rendahnya pendidikan konsumen⁹.

Seiring berjalannya waktu, banyak masyarakat yang menjadi urbanisasi dengan berbelanja di supermarket dibandingkan dengan pasar tradisional atau bahkan toko yang menjual berbagai keperluan rumah tangga karena masyarakat menganggap berbelanja di supermarket lebih nyaman dan praktis dibandingkan pasar tradisional. Berdasarkan Pasal 1(5) Perpres No. 112 Tahun 2007 juncto Pasal 1(5) Kepmen No. 112 Tahun 2007. 53 Tahun 2008 yang berarti ritel modern: “Modern store atau toko modern, yaitu toko yang dilengkapi dengan sistem swalayan, yang menjual berbagai barang dalam bentuk eceran berupa *convenience store, supermarket, department store, hypermarket* atau *wholesaler*.” Supermarket atau toko retail modern juga saat ini menjadi pilihan masyarakat modern sebagai alternatif belanja kebutuhan sehari-hari. Perkembangan ritel modern semakin pesat dan tak terelakkan setiap tahunnya. Mungkin juga produk yang cacat lolos dari pemeriksaan kontrol kualitas yang sesuai, rusak dalam pengiriman, atau melewati tanggal pembuatan.

⁹ Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2018, hal, 14.

Menurut Kotler dan Armstrong, *retailing* adalah transaksi antara produsen dan konsumen secara langsung, tanpa perantara. Ritel di masyarakat selalu sama dan terbatas pada perdagangan kebutuhan sehari-hari seperti sembako, perawatan pribadi dan barang-barang rumah tangga¹⁰. Secara umum perkembangan jenis ritel terbagi menjadi dua bagian yaitu ritel modern dan ritel tradisional. Ritel modern adalah suatu bentuk ritel yang memerlukan kemampuan modernisasi dengan menawarkan kemudahan dan kenyamanan berbelanja, kepastian harga, dan variasi barang¹¹. Keistimewaan lain dari ritel modern adalah permodalan yang kuat, dapat menggunakan kartu kredit dan kartu debit untuk membayar, menerapkan prinsip swalayan, terdapat banyak penawaran dan reward. Biasanya, bisnis ritel ini dikelola oleh pihak swasta. Meskipun ritel tradisional merupakan jenis ritel yang masih banyak digunakan oleh peritel yang tinggal di daerah dan pinggiran kota. Ciri utama pedagang ini adalah manajemen yang tidak profesional, modal kecil, produk yang dijual tidak begitu banyak jenis dan merknya. Tawar-menawar harga, kontrak tunai, penawaran langka, kondisi bangunan umumnya sempit dan tidak terawat¹². Jadi, menurut penjelasan ini, Indomaret termasuk dalam jenis ritel modern dan Ruokakojut dalam jenis ritel tradisional. Di Semarang, terdapat berbagai bentuk ritel modern seperti *minimarket*, *supermarket*, *department store*, *hypermarket* ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.

¹⁰ Michael Adiwijaya, *8 Jurus Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia*, Jakarta:PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia 2010, hal. 1.

¹¹ Dwi Suhartanto, *Ritel Pengelolaan dan Pemasaran*, Bandung: Alfabeta CV, 2017, hal. 5.

¹² Dianur Himawati & Chaikal Nuryakin, Keberadaan Ritel Modern dan Dampaknya Terhadap Pasar Tradisional di DKI Jakarta, *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, Vol.17, No.2, Januari 2017, hal. 196.

Dalam industri retail yang terus berkembang, saat ini sedang berkembang retail modern seperti minimarket. Pertumbuhan minimarket lebih dari 15% per tahun. Salah satu mini market terbesar di Indonesia adalah Indomaret dengan total >16.336 toko (per Januari 2019) dan berkembang hingga 7 toko per hari. Saat ini terdapat 28 kantor di berbagai wilayah Indonesia.⁷ Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menawarkan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas ritel kurang dari 200 m². Pengecer yang sudah ada sebelumnya, misalnya toko tradisional atau yang lebih dikenal dengan dapur, yang merupakan industri kecil/usaha keluarga yang mempekerjakan 1-5 orang yang biasanya anggota keluarga sendiri dan memiliki modal yang relatif kecil, menawarkan kebutuhan sehari-hari dan tersebar luas di pemukiman penduduk¹³.

Hadirnya mini market khususnya Indomaret di kawasan pemukiman memberikan warna baru bagi dunia usaha dan secara tidak langsung menunjukkan bahwa sistem ekonomi kapitalis mulai menjajah. Sistem kapitalis sangat menguntungkan bagi pemilik modal yang sangat leluasa untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya dan dengan mudah mengembangkan usahanya. Sementara itu, pedagang tradisional dengan modal kecil sulit mengembangkan usahanya jika tidak mampu bersaing dengan peritel modern. Pada awalnya ritel modern hanya merambah wilayah perkotaan di Indonesia, namun teknologi yang terus berkembang dan kebutuhan ekonomi yang terus berkembang membuat ritel modern semakin menjangkau konsumen di pelosok daerah, memicu perdebatan

¹³ Wita Dwika Listihana, et al., Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Modal Kerja dan Pendapatan warung Tradisional Di Kecamatan Rumbai Pekan Baru, *Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol.11, No.1/ Maret 2014, hal. 556.

tentang jarak antara pendirian Indomaret yang bahkan jaraknya hanya beberapa meter.

Sementara itu, pasar tradisional merupakan pasar yang didirikan dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, BUMN dan BUMD, termasuk kerjasama dengan swasta dengan fasilitas berupa toko kecil milik/dikelola, kios, bazar dan tenda, pedagang besar menengah, LSM atau koperasi dengan usaha kecil, modal kecil dan yang jual beli barang melalui negosiasi¹⁴. Keterbatasan pasar tradisional di atas tampaknya tidak mencerminkan pentingnya ritel tradisional secara keseluruhan. Sebab, berbeda dengan definisi toko modern secara detail, mulai dari yang terkecil (*mini market*) hingga yang terbesar (*supermarket*), definisi pasar tradisional hanya menggambarkan keberadaan suatu tempat yang besar (atau cukup besar) dengan toko, kios, dan departemen, pertokoan, tempat usaha milik pedagang dan tempat orang berbelanja kebutuhan sehari-hari. Sebuah hasil kajian dipaparkan oleh Utomo bahwa kondisi usaha dan kinerja pedagang pasar tradisional menunjukkan penurunan setelah beroperasinya *hypermart*¹⁵.

Perlindungan konsumen baik substantif maupun formal dinilai semakin penting mengingat perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang menjadi pendorong produktivitas dan efisiensi pelaku ekonomi dalam kaitannya dengan barang atau jasa yang dihasilkannya dan diupayakan tercapainya tujuan komersialnya. Upaya pemerintah untuk mengembangkan toko modern diatur dengan Keputusan Presiden No. 112 Tahun 2007 tentang Pengembangan Pasar

¹⁴ Tri Joko Utomo, Persaingan Bisnis Ritel: Tradisional vs Modern (The Competition of Retail Business: Traditional vs Modern), *Fokus Ekonomi*, Vol. 6 No. 1, Juni 2011, hal. 124.

¹⁵ *Ibid.*, hal. 125.

Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, yang mengatur tentang kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tradisional, pasar kecil¹⁶ dan perusahaan menengah di wilayah ini. Perhatikan juga jarak antara pusat perbelanjaan atau supermarket dengan pasar tradisional yang sudah ada sebelumnya.

Lebih lanjut, dijelaskan pada Undang-undang Perlindungan Konsumen 8 tahun 1999 (selanjutnya UUPK) bertujuan untuk memberikan dasar hukum yang kuat kepada masyarakat untuk bekerja menuju pemberdayaan konsumen melalui pelatihan dan pendidikan konsumen. UUPK sendiri berupaya menjamin keamanan dan perlindungan konsumen dan pelaku usaha, khususnya usaha yang jujur bagi pelaku usaha, agar konsumen tidak mengalami kerugian akibat barang dan/atau jasa yang digunakan konsumen. Tentunya, tujuan utama dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini adalah untuk mengedukasi konsumen karena penyebab utama kerugian konsumen adalah edukasi konsumen yang disebabkan oleh kelemahan konsumen¹⁷.

Cakupan penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga luas, mencakup barang dan jasa mulai dari tahap operasional hingga akibat penggunaan barang atau jasa tersebut. Perlindungan konsumen juga tidak berlaku untuk barang inferior, tetapi juga untuk barang yang merugikan konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen biasanya tidak memiliki informasi yang lengkap mengenai produk yang

¹⁶ Peraturan Presiden Nomor 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat berbelanja dan toko modern, pasal 4 ayat (1) huruf (a) dan (b).

¹⁷ Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Komsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2018, hal. 14.

dibelinya¹⁸. Oleh karena itu kebutuhan konsumen akan informasi produk juga sangat penting terutama pada tahap *presale*, karena konsumen dapat berhati-hati dalam menggunakan sumber keuangan yang tersedia untuk membeli produk yang sesuai dengan kebutuhannya jika konsumen salah menerima informasi yang dapat merugikan konsumen.

Berdasarkan fenomena yang ada, ketika BPOM Kota Semarang melakukan tindakan dan penyusuran akan toko ritel yang berada di Kota Semarang, menemukan bahwa terdapat 12 retail modern yang kita sambangi, empat lokasi di antaranya ternyata menjual 24 produk makanan yang ternyata kondisinya sudah kedaluwarsa. Ada juga yang kaleng makanannya penyok-penyok dan rusak¹⁹. Berdasarkan studi kasus di atas pada hakekatnya sangat merugikan konsumen dan bertentangan dengan ketentuan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen. Namun, tidak semua konsumen mengetahui kerugian yang dialami konsumen. Dalam hal ini, dimana letak kesalahannya, apakah pedagang tersebut rajin melakukan pemeriksaan dan pemeriksaan terhadap barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen, ataukah karena kesengajaan pedagang.

Akibatnya, timbul banyak pertanyaan dari konsumen mengenai bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen maka berdasarkan uraian latar belakang diatas ini akan dibahas serta dikaji dan dituangkan dalam bentuk penulisan yang

¹⁸ Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Depok: Predana Media Grup, 2018, hal. 6.

¹⁹ Akhtur Gumilang, Waspada 4 Retail Modern Di Semarang Kedapatan Jual Makanan Kadaluwarsa, *Tribun news*, <https://banyumas.tribunnews.com/2020/05/05/waspada-4-retail-modern-di-semarang-kedapatan-jual-makanan-kadaluwarsa>, diakses pada 6 Desember 2022 pukul 05.00.

berjudul **“Perlindungan Hukum Pelaku Usaha Retail Tradisional Terhadap Retail Modern Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha dalam Perspektif Hak Asasi Manusia”**

B. Kebaruan Penelitian

Adanya keterbaruan dalam penelitian ini adalah dalam penelitian ini mengedepankan aspek perlindungan pelaku usaha dan menganalisis aspek hak asasi manusia pada pelaku usaha retail.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaturan perlindungan hukum pelaku usaha retail tradisional terhadap retail modern berdasarkan hukum persaingan usaha dalam perspektif hak asasi manusia
2. Apa saja hambatan yang dihadapi dalam perlindungan hukum pelaku usaha retail tradisional terhadap retail modern berdasarkan hukum persaingan usaha dalam perspektif hak asasi manusia ?
3. Bagaimana upaya mengatasi hambatan yang dihadapi dalam perlindungan hukum dan hak asasi manusia pelaku usaha retail tradisional terhadap retail modern berdasarkan hukum persaingan usaha dalam perspektif hak asasi manusia ?

D. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis dan mendeskripsikan perlindungan hukum pelaku usaha retail tradisional terhadap retail modern berdasarkan hukum persaingan usaha dalam perspektif hak asasi manusia.

2. Menganalisis dan mendeskripsikan hambatan yang dihadapi dalam perlindungan hukum pelaku usaha retail tradisional terhadap retail modern berdasarkan hukum persaingan usaha dalam perspektif hak asasi manusia.
3. Menganalisis dan mendeskripsikan upaya mengatasi hambatan yang dihadapi dalam perlindungan hukum pelaku usaha retail tradisional terhadap retail modern berdasarkan hukum persaingan usaha dalam perspektif hak asasi manusia.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Menambah ilmu pengetahuan dan referensi sejenis dari ilmu retail khususnya tentang perlindungan hukum pelaku usaha retail tradisional terhadap retail modern berdasarkan hukum persaingan usaha dalam perspektif hak asasi manusia.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menyelesaikan perlindungan hukum pelaku usaha retail tradisional terhadap retail modern berdasarkan hukum persaingan usaha dalam perspektif hak asasi manusia.

F. Sistematika Penelitian

Sistematika tesis ini disusun sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, keterbaruan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika tesis.

Bab II Tinjauan Pustaka berisi tentang landasan konseptual, landasan teori, orisinalitas penelitian, kerangka pemikiran.

Bab III Metode Penelitian berisi tentang jenis penelitian, metode pendekatan, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan meliputi perlindungan hukum pelaku usaha retail tradisional terhadap retail modern berdasarkan hukum persaingan usaha dalam perspektif hak asasi manusia, hambatan yang dihadapi perlindungan hukum pelaku usaha retail tradisional terhadap retail modern berdasarkan hukum persaingan usaha dalam perspektif hak asasi manusia, serta upaya mengatasi kendala dalam perlindungan hukum pelaku usaha retail tradisional terhadap retail modern berdasarkan hukum persaingan usaha dalam perspektif hak asasi manusia.

Bab V Penutup, bab ini merupakan bab penutup yang berisikan tentang kesimpulan dan saran dari penulis yang mungkin berguna sebagai salah satu upaya dalam menjawab permasalahan yang ada.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Konseptual

1. Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah upaya melindungi yang dilakukan pemerintah atau penguasa dengan sejumlah peraturan yang ada. Berikut pengertian dan cara memperolehnya. Semua orang berhak memperoleh perlindungan hukum. Dengan hadirnya hukum dalam kehidupan bermasyarakat, berguna untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan kepentingan-kepentingan yang biasa bertentangan antara satu sama lain. Maka dari itu, hukum harus bisa mengintegrasikannya sehingga benturan-benturan kepentingan itu dapat ditekan seminimal mungkin. Pengertian terminologi hukum dalam bahasa Indonesia menurut KBBI adalah peraturan atau adat yang secara resmi dianggap mengikat, yang dikukuhkan oleh penguasa ataupun pemerintah, undang-undang, peraturan, dan sebagainya untuk mengatur pergaulan hidup masyarakat, patokan atau kaidah tentang peristiwa alam tertentu, keputusan atau pertimbangan yang ditetapkan oleh hakim dalam pengadilan, atau vonis.²⁰ Pendapat mengenai pengertian untuk memahami arti hukum yang dinyatakan oleh Dr. O. Notohamidjojo, SH Hukum ialah keseluruhan peraturan yang tertulis dan tidak tertulis yang biasanya bersifat memaksa untuk kelakuan manusia dalam masyarakat negara serta antara negara yang berorientasi pada

²⁰ Tim penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan pengembangan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi kedua, cet. 1, (Jakarta: Balai Pustaka, 1991) Hal 595

dua asas, yaitu keadilan dan daya guna, demi tata dan damai dalam masyarakat.²¹ Menurut Prof. Mahadi, SH pengertian hukum seperangkat norma yang mengatur laku manusia dalam masyarakat. Menurut Soedjono Dirdjosisworo bahwa pengertian hukum dapat dilihat dari delapan arti, yaitu hukum dalam arti penguasa, hukum dalam arti para petugas, hukum dalam arti sikap tindakan, hukum dalam arti sistem kaidah, hukum dalam arti jalinan nilai, hukum dalam arti tata hukum, hukum dalam arti ilmu hukum, hukum dalam arti disiplin hukum. Berbagai definisi yang telah di kemukakan dan di tulis oleh para ahli hukum, yang pada dasarnya memberikan suatu batasan yang hampir bersamaan, yaitu bahwa hukum itu memuat peraturan tingkah laku manusia.²² Dalam kamus besar Bahasa Indonesia Perlindungan berasal dari kata lindung yang memiliki arti mengayomi, mencegah, mempertahankan, dan membentengi. Sedangkan Perlindungan berarti konservasi, pemeliharaan, penjagaan, asilun, dan bunker. Secara umum, perlindungan berarti mengayomi sesuatu dari hal-hal yang berbahaya, sesuatu itu bisa saja berupa kepentingan maupun benda atau barang. Selain itu perlindungan juga mengandung makna pengayoman yang diberikan oleh seseorang terhadap orang yang lebih lemah. Dengan demikian, perlindungan hukum dapat diartikan Perlindungan oleh hukum atau perlindungan dengan menggunakan pranata dan sarana hukum. Namun dalam hukum Pengertian perlindungan hukum adalah Segala daya upaya yang di lakukan secara sadar oleh setiap orang maupun lembaga pemerintah, swasta yang

²¹ Syamsul Arifin, Pengantar Hukum Indonesia, Medan:Medan area University Press,2012,Hal 5-6.

²² *Ibid.*

bertujuan mengusahakan pengamanan, penguasaan dan pemenuhan kesejahteraan hidup sesuai dengan hak-hak asasi yang ada sebagaimana di atur dalam Undang-undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia.²³ Dengan kata lain perlindungan hukum sebagai suatu gambaran dari fungsi hukum, yaitu konsep dimana hukum dapat memberikan suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan dan kedamaian. Adapun pendapat yang dikutip dari beberapa ahli mengenai perlindungan hukum sebagai berikut:

1. Menurut Satjito Rahardjo perlindungan hukum adalah adanya upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu Hak Asasi Manusia kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut.
2. Menurut Setiono perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk Melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia..
3. Menurut Muchsin perlindungan hukum adalah kegiatan untuk melindungi individu dengan menyasikan hubungan nilai-nilai atau kaidah-kaidah yang menjelma dalam sikap dan tindakan dalam menciptakan adanya ketertiban dalam pergaulan hidup antara sesama manusia..
4. Menurut Philipus M. Hadjon Selalu berkaitan dengan kekuasaan. Ada dua kekuasaan pemerintah dan kekuasaan ekonomi. Dalam hubungan dengan

²³ <http://tesishukum.com/pengertian-perlindungan-hukum/> di akses pada Desember 2022

kekuasaan pemerintah, permasalahan perlindungan hukum bagi rakyat (yang diperintah), terhadap pemerintah (yang memerintah). Dalam hubungan dengan kekuasaan ekonomi, permasalahan perlindungan hukum adalah perlindungan bagi si lemah (ekonomi) terhadap si kuat (ekonomi), misalnya perlindungan bagi pekerja terhadap pengusaha.²⁴

Pada dasarnya perlindungan hukum tidak membedakan terhadap kaum pria maupun wanita. Indonesia sebagai negara hukum berdasarkan Pancasila haruslah memberikan perlindungan hukum terhadap warga masyarakatnya karena itu perlindungan hukum tersebut akan melahirkan pengakuan dan perlindungan hak asasi manusia dalam wujudnya sebagai makhluk individu dan makhluk sosial dalam wadah negara kesatuan yang menjunjung tinggi semangat kekeluargaan demi mencapai kesejahteraan bersama.

Bentuk & Sarana Perlindungan Hukum Menurut R. La Porta dalam *Jurnal of Financial Economics*, bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh suatu negara memiliki dua sifat, yaitu bersifat pencegahan (*prohibited*) dan bersifat hukuman (*sanction*).²⁵ Bentuk perlindungan hukum yang paling nyata adalah adanya institusi-institusi penegak hukum seperti pengadilan, Kejaksaan, Kepolisian, dan lembaga-lembaga penyelesaian sengketa diluar pengadilan (*non-litigasi*) lainnya. Perlindungan yang di maksud dengan bersifat pencegahan (*prohibited*) yaitu membuat peraturan, Sedangkan Perlindungan yang di maksud bersifat

²⁴ Asri Wijayanti, pengantar hukum, indoneisa. hal 10.

²⁵ R. La Porta "Investor Protection and Corporate governance" *Jurnal Of financial Economics* 58 (1 January) 2000

hukuman (*sanction*) yaitu menegakkan peraturan. Adapun tujuan serta cara pelaksanaannya antara lain sebagai berikut :

1. Membuat peraturan ,yang bertujuan untuk :
 - a. Memberikan hak dan kewajiban
 - b. Menjamin hak-hak pra subyek hukum
2. Menegakkan peraturan Melalui :
 - a. Hukum administrasi negara yang berfungsi untuk mencegah terjadinya pelanggaran hak-hak dengan perizinan dan pengawasan.
 - b. Hukum pidana yang berfungsi untuk menanggulangi setiap pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan, dengan cara mengenakan sanksi hukum berupa sanksi pidana dan hukuman.
 - c. Hukum perdata yang berfungsi untuk memulihkan hak dengan membayar kompensasi atau ganti kerugian.²⁶

Pada perlindungan hukum di butuhkan suatu wadah atau tempat dalam pelaksanaannya yang sering di sebut dengan sarana perlindungan hukum. Sarana perlindungan hukum di bagi menjadi dua macam yaitu sebagai berikut:

1. Sarana Perlindungan Hukum Preventif, Pada perlindungan hukum preventif ini, subyek hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah

²⁶ Wahyu Sasongko, Ketentuan-ketentuan pokok hukum perlindungan konsumen, Bandar Lampung:Universitas Lampung, 2007, hal 31

mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa. Perlindungan hukum preventif sangat besar artinya bagi tindak pemerintahan yang didasarkan pada kebebasan bertindak karena dengan adanya perlindungan hukum yang preventif pemerintah terdorong untuk bersifat hati-hati dalam mengambil keputusan yang didasarkan pada diskresi. Di Indonesia belum ada pengaturan khusus mengenai perlindungan hukum preventif

2. Sarana Perlindungan Hukum Represif, Perlindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Peradilan Administrasi di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini. Prinsip perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah bertumpu dan bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia karena menurut sejarah dari barat, lahirnya konsep-konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia diarahkan kepada pembatasan-pembatasan dan peletakan kewajiban masyarakat dan pemerintah. Prinsip kedua yang mendasari perlindungan hukum terhadap tindak pemerintahan adalah prinsip negara hukum. Dikaitkan dengan pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia, pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia mendapat tempat utama dan dapat dikaitkan dengan tujuan dari negara hukum.²⁷

²⁷ <http://suduthukum.com/2015/09/perlindungan-hukum.html> diakses pada Desember 2022

2. Hak Asasi Manusia

Hak asasi manusia adalah sebuah konsep hukum dan normatif yang menyatakan bahwa manusia memiliki hak yang melekat pada dirinya karena ia adalah seorang manusia. Hak asasi manusia adalah bahwa sebagai anugerah dari Tuhan terhadap makhluknya, hak asasi tidak boleh dijauhkan atau dipisahkan dari dipisahkan dari eksistensi pribadi individu atau manusia tersebut. Hak asasi tidak bisa dilepas dengan kekuasaan atau dengan hal-hal lainnya, Bila itu sampai terjadi akan memberikan dampak kepada manusia yakni manusia akan kehilangan martabat yang sebenarnya menjadi inti nilai kemanusiaan. Walaupun demikian, bukan berarti bahwa perwujudan hak asasi manusia dapat dilaksanakan secara mutlak karena dapat melanggar hak asasi orang lain. Memperjuangkan hak sendiri sembari mengabaikan hak orang lain merupakan tindakan yang tidak manusiawi. Kita wajib menyadari bahwa hak-hak asasi kita selalu berbatasan dengan hak-hak asasi orang lain, karena itulah ketaatan terhadap aturan menjadi penting.²⁸ Berdasarkan ketentuan dalam pasal 1 ayat (1) undang-undang Nomor 39 tahun 1999 tersebut sudah dijelaskan bahwa hak asasi manusia merupakan hak yang paling hakiki yang dimiliki oleh manusia dan tidak dapat diganggu gugat oleh siapapun, oleh karena itu terhadap hak asasi manusia negara sebagai pelindung warganya diharapkan dapat mengakomodir kepentingan dan hak dari warga negaranya tersebut. hak asasi manusia dipercaya memiliki nilai yang universal. Nilai universal berarti tidak mengenal

²⁸ <http://umum-pengertian./2016/01/pengertian-hak-asasi-manusia-ham-umum.html> diakses pada Desember 2022

batas ruang dan waktu, nilai universal ini yang kemudian diterjemahkan dalam berbagai produk hukum nasional diberbagai negara untuk dapat melindungi dan menegakkan nilai-nilai kemanusiaan. Bahkan nilai universal ini dikukuhkan dalam instrumen internasional, termasuk perjanjian internasional dibidang hak asasi manusia. Namun kenyataan menunjukkan bahwa nilai-nilai hak asasi manusia yang universal ternyata dalam penerapannya tidak memiliki kesamaan yang seragam. Hak dalam hak asasi manusia mempunyai kedudukan atau derajat utama dan pertama dalam hidup bermasyarakat karena keberadaan hak asasi hakikatnya telah dimiliki, disandang dan melekat dalam pribadi manusia sejak saat kelahirannya. Seketika itu pula muncul kewajiban manusia lain untuk menghormatinya.²⁹ Hak asasi manusia memiliki ciri-ciri khusus jika dibandingkan dengan hak-hak yang lain. Ciri khusus hak asasi manusia sebagai berikut :

1. Tidak dapat dicabut, artinya hak asasi manusia tidak dapat dihilangkan atau diserahkan.
2. Tidak dapat dibagi, artinya semua orang berhak mendapatkan semua hak, apakah hak sipil atau hak ekonomi, sosial dan budaya.
3. Hakiki, artinya hak asasi manusia adalah hak asasi semua umat manusia yang sudah ada sejak lahir.

²⁹ A. Masyhur Effendi, *Perkembangan Dimensi Hak asasi Manusia (HAM) & proses dinamika penyusunan hukum hak asasi manusia (HAKHAM)*, Ghalia utama, bogor, 2005, hal.8.

4. Universal, artinya hak asasi manusia berlaku untuk semua orang tanpa memandang status, suku bangsa, gender, atau perbedaan lainnya.

Persamaan adalah salah satu ide-ide hak asasi manusia yang mendasar.

Hak asasi manusia adalah hak yang melekat pada diri setiap manusia sejak awal dilahirkan yang berlaku seumur hidup dan tidak dapat diganggu gugat oleh siapapun.ada bermacam-macam hak asasi manusia yaitu :

1. Hak-hak asasi pribadi atau *personal rights*, yang meliputi kebebasan menyatakan pendapat, kebebasan memeluk agama, kebebasan bergerak, dan sebagainya. hak-hak asasi pribadi ini sebagai berikut : Hak kebebasan untuk bergerak, berpergian, dan berpindah-pindah tempat, hak kebebasan untuk memilih dan aktif dalam organisasi atau perkumpulan, dan kebebasan untuk memilih, memeluk, menjalankan agama dan kepercayaan yang diyakini masing-masing.
2. Hak-hak asasi ekonomi atau *property rights* yaitu hak untuk memiliki sesuatu, membeli, dan menjual serta memanfaatkannya. Hak-hak asasi ekonomi ini sebagai berikut : hak kebebasan melakukan kegiatan jual beli, hak kebebasan mengadakan perjanjian kontrak, hak kebebasan memiliki sesuatu dan hak memiliki atau mendapatkan pekerjaan yang layak.
3. Hak-hak asasi politik atau *political rights* yaitu hak untuk ikut serta dalam pemerintahan, hak pilih (dipilih dan memilih dalam suatu pemilihan umum), hak untuk mendirikan partai politik dan sebagainya. Hak-hak asasi politik ini sebagai berikut : hak untuk memilih dan dipilih dalam suatu pemilihan, hak ikut serta dalam kegiatan pemerintahan, hak membuat dan mendirikan

partai politik serta organisasi politik lainnya, dan hak untuk membuat dan mengajukan suatu usulan petisi.

4. Hak-hak asasi untuk mendapatkan perlakuan yang sama dalam hukum dan pemerintahan, yaitu hak yang berkaitan dengan kehidupan hukum dan pemerintahan atau *rights of legal equality*. Hak-hak asasi hukum sebagai berikut : hak mendapatkan perlakuan yang sama dalam hukum dan pemerintahan, hak untuk menjadi pegawai negeri sipil, dan hak untuk mendapatkan layanan dan perlindungan hukum.
5. Hak-hak asasi sosial dan kebudayaan atau *social and culture rights* yaitu hak untuk memilih pendidikan, hak untuk mengembangkan kebudayaan dan sebagainya. Hak-hak asasi sosial budaya ini sebagai berikut : hak menentukan, memilih, dan mendapatkan pendidikan, hak mendapatkan pengajaran, dan hak untuk mengembangkan budaya yang sesuai dengan bakat dan minat.
6. Hak asasi untuk mendapatkan perlakuan tata cara peradilan dan perlindungan atau *procedural rights* yaitu peraturan dalam penahanan, penangkapan, penggeledahan, peradilan dan sebagainya. Hak-hak asasi peradilan ini sebagai berikut: hak mendapatkan pembelaan hukum dipengadilan. Dan hak persamaan atas perlakuan penggeledahan, penangkapan, penahanan, dan penyelidikan di muka hukum.

Pemenuhan hak asasi manusia dalam suatu negara, tidak lepas dari adanya suatu kewajiban yang timbul baik oleh suatu negara atau masyarakat dalam negara tersebut sehingga muncul suatu keharmonisan yang berjalan secara selaras dan seimbang antara hak dan kewajiban manusia.³⁰

³⁰ <http://fh.unsoed.ac.id/sites/default/files/Skripsi%20Netty.pdf> diakses pada Desember 2022

Kedelapan hak yang tertera dan dijelaskan secara rinci dalam undang-undang hak asasi manusia tersebut cukup memberikan gambaran jelas jika pemerintah Indonesia pada dasarnya memiliki kepedulian terhadap hak asasi manusia di Indonesia, yaitu sebagai berikut :

1. Setiap orang berhak atas perlindungan diri pribadi, keluarga, kehormatan, martabat, dan hak miliknya.
2. Setiap orang berhak atas pengakuan di depan hukum sebagai manusia pribadi dimana saja ia berada.
3. Setiap orang berhak atas rasa aman dan tenteram serta perlindungan terhadap ancaman ketakutan untuk berbuat atau tidak berbuat sesuatu.
4. Setiap orang tidak boleh diganggu yang merupakan hak yang berkaitan dengan kehidupan pribadi di dalam tempat kediamannya.
5. Setiap orang berhak atas kemerdekaan dan rahasia dalam hubungan komunikasi melalui sarana elektronik tidak boleh diganggu, kecuali atas perintah hakim atau kekuasaan lain yang sah sesuai dengan undang-undang.
6. Setiap orang berhak untuk bebas dari penyiksaan, penghukuman, atau perlakuan yang kejam, tidak manusiawi, penghilangan paksa, dan penghilangan nyawa.
7. Setiap orang tidak boleh ditangkap, ditekan, disiksa, dikucilkan, dasingkan, atau dibuang secara sewenang-wenang.
8. Setiap orang berhak hidup dalam tatanan masyarakat dan kenegaraan yang damai, aman, dan tenteram, yang menghormati, melindungi dan

melaksanakan 20 sepenuhnya hak asasi manusia dan kewajiban dasar manusia sebagaimana diatur dalam undang-undang.

Perlindungan hak asasi manusia upaya perlindungan hak asasi manusia penekanannya pada berbagai tindakan pencegahan terhadap terjadinya pelanggaran hak asasi manusia. Perlindungan hak asasi manusia terutama melalui pembentukan instrumen hukum dan kelembagaan hak asasi manusia. Juga dapat melalui berbagai faktor yang berkaitan dengan upaya pencegahan hak asasi manusia yang dilakukan individu maupun masyarakat dan negara. Negaralah yang memiliki tugas utama untuk melindungi warga negaranya termasuk hak- hak asasinya. Meskipun di Indonesia telah ada jaminan secara konstitusional maupun telah dibentuk lembaga untuk penegakannya, tetapi belum menjamin bahwa hak asasi manusia dilaksanakan dalam kenyataan kehidupan sehari-hari atau dalam pelaksanaan pembangunan.³¹ Lembaga-lembaga perlindungan Hak Asasi Manusia, di indonesia pelaksanaannya upaya perlindungan hak asasi manusia dilakukan oleh lembaga milik pemerintah dan lembaga milik swasta lain yang berwenang, antara lain :

1. Kepolisian
2. Kejaksaan
3. Komnas HAM
4. Pengadilan HAM di indonesia
5. Lembaga bantuan hukum indonesia (YLBHI)
6. Biro konsultasi dan bantuan hukum perguruan tinggi

³¹ <http://berryjerryberry.blogspot.co.id/2015/05/pengertian-ham-perlindungan-ham-conto-h.html> diakses pada Desember 2022

7. Komnas anak

Undang-undang 1945 menjamin perlindungan hak asasi manusia, misalnya pengakuan dan jaminan hak atas persamaan hukum, jaminan hak untuk bebas dari tindakan diskriminasi dalam berbagai bentuknya, hak untuk bebas dari penyiksaan, dan lain sebagainya. Undang-undang No.39 tahun 1999, selain mengatur tentang berbagai hak yang dijamin, juga menjelaskan tentang tanggung jawab pemerintah dalam penghormatan, perlindungan dan pemenuhan hak asasi manusia, serta mengatur tentang komisi nasional hak asasi manusia. Jaminan perlindungan hak asasi manusia dalam berbagai peraturan tersebut, memberikan kewajiban kepada negara dan utamanya adalah pemerintah terhadap hak-hak yang dijamin. Komitmen negara dalam menghormati, melindungi, dan memenuhi hak asasi manusia tersebut kemudian dilakukan dengan terus menerus mengupayakan adanya pembentukan, perubahan, dan pencabutan regulasi-regulasi yang dimaksudkan untuk memperkuat perlindungan hak asasi manusia. Nilai-nilai hak asasi manusia selalu tercermin dan dijamin oleh hukum, dalam bentuk perjanjian-perjanjian, hukum kebiasaan internasional, prinsip-prinsip umum dan norma-norma lain dari hukum internasional. Negara mempunyai kewajiban untuk menghormati, melindungi, dan memenuhi hak asasi manusia. Kewajiban menghormati (*to respect*) berarti bahwa negara harus menahan diri (*refrain*) dari intervensi terhadap hak-hak yang dijamin, atau menahan diri untuk membatasi pelaksanaan hak dalam hal pembatasan hak tersebut dinyatakan secara jelas tidak diperbolehkan. Kewajiban untuk menjamin (*to ensure*) adalah kewajiban yang bersifat positif (*positive duty*) yang mengandung dua jenis kewajiban yaitu kewajiban untuk melindungi (*to protect*) dan kewajiban

untuk memenuhi (*to fulfill*). Kewajiban untuk melindungi adalah kewajiban negara untuk memberikan perlindungan, termasuk melindungi hak dari intervensi pelaku non-negara (*private interference*). dalam hal ini termasuk kewajiban negara untuk mengambil langkah-langkah yang perlu, misalnya melakukan pencegahan atas tindakan-tindakan yang dianggap dapat mengancam pelaksanaan hak, atau melakukan penghukuman pada para pelanggaran. Jika negara tidak melakukan kewajibannya maka negara dapat dikatakan melakukan pelanggaran hak asasi manusia. Pelanggaran ini terjadi karena negara gagal memenuhi kewajibannya melindungi hak-hak (asasi manusia) yang dijamin dalam hukum internasional maupun nasional, baik karena sengaja melakukannya (*commission*), atau melakukan pembiaran (*ommission*).³²

Pelanggaran hak asasi manusia dalam undang-undang No.39 tahun 1999, pelanggaran hak asasi manusia diartikan sebagai setiap perbuatan seseorang atau kelompok orang termasuk aparat negara baik disengaja maupun tidak disengaja, atau kelalaian yang secara melawan hukum mengurangi, menghalangi, membatasi, dan atau mencabut hak asasi manusia seseorang atau kelompok orang yang dijamin oleh Undang-Undang, dan tidak mendapatkan, atau dikhawatirkan tidak akan memperoleh penyelesaian hukum yang adil dan benar, berdasarkan mekanisme hukum yang berlaku.

3. Pelaku Usaha

³² https://referensi.elsam.or.id/wp-content/uploads/2014/09/21.-perlindungan-Hak-AsasiManusia-di-indonesia.pdf&hl=en_US diakses pada Desember 2022

Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha.

Istilah pelaku usaha umumnya dikenal dengan sebutan pengusaha. Pengusaha adalah setiap orang atau badan usaha yang menjalankan usaha memproduksi, menawarkan, menyampaikan atau mendistribusikan suatu produk kepada masyarakat luas selaku konsumen. Pengusaha memiliki arti yang luas, tidak semata-mata membicarakan produsen, tetapi juga pedagang perantara atau pengusaha. Sedangkan pengertian pelaku usaha menurut Pasal 1 angka (3) Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen adalah: Setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Bila dilihat dari pengertian di atas, maka terdapat (empat) unsur yang terkandung dalam pengertian pelaku usaha, yaitu:³³

1. Setiap orang perseorangan atau badan usaha, yang termasuk badan usaha menurut pengertian ini adalah badan usaha yang berbentuk badan hukum dan tidak berbadan hukum.

³³ Mariam Darus, Perlindungan Konsumen dilihat dari perjanjian baku (standar) Kertas Kerjasama simposium Aspek-Aspek Hukum Masalah Perlindungan Konsumen, Jakarta. 1980, hal. 57

2. Secara sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian Beberapa macampelaku usaha, yaitu:
 - a. Orang perorangan
 - b. Badan usaha
 - c. Orang perseorangan dengan orang perseorangan lain
 - d. Orang perseorangan dengan badan usaha
 - e. Badan usaha dengan badan usaha Yang termasuk kegiatan usaha melalui perjanjian adalah huruf C sampai dengan E
3. Menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi terdapat batasan yang membedakan antara pelaku usaha dengan pelaku usaha kegiatanlain, yaitu yang dimaksud dengan pelaku usaha adalah mereka yangmenyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.
4. Didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalamwilayah hukumNegara Republik Indonesia,Maksutnya adalah orang perseorangan atau badanhukum tersebut berkedudukan atau melakukan kegiatan dalamwilayah hukumNegara Republik Indonesia. Khusus badan usaha, tidak harus didirikandanberkedudukan di wilayah Republik Indonesia.³⁴ Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) menyebutkan tiga kelompokpengusaha (pelaku usaha, baik privat maupun publik). Tiga kelompok pelakuusaha tersebut terdiri dari:

³⁴ Ibid hal.88

1. Investor, yaitu pelaku usaha penyedia dana untuk membiayai berbagai kepentingan usaha. Seperti perbankan, penyediaan dana dan lain sebagainya, investor dalam usaha DAM yang dimaksud merupakan pemilik atau owner dari usaha DAM tersebut
2. Usaha DAM ini merupakan bentuk usaha yang menyediakan bentuk jasa, karena hal tersebut, tidak semua usaha DAM memiliki investor seperti bentuk badan usaha atau persero yang memiliki penanam modal di luar pemilik usaha.
3. Produsen, yaitu pelaku usaha yang membuat, memproduksi barang dan/atau jasa dari barang dan/atau jasa-jasa lain (bahan baku, bahan tambahan atau bahan-bahan lainnya). Seperti badan usaha/perorangan yang berkaitan dengan pangan, sandang, obat-obatan dan lain sebagainya.
4. Distributor, yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan atau memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut kepada masyarakat, seperti pedagang retail, toko, supermarket, pedagang kaki lima dan lain sebagainya.

Pelaku usaha dan konsumen merupakan para pihak yang saling membutuhkan satu dengan yang lainnya. Pelaku usaha menyadari bahwa kelangsungan hidup usahanya tergantung pada konsumen. Demikian juga halnya konsumen yang tergantung pada pelaku usaha dalam pemenuhan kebutuhannya. Oleh karena itu, keseimbangan dalam berbagai segi

menyangkut kepentingan kedua belah pihak merupakan hal yang ideal.³⁵ Hak-hak pelaku usaha Dalam menjalankan usahanya, pelaku usaha memiliki hak untuk memproduksi suatu barang dan/atau jasa sesuai dengan keahlian dan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat selaku konsumen. Berdasarkan dalam Pasal 6 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999, diatur mengenai hak-hak pelaku usaha, antara lain hak untuk menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan, mendapatkan perlindungan hukum, melakukan pembelaan diri dan rehabilitasi nama baik serta hak-hak lainnya yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam memproduksi barang dan/atau jasa, pelaku usaha tidak hanya semata-mata mencari keuntungan yang sebesar-besarnya tapi juga harus memperhatikan kepentingan konsumen. Oleh karena itu, selain memiliki hak, pelaku usaha juga dituntut akan tanggung jawabnya. Pelaku usaha bertanggung jawab atas hasil produksinya baik berupa barang maupun jasa.³⁶ Dalam pasal 7 Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 menjelaskan mengenai kewajiban pelaku usaha. Antara lain adalah beritikad baik dalam menjalankan usahanya, memberi informasi yang benar, jelas dan jujur kepada konsumen, melayani konsumen tanpa diskriminasi, menjamin mutu barang dan/atau jasa produksinya, memberi jaminan garansi serta memberi kompensasi atau ganti rugi kepada konsumen yang dirugikan.³⁷

³⁵ Ibid hal.16

³⁶ Rosmawati. Pokok-pokok Hukum Perlindungan konsumen. Jakarta. Prenamedia. hal.80

³⁷ Ibid hal.37

4. Retail Tradisional

Ritel tradisonal merupakan usaha ritel yang menekankan pada pengelolaan usaha dengan pendekatan konvensional dan tradisional. Ritel modern merupakan usaha ritel yang menekankan pengelolanya secara modern. Pasar mengalami perkembangan dari waktu ke waktu.

Ritel tradisional atau juga dapat disebut dengan pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik Negara dan badan usaha milik daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki dan dikelola oleh pedagang kecil, menengah swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan tidak secara mandiri dan juga dapat melakukan tawar-menawar.³⁸ Kebanyakan masyarakat memiliki usaha ritel, usaha ritel yang dijalankan salah satunya yaitu toko kelontong atau usaha menjual kebutuhan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.³⁹ Toko kelontong merupakan usaha mikro yang dimiliki secara pribadi dan cara penjualannya bersifat tradisional, karena untuk membeli barang tidak mandiri tetapi dilayani langsung oleh pelayan toko tersebut.⁴⁰ Toko kelontong pada umumnya terletak di teras, ruang tamu ataupun garasi. Menyediakan berbagai kebutuhan pokok seperti sembako, minuman, sarana kebersihan rumah tangga, sarana perawatan tubuh, makanan ringan,

³⁸ Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, hal.2-3.

³⁹ Kusinwati, Manajemen Usaha Kecil Dan Menengah, 2019, hal. 3-6.

⁴⁰ Reza Haditya Raharjo, "Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong Di Sekitarnya (Studi Kasus Kawasan Semarang Barat, Banyumanik, Pedurungan Kota Semarang)", (Semarang: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2015), hal. 18.

obat-obtan, dan bumbu yang digunakan dalam keseharian. Dalam pengelolaan tidak terdapat karyawan namun hanya dengan tenaga diri sendiri, dan tidak menawarkan promo harga.⁴¹

Kelebihan dan kekurangan pasar tradisional dibandingkan dengan pasar modern adalah sebagai berikut.

Kelebihan Pasar Tradisional

1. Tidak terjadi monopoli pasar oleh produsen tertentu.
2. Pendapatan para penjual cenderung merata tergantung cara bernegosiasi dengan para pembeli.
3. Kegiatan ekonomi pasar tradisional berlandaskan pada kejujuran.
4. Pemerintah tidak bisa melakukan intervensi terhadap operasional di pasar tradisional.
5. Penjual dapat masuk dan keluar pasar dengan mudah.

Kekurangan Pasar Tradisional

1. Pertumbuhan ekonomi di pasar tradisional termasuk cukup lambat.
2. Tidak ada inovasi di dalam pasar sehingga kualitas produk dan layanan cenderung tidak berkembang. Hal ini menjadi salah satu faktor eksistensi pasar tradisional di era modern mulai hilang.
3. Jenis pasar ini sangat terikat dengan budaya setempat sehingga sulit untuk berubah.
4. Produk yang dijual terbatas karena bergantung pada hasil kekayaan alam, misalnya sayuran, ternak, dan bahan baku makanan lainnya.
5. Nilai atau harga suatu barang di pasar tradisional didasarkan proses tawar-menawar dan tidak ada standar bakunya.

⁴¹ 4 Ana S Rini, Sukses Buka Toko, hal. 10-12

5. Retail Modern

Ritel modern merupakan usaha ritel yang menekankan pengelolanya secara modern. Pasar mengalami perkembangan dari waktu ke waktu.

Regulasi pemerintah mengenai bisnis ritel diberlakukan (Perpres RI No. 112 2007) tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan ritel modern. Ritel modern merupakan ritel dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, department store.⁴² Pertumbuhan bisnis ritel modern, baik dari segi perputaran uang, jumlah gerai, jumlah pemain maupun formasi format gerai dipicu oleh berbagai faktor, antara lain:

1. Pertumbuhan ekonomi Ditandai dengan meningkatnya pendapatan per kapita penduduk, arus investasi asing maupun domestik, pertumbuhan lapangan pekerjaan, perputaran uang dan lain-lain.⁴³
2. Besar populasi dan pertumbuhan jumlah penduduk Dengan jumlah populasi lebih dari 230 juta orang, Indonesia jelas merupakan pasar yang sangat menjanjikan.⁴⁴
3. Kebijakan pemerintah Pemerintah memberikan kemudahan terhadap investasi asing ataupun lokal, termasuk industri ritel, bahkan peritel modern terkesan sangat leluasa untuk mengembangkan bisnis mereka sehingga seringkali mengundang protes dari para pengusaha dan pedagang ritel tradisional. Hal ini terlihat dari banyaknya gerai ritel

⁴² Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007, hal. 4. (Diakses pada 25 Maret 2021)

⁴³ Asep ST Sujana, Manajemen Minimarket, hal. 30.

⁴⁴ Ibid.

modern yang dibangun dekat pasar tradisional atau jarak antargera ritel modern yang terlalu dekat (kurang dari 1 km).⁴⁵ Dengan berkembangnya bisnis ritel dan upaya untuk memuaskan konsumen sesuai dengan kebutuhannya, muncul bermacam-macam format ritel atas perkembangan dari pasar tradisional. bentuk gerai modern yang umum di Indonesia antara lain, supermarket, minimarket, convenience store, specialty store dan hypermarket.⁴⁶

Adapun kelebihan dan kekurangan pasar modern adalah sebagai berikut:

Kelebihan Pasar Modern

1. Menjual Produk Berkualitas

Setiap produk yang dijual di pasar ini harus sesuai standar tertentu sehingga memiliki kualitas yang baik. Pedagang biasanya memberikan harga diskon untuk barang-barang yang kualitasnya menurun agar tetap laku.

2. Kondisi Pasar Bersih dan Nyaman

Kebersihan lokasi di pasar ini adalah suatu keharusan karena sangat berhubungan dengan kenyamanan dan kepuasan konsumen dalam berbelanja. Untuk mencapai hal tersebut maka di pasar ini biasanya terdapat penyejuk udara dan petugas kebersihan.

3. Membuka Lapangan Pekerjaan

⁴⁵ Ibid.

⁴⁶ Ibid., hal. 40-43.

Pasar ini membutuhkan banyak karyawan untuk melayani konsumen, misalnya petugas kebersihan, customer service, security, engineering, dan lain sebagainya. Tentu saja hal ini membuka banyak lapangan pekerjaan bagi masyarakat di sekitar pasar tersebut.

4. Meningkatkan PDB

Produk Domestik Bruto (PDB) adalah nilai total dari jumlah produksi barang dan jasa di suatu wilayah pada periode tertentu. Keberadaan pasar ini akan memberikan dampak positif bagi perekonomian suatu negara.

Kekurangan Pasar Modern

1. Konsumen Beralih ke Pasar Modern

Melihat beberapa kelebihan pasar ini, cukup banyak konsumen dari pasar tradisional berpindah berbelanja ke pasar modern. Hal ini mengakibatkan berkurangnya pembeli di pasar tradisional.

2. Terjadi Kesenjangan Ekonomi

Peralihan konsumen pasar tradisional ke pasar ini mengakibatkan pendapatan pedagang di pasar tradisional semakin berkurang. Sebagian besar pedagang tradisional adalah dari golongan menengah ke bawah sedangkan pemilik supermarket adalah golongan menengah ke atas. Hal tersebut tentu saja membuat kesenjangan ekonomi semakin besar.

3. Terjadi Eksploitasi Terhadap Pemasok

Umumnya pasar modern tidak terlalu banyak di suatu wilayah, sedangkan jumlah pemasok jumlahnya sangat banyak. Persaingan antar pemasok ini seringkali dimanfaatkan dan dieksploitasi oleh pasar ini agar produk dari pemasok tertentu diterima di pasar tersebut.

4. Terjadi Pengurangan Devisa Negara

Besarnya potensi sumber daya di domestik membuat pihak asing ikut masuk ke pasar-pasar Indonesia. Penanaman modal asing terhadap pasar ini terjadi terus-menerus.

6. Hukum Persaingan Usaha

Hukum persaingan usaha adalah hukum yang mengatur tentang interaksi atau hubungan perusahaan atau pelaku usaha di pasar, sementara tingkah laku perusahaan ketika berinteraksi dilandasi atas motif-motif ekonomi.

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.⁴⁷ Secara yuridis, pengertian persaingan usaha selalu dikaitkan dengan persaingan dalam sisi ekonomi yang berbasis pada pasar, dimana pelaku usaha baik perusahaan maupun penjual secara bebas berupaya untuk menarik konsumen guna mencapai tujuan usaha atau perusahaan tertentu yang didirikan.⁴⁸

Dasar hukum persaingan usaha secara yuridis konstitusional, kebijakan dan pengaturan hukum persaingan usaha didasarkan kepada ketentuan dalam Pasal

⁴⁷ Arie Siswanto, "Hukum Persaingan Usaha", Ghalia Indonesia, Jakarta, 2002, hlm. 23

⁴⁸ Andi Fahmi Lubis, et. al "Hukum Persaingan Usaha: Antara Teks Dan Konteks", Creative Media, Jakarta, 2009, hlm. 21

33 Undang-undang Dasar Tahun 1945, yang mengamanatkan tidak adanya monopoli yang dapat merugikan masyarakat dan persaingan usaha tidak sehat.⁴⁹ Secara tidak langsung pemikiran tentang demokrasi ekonomi telah tercantum dalam Pasal 33 Undang-undang Dasar Tahun 1945, dimana demokrasi memiliki ciri khas yang proses perwujudannya diwujudkan oleh semua anggota masyarakat untuk kepentingan seluruh masyarakat, dan harus mengabdikan kepada kesejahteraan seluruh rakyat.⁵⁰ Dari konsideran menimbang UU No.5 Tahun 1999 dapat diketahui falsafah yang mendorong lahirnya, sekaligus memuat dasar pikiran perlunya disusun Undang-undang tersebut, yaitu :

1. Bahwa pembangunan bidang ekonomi harus diarahkan kepada terwujudnya kesejahteraan rakyat berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.
2. Bahwa demokrasi dalam bidang ekonomi menghendaki adanya kesempatan yang sama bagi setiap warga Negara untuk berpartisipasi dalam proses produksi dan pemasaran barang dan atau jasa, dalam iklim usaha yang sehat, efektif, dan efisien, sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan bekerjanya ekonomi pasar yang wajar.
3. Bahwa setiap orang yang berusaha di Indonesia harus berada dalam situasi persaingan yang sehat dan wajar, sehingga tidak menimbulkan adanya pemusatan ekonomi pada pelaku usaha

⁴⁹ Rachmadi Usman, "Hukum Persaingan Usaha di Indonesia", Sinar Grafika, Jakarta, 2013, hlm. 62

⁵⁰ <http://digilib.unila.ac.id/2818/13/BAB%20II.pdf> diakses pada Desember 2022

tertentu, dengan tidak terlepas dari kesepakatan yang telah dilaksanakan oleh Negara Republik Indonesia terhadap perjanjian-perjanjian internasional.⁵¹

Asas dan tujuan hukum persaingan usaha dalam pasal 2 undang-undang no.5 tahun 1999 ditegaskan sebagai berikut, “Pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memerhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum”. Asas demokrasi ekonomi merupakan penjabaran Pasal 33 UUD 1945 dan ruang lingkup pengertian demokrasi ekonomi yang dimaksud dahulu dapat ditemukan dalam penjelasan atas Pasal 33 UUD 1945.⁵² Sementara itu tujuan dari UU No.5 Tahun 1999 adalah sebagai berikut :

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, menengah, dan kecil.
3. Mencegah praktik monopoli dan atau persaingan usaha yang tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha.

⁵¹ Kumalasari Devi Meylina Savitri, “Hukum Persaingan Usaha Studi Konsep Pembuktian Terhadap Perjanjian Penetapan Harga Dalam Persaingan Usaha”, Setara Press, Malang, 2013, hlm. 14.

⁵² Ibrahim Johnny, “Hukum Persaingan Usaha Filosofi, Teori, dan Implikasi Penerapannya di Indonesia”, Bayumedia Publishing, Malang, 2009, hlm 191

4. Menciptakan efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.⁵³

Pendekatan hukum persaingan usaha

1. Pendekatan *Per Se Illegal*

Per se illegal adalah sebuah pendekatan di mana suatu perjanjian atau kegiatan usaha dilarang karena dampak dari perjanjian tersebut telah dianggap jelas dan pasti mengurangi atau menghilangkan persaingan. Oleh karena itu, dalam pendekatan ini pelaku usaha pelapor tidak perlu membuktikan adanya dampak suatu perjanjian yang dibuat oleh pelaku usaha pesaingnya. Bukti yang diperlukan adalah bahwa perjanjian yang dimaksud telah benar adanya atau bahwa kegiatan bisnis dimaksud telah benar-benar dilakukan oleh pelaku usaha pesaingnya.⁵⁴ Pendekatan *per se illegal* harus memenuhi dua syarat, yaitu:

- a. Harus ditujukan lebih kepada “perilaku bisnis” daripada situasi pasar, karena keputusan melawan hukum dijatuhkan tanpa disertai pemeriksaan lebih lanjut, misalnya mengenai akibat dan hal-hal melingkupinya. Hal ini adalah adil jika perbuatan illegal tersebut merupakan tindakan sengaja oleh perusahaan, yang seharusnya dapat dihindari.

⁵³ Kumalasari Devi Meylina Savitri, “Hukum Persaingan Usaha Studi Konsep Pembuktian Terhadap Perjanjian Penetapan Harga Dalam Persaingan Usaha”, Setara Press, Malang, 2013, hlm. 14

⁵⁴ Syamsul Ma’arif, “Perjanjian Penetapan Harga Dalam Perspektif UU No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat,” Proceedings Rangkaian Lokakarya Terbuka Hukum Kepailitan dan Wawasan Hukum Bisnis Lainnya. UU No.5 Tahun 1999 dan KPPU, cet 1 hlm. 160.

- b. Adanya identifikasi secara cepat dan mudah mengenai praktik atau batasan perilaku yang terlarang. Dengan kata lain, penilaian atas tindakan dari perilaku baik di pasar maupun dalam proses pengadilan harus dapat ditentukan dengan mudah. Meskipun demikian diakui bahwa terdapat perilaku yang terletak dalam batas-batas yang tidak jelas antara perilaku terlarang dan perilaku yang sah.⁵⁵

Dalam UU No.5 Tahun 1999, pendekatan per se biasanya digunakan pada pasal yang menyatakan dengan kalimat “dilarang” tanpa kalimat tambahan “...yang dapat mengakibatkan...”⁵⁶ atau dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat, sebagaimana yang diisyaratkan dalam pendekatan *Rule of Reason*.

2. Pendekatan *Rule of Reason*

Teori yang melarang kartel dan monopoli jika dapat dibuktikan ada efek negatifnya yang dikenal dengan nama *rule of reason*. Praktik monopoli dan bentuk persaingan tidak fair lainnya baru dianggap bertentangan dengan hukum jika akibatnya dapat merugikan pesaing dan atau konsumen. Titik beratnya adalah unsur material dan perbuatannya⁵⁷. Dalam teori ini dipakai metode “keseimbangan” dalam salah satu cara aplikasinya dengan melihat

⁵⁵ Carl Kaysen and Donald F. Turner, dikutip dari Anggraini, Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, (Pascasarjana UI Jakarta 2003), hlm. 92-93.

⁵⁶ A.M. Tri Anggraini, Penerapan Pendekatan Rule of Reason dan Per se Illegal dalam Hukum Persaingan, Jurnal Hukum Bisnis, Vo. 24 Tahun 2005, hlm. 6

⁵⁷ Kumalasari Devi Meylina Savitri, “Hukum Persaingan Usaha Studi Konsep Pembuktian Terhadap Perjanjian Penetapan Harga Dalam Persaingan Usaha”, Setara Press, Malang, 2013, hlm. 17

kecenderungan apakah kartel tersebut benar-benar menghancurkan persaingan pasar atau sebaliknya bahkan dapat memacu hukum pasar tentang “*supply and demand*”.⁵⁸ Terdapat kelebihan dan kekurangan dalam menggunakan pendekatan rule of reason. Adapun kelebihan melakukan pendekatan ini adalah menggunakan analisis ekonomi untuk mencapai efisiensi guna mengetahui dengan pasti apakah suatu tindakan pelaku usaha memiliki implikasi kepada persaingan. Sehingga dengan akurat menetapkan suatu tindakan pelaku usaha efisien atau tidak. Namun, di sisi lain, pendekatan ini membutuhkan waktu yang panjang dalam rangka membuktikan perjanjian, kegiatan, dan posisi yang tidak sehat dan menghambat persaingan usaha. Pendekatan ini menjadikan kepastian hukum lama didapat. Lebih dari itu, terkadang metode ini tidak sama hasil penelitian untuk suatu tindakan yang sama hasil penelitian untuk suatu tindakan yang sama disebabkan tidak samanya akibat yang timbul dari tindakan pelaku usaha tersebut. Kelebihan pasar persaingan sempurna adalah sebagai berikut:

1. Pembeli atau konsumen paham tentang harga pasar, sehingga sangat kecil terjadi kerugian atau kekecewaan
2. Konsumen akan merasa sejahtera, karena bebas memasuki pasar
3. Adanya persaingan murni, karena barang yang diperjualbelikan homogen
4. Harga cenderung stabil, karena keadaan pasar dapat diketahui sebelumnya
5. Mudah memilih atau menentukan barang yang diperjualbelikan
6. Barang yang diproduksi bisa diperoleh dengan ongkos yang serendah-rendahnya.

⁵⁸ Herbert Hovenkamp, “Anti Trust”, West Publishing Co, St Paul Minnesota, 1993, hlm. 29

Kekurangan

Kekurangan atau kelemahan pasar persaingan sempurna adalah sebagai berikut:

1. Hanya ada satu atau dua industri/pasar yang mendekati persaingan sempurna
2. Adanya faktor eksternal yang tidak diperhitungkan, dalam posisi kesejahteraan optimum konsumen
3. Tidak ada barang substitusi, karena bersifat homogen

B. Landasan Teori

1. Teori Perlindungan Konsumen

Pengertian perlindungan konsumen di kemukakan oleh berbagai sarjana hukum salah satunya Az. Nasution mendefinisikan perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur hubungan dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen.⁵⁹

“Menurut *Business English Dictionary*, *perlindungan konsumen adalah protecting consumers against unfair or illegal traders.*” Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan suatu perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi suatu kebutuhannya dari hal-hal yang bisa merugikan konsumen itu sendiri. Undang-undang perlindungan konsumen menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah suatu

⁵⁹ Az. Nasution, 2002, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta, Diadit Media, hlm. 22.

upaya hukum yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.⁶⁰

Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.⁶¹

Setiap orang pada suatu waktu, dalam posisi tunggal/sendiri maupun berkelompok bersama orang lain, dalam keadaan apapun pasti menjadi konsumen untuk suatu produk barang dan/atau jasa tertentu. Keadaan universal ini pada beberapa sisi menunjukkan adanya kelemahan pada konsumen, sehingga konsumen tidak mempunyai kedudukan yang aman. Oleh karena itu, secara mendasar konsumen juga membutuhkan perlindungan hukum yang bersifat universal.⁶²

Mengingat lemahnya kedudukan konsumen pada umumnya dibandingkan dengan kedudukan produsen yang relatif lebih kuat dalam banyak hal misalnya dari segi ekonomi maupun pengetahuan, mengingat produsen lah yang memproduksi barang, sedangkan konsumen hanya membeli produk yang telah tersedia dipasaran. Perlindungan terhadap konsumen sangatlah penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktifitas dan efisiensi produsen atas barang dan/atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut,

⁶⁰ Zulham, Hukum perlindungan konsumen, Kencana, Jakarta, 2013, h. 21.

⁶¹ Zulham, 2013, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta, Kencana Prenada Media Group, hlm. 21.

⁶² Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, 2000, Hukum Perlindungan Konsumen, Bandung, Mandar Maju, hlm. 23.

baik langsung atau tidak langsung maka konsumenlah yang pada umumnya merasakan dampaknya.⁶³

Pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan:

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum;
- b. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha;
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa;
- d. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktek usaha yang menipu dan menyesatkan; dan
- e. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.⁶⁴

Ruang lingkup hukum perlindungan konsumen sulit dibatasi hanya dengan menampungnya dalam satu jenis undang-undang, seperti UUPK. Hukum perlindungan konsumen selalu berinteraksi dan berhubungan dengan berbagai bidang dan cabang hukum lain, karena pada tiap bidang dan cabang hukum itu senantiasa terdapat pihak yang berpredikat “konsumen”.⁶⁵

Pada saat ini hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam berbagai peraturan perundang-undangan umum yang sesungguhnya penerbitannya

⁶³ Ibid

⁶⁴ Erman Rajagukguk et al, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung, Mandar Maju, hlm. 7.

⁶⁵ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Ctk Ketiga, Grasindo, Jakarta, 2006, hlm 1.

tidaklah ditunjukkan untuk mengatur hubungan atau masalah konsumen dengan hubungan dan masalah konsumen termuat dalam lingkungan hukum perdata maupun hukum publik.⁶⁶ Karena posisi konsumen yang lemah maka ia harus dilindungi oleh hukum. Salah satu sifat, sekaligus tujuan hukum itu adalah memberikan perlindungan (pengayoman) kepada masyarakat.⁶⁷

Kehadiran Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi tonggak sejarah perkembangan hukum perlindungan konsumen Indonesia. Diakui bahwa undang-undang tersebut bukanlah yang pertama dan yang terakhir, karena sebelumnya telah ada beberapa rumusan konsumen tersebar dalam beberapa peraturan perundang-undangan. Undang-Undang ini mengatur tentang kebijakan perlindungan konsumen, baik menyangkut hukum materiil maupun hukum formil mengenai penyelesaian sengketa konsumen.⁶⁸

Dalam sejarah, perlindungan konsumen pernah secara prinsipiil menganut asas *the privity of contract*. Artinya, pelaku usaha hanya dapat dimintakan pertanggungjawaban hukumnya sepanjang ada hubungan kontraktual antara dirinya dan konsumen. Oleh karena itu, tidak mengherankan bila ada pandangan, hukum perlindungan konsumen berkorelasi erat dengan hukum perikatan, khususnya perikatan perdata.⁶⁹

Dalam berbagai literatur, ditemukan sedikitnya dua istilah hukum mengenai konsumen yaitu hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen. Kedua

⁶⁶ Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum : Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, Ctk. Pertama, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 62.

⁶⁷ Shidarta, *Op. Cit*, hlm 11.

⁶⁸ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen : Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, Ctk. Pertama, Nusa Media, Bandung, 2008, hlm.20.

⁶⁹ Shidarta, *Op.Cit*, hlm. 13.

istilah ini sudah sering didengar bahkan arti kedua istilah ini sering disamakan. Akan tetapi, dilain pihak ada yang membedakan arti keduanya, seperti A.Z Nasution. Definisi hukum konsumen menurut A.Z Nasution ialah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup. Sedangkan hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang mengatur asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen.⁷⁰

Berkaitan dengan pengertian hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen yang telah disebutkan di atas, maka disimpulkan beberapa pokok pemikiran.⁷¹

1. Hukum konsumen memiliki cakupan yang lebih luas dibandingkan dengan hukum perlindungan konsumen.
2. Subjek yang terlibat dalam perlindungan konsumen adalah masyarakat sebagai konsumen, dan di sisi lain pelaku usaha, atau pihak-pihak lain yang terkait, misalnya distributor, media cetak dan televisi, agen atau biro periklanan, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), dan sebagainya.
3. Objek yang diatur adalah barang, dan/atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha/produsen kepada konsumen.

⁷⁰ Ade Maman Suherman, Op.Cit, hlm. 104

⁷¹ Susanti Adi Nugroho, Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya, Kencana, Jakarta, 2011, hlm.58.

4. Ketidaksetaraan kedudukan konsumen dengan pelaku usaha mengakibatkan pemerintah mengeluarkan kaidah-kaidah hukum yang dapat menjamin dan melindungi konsumen.

Definisi hukum perlindungan konsumen tidak dicantumkan di dalam UUPK tetapi yang dicantumkan hanya mengenai definisi perlindungan konsumen. Definisi tersebut terdapat dalam Pasal 1 angka 1 UUPK, isinya yaitu segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Rumusan pengertian perlindungan konsumen yang terdapat dalam Pasal angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Selanjutnya disebut Undang-Undang Perlindungan Konsumen/UUPK) tersebut cukup memadai. Kalimat yang menyatakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”, diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK 1999) mengelompokkan norma-norma perlindungan konsumen (hukum materiil) ke dalam dua kelompok, yaitu:⁷²

- a. Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha (Bab IV UUPK 1999); dan
- b. Ketentuan pencantuman klausul baku (Bab V UUPK 1999).

Perlindungan hukum konsumen merupakan bagian dari hukum publik dan hukum privat. Dikatakan bagian hukum publik karena sebenarnya di sinilah peran

⁷² Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen & Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2009, hlm. 30.

pemerintah untuk melindungi seluruh konsumen dari produk- produk yang tidak berkualitas atau dari pelaku usaha yang beritikad buruk. Perlindungan konsumen merupakan bagian hukum privat karena adanya suatu perikatan, baik itu perikatan yang lahir karena perjanjian yang implikasi hukumnya adalah wanprestasi maupun perikatan yang lahir karena undang-undang yang berimplikasi perbuatan melanggar hukum.

Wanprestasi (kelalaian atau kealpaan) seorang debitur dapat berupa empat macam:⁷³

- a. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya;
- b. Melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan;
- c. Melakukan apa yang dijanjikan tetapi terlambat;
- d. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.

Terhadap kelalaian atau kealpaan yang dilakukan oleh debitur, diancam beberapa sanksi atau hukuman. Hukuman atau akibat-akibat yang tidak enak bagi debitur yang lalai ada empat macam, yaitu:

- a. Ganti-rugi;
- b. Pembatalan perjanjian;
- c. Peralihan resiko;
- d. Biaya perkara

⁷³ Subekti, Hukum Perjanjian, Intermasa, Jakarta, 1996, hlm. 45

Untuk menghindari terjadinya kerugian bagi kreditor karena terjadinya wanprestasi, Purwahid Patrik berpendapat bahwa kreditor dapat menuntut salah satu dari lima kemungkinan yaitu:⁷⁴

- a. Pembatalan (pemutusan) perjanjian;
- b. Pemenuhan perjanjian;
- c. Pembayaran ganti kerugian;
- d. Pembatalan perjanjian disertai ganti kerugian;
- e. Pemenuhan perjanjian disertai ganti kerugian.

2. Asas Perlindungan Konsumen

Menurut Pasal 2 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.⁷⁵

Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

1) Asas Manfaat

Asas manfaat mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

⁷⁴ Ahmadi Miru, Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia, Raja Grafindo Pustaka, Jakarta, 2011, hlm. 72.

⁷⁵ .R. I., Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999, tentang “Perlindungan Konsumen”, Bab II, Pasal 2.

2) Asas Keadilan

Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

3) Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spritual.

4) Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

5) Asas Kepastian Hukum

Asas kepastian hukum dimaksudkan agar, baik pelaku usaha maupun konsumen menaati dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.⁷⁶

⁷⁶ Ahmadi Miru, Sutarman Yodo, 2015, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta, Grafindo Persada, hlm. 25-26.

3. Tujuan Teori Perlindungan Konsumen

Menurut Pasal 3 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Perlindungan Konsumen bertujuan:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.⁷⁷

Hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas –asas dan kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah

⁷⁷ R. I., Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999, tentang “Perlindungan Konsumen”, Bab III, Pasal 3

penyediaan dan penggunaan produk penyedia konsumen antara dan penggunaanya dalam bermasyarakat.⁷⁸

4. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Berbicara mengenai asas hukum, harus diketahui bahwa asas hukum yang melahirkan norma hukum, dan norma hukum yang melahirkan aturan hukum. Dari satu asas hukum dapat melahirkan lebih dari satu norma hukum hingga tak terhingga norma hukum, dan dari satu norma hukum dapat melahirkan lebih dari satu aturan hukum hingga tak terhingga aturan hukum.

Asas hukum mengandung nilai-nilai etis yang berfungsi menghilangkan dan menetralkan kemungkinan terjadinya suatu konflik dalam tatanan sistem hukum yang berlaku. Oleh karena asas hukum merupakan ratio-logis dari peraturan hukum, asas hukum tetap saja ada dan akan terus mampu melahirkan peraturan hukum secara berkesinambungan sesuai dengan kebutuhan. Asas-asas hukum mengandung nilai-nilai dan tuntutan estetis. Hukum sebagai suatu sistem tidak menghendaki adanya suatu konflik dalam sistem hukum itu, maka asas-asas hukumlah berfungsi untuk menyelesaikan konflik itu.

Dalam rangka memberikan perlindungan hukum bagi konsumen, terdapat beberapa asas yang menjadi pedoman bagi UUPK. Asas-asas ini dirumuskan dalam Pasal 2 UUPK yang isinya “perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum”.

⁷⁸ Kurniawan, *Hukum Perlindungan Konsumen : Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)*, Universitas Brawijaya Press, 2011, Hlm.42

Kemudian dalam penjelasannya ditegaskan bahwa perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu :

1. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan;
2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil;
3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual;
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan;
5. Asas kepastian hukum dimaksud agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Memperhatikan substansi Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen demikian pula penjelasannya, tampak bahwa perumusannya mengaju pada filosofis

pembangunan nasional yaitu pembangunan manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah negara Republik Indonesia.³⁹ Kelima asas yang disebutkan dalam pasal tersebut, bila diperhatikan substansinya, dapat dibagi menjadi 3 (tiga) asas yaitu:

- a. Asas kemanfaatan yang di dalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen;
- b. Asas keadilan yang di dalamnya meliputi asas keseimbangan;
- c. Asas kepastian hukum.

Asas keseimbangan yang dikelompokkan ke dalam asas keadilan, mengingat hakikat keseimbangan yang dimaksud adalah juga keadilan bagi kepentingan masing-masing pihak, yaitu konsumen, pelaku usaha dan pemerintah. Menyangkut asas keamanan dan keselamatan konsumen yang dikelompokkan ke dalam asas manfaat oleh karena keamanan dan keselamatan konsumen itu sendiri merupakan bagian dari manfaat penyelenggaraan perlindungan yang diberikan kepada konsumen disamping kepentingan pelaku usaha secara keseluruhan.

Perlindungan hukum diperlukan bagi konsumen karena pada umumnya kedudukan konsumen berada pada kondisi yang lemah, baik karena pengetahuan mengenai hukum maupun kemampuan daya tawar dari pengusaha.

Menurut Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen No 8 Tahun 1999 tujuan Perlindungan Konsumen yaitu :

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian untuk melindungi diri;

- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Kewajiban pelaku usaha ditentukan dalam pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah:

1. Beritikad baik dalam melakukan usahanya.
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi jaminan barang dan jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
4. Menjamin mutu barang dan jasa yang diproduksi atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan jasa yang berlaku.

5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba barang dan garansi atas barang yang dibuat dan diperdagangkan.⁷⁹
6. Memberi kompensasi, ganti rugi atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan jasa yang diperdagangkan.
7. Memberi kompensasi, ganti rugi atau penggantian apabila barang dan jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.
8. Menerima pembayaran sesuai kesepakatan.
9. Mendapatkan perlindungan hukum dari perlakuan atau tindakan konsumen yang tidak beritikad baik dan melakukan pembelaan.

Masing-masing konsumen mempunyai hak dan kewajiban. Hak Konsumen sebagaimana dikemukakan dalam pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa.
2. Hak untuk memilih barang dan jasa serta mendapatkan barang dan jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa.
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

⁷⁹ Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016). 194

8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian apabila barang dan jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangan lainnya.⁸⁰

Hak konsumen diatas, secara hipotesis sudah tersirat dalam Undang-Undang Hak Asasi Manusia, yaitu:

1. Hak untuk hidup, dalam hal ini hak untuk hidup bahagia sejahtera lahir batin, hak untuk meningkatkan taraf hidup, dan hak atas lingkungan hidup yang baik dan sehat.
2. Hak mengembangkan diri, yang menyangkut hak atas pemenuhan kebutuhan dasar, hak untuk meningkatkan kualitas hidup, hak untuk memperoleh informasi.
3. Hak untuk memperoleh keadilan, dalam hal ini menyangkut hak untuk mengajukan permohonan, pengaduan, dan gugatan dalam perkara pidana, perdata dan administrasi.
4. Hak untuk kesejahteraan, yang menyangkut hak yang mempunyai hak milik atas suatu benda yang tidak boleh dirampas sewenang-wenang dan melanggar hukum, hak untuk berkehidupan yang layak.

Sedangkan kewajiban konsumen sebagaimana ditentukan dalam Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan konsumen adalah sebagai berikut:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan jasa demi keamanan dan keselamatan.
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa.
3. Membayar dengan nilai tukar yang disepakati.

⁸⁰ Zaeni Asyhadie, Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia (Jakarta: Rajawali Pers, 2016). 195

4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.⁸¹

C. Originalitas Penelitian

1. Gilang Harimurti. 2012. Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pelaksanaan dan bentuk perlindungan hukum pelaku usaha tradisional dalam persaingan usaha ritel di Kabupaten Sleman. Masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah lemahnya pengaturan dan bentuk perlindungan hukum pelaku usaha tradisional akibat adanya pelanggaran dan ekspansi yang dilakukan oleh minimarket berjejaring di Kabupaten Sleman. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif yaitu dengan menjabarkan, menguraikan, dan menyusun secara sistematis sesuai dengan tujuan penelitian atau memaparkan keadaan obyek sebagaimana adanya, berdasarkan fakta-fakta aktual yang terjadi. Hasil analisis data pada penelitian ini menunjukkan adanya kesenjangan antara idealita dan realita tentang pengaturan dan pelaksanaan perlindungan hukum pelaku usaha tradisional di Kabupaten Sleman. Berdasarkan idealitanya, pengaturan tentang toko modern di Kabupaten Sleman telah ditunjukkan dengan adanya berbagai peraturan daerah yang membatasi atau mengatur tentang pendirian minimarket berjejaring. Akan tetapi realitanya menunjukkan bahwa pelaksanaan dari peraturan daerah tersebut masih memiliki beberapa kekurangan dan kelemahan, seperti pemberian izin, kuota, zonasi, serta jam buka minimarket berjejaring. Akibatnya, pelaku usaha

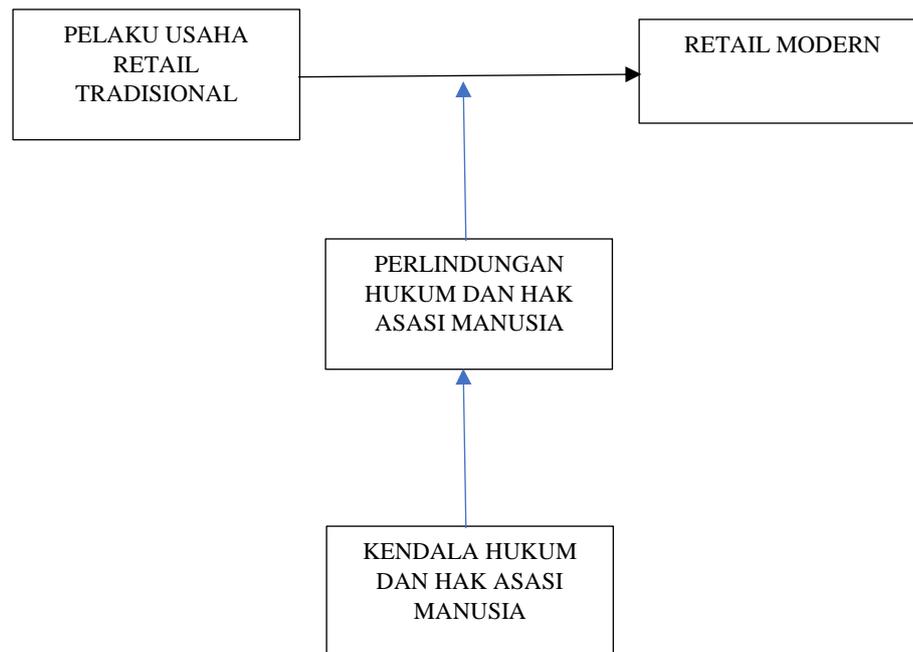
⁸¹ Zaeni Asyhadi, *Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016). 195

tradisional yang harus menerima atau menanggung kerugiannya, karena Pemerintah Kabupaten Sleman tidak tegas dalam melaksanakan pengaturan tentang minimarket berjejaring, dan tidak tegas dalam menindaklanjuti pelanggaran yang dilakukan minimarket berjejaring. Hal ini menunjukkan bahwa Pemerintah Kabupaten Sleman masih lemah dalam melaksanakan perlindungan hukum pada pelaku usaha tradisional.

2. Rico Sterio Wendur. 2020. Universitas Sam Ratulangi Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah di Bidang Ritel di Kota Manado. Tipe penelitian ini adalah penelitian yuridis normatif yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai bahan dasar untuk diteliti dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Berdasarkan tipe dan desain penelitian tersebut maka diasumsikan bahwa fokus kajian tentang bagaimana usaha mikro kecil dan menengah mendapat perlindungan hukum agar dapat berkembang demi mewujudkan kesejahteraan masyarakat dikota Manado. Jaminan kepastian hukum bagi pelaku usaha/pedagang pasar oleh pemerintah Daerah Kota Manado sudah cukup baik. Pemerintah Daerah Kota Manado dalam Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 1 Tahun 2013 telah menetapkan Peraturan Daerah tentang Pengelolaan Perusahaan Daerah Pasar. Dimana semua kegiatan pelaku usaha/ pedagang pasar juga seluruh kegiatan operasional pasar telah menjadi tanggungjawab PD Pasar. Bahkan aturan – aturannyapun sudah tertulis jelas dalam Peraturan Daerah tersebut. Namun belum semua yang tertuang dalam

Peraturan Daerah tersebut dapat dilaksanakan oleh PD Pasar dalam memenuhi hak – hak pedagang pasar.

D. Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dilengkapi dengan deskriptif kuantitatif, deskriptif kualitatif merupakan sebuah metode penelitian yang memanfaatkan data kualitatif dan dijabarkan secara deskriptif. Jenis analisis data deskriptif kualitatif kerap digunakan untuk menganalisis kejadian, fenomena, atau keadaan secara sosial. Sedangkan deskriptif kuantitatif Teknik analisis deskriptif kuantitatif adalah teknik yang digunakan untuk pengujian, pengukuran, dan hipotesis berdasarkan perhitungan matematika dan statistik yaitu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang.⁸²

B. Metode Pendekatan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian gabungan hukum yuridis empiris, yaitu pendekatan yuridis empiris dalam penelitian ini maksudnya adalah bahwa dalam menganalisis permasalahan dilakukan dengan cara memadukan bahan-bahan hukum (yang merupakan data sekunder) dengan data primer yang diperoleh di lapangan⁸³.

⁸²Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, cet ke 19.

⁸³Johny Ibrahim, 2005. *Teori & Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Surabaya Bayumedia.

C. Lokasi dan Subjek Penelitian

1. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Semarang.

2. Subjek penelitian

Subjek penelitian atau responden adalah pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian.

D. Sumber dan Jenis Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil secara langsung diperoleh dari wawancara narasumber, observasi, kuesioner dan survei.

2. Data Sekunder

Keterangan-keterangan yang diperoleh dari bahan-bahan kepustakaan, dalam hal ini mengacu pada literatur, perundang-undangan mengenai peraturan daerah dan undang-undang mengenai UMKM, kasus-kasus yang kemudian dibedakan menjadi.

a. Bahan hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan-bahan hukum yang diperoleh dari perundang-undangan.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan-bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer. Berupa buku, jurnal penelitian.

c. **Bahan Hukum Tersier**

Bahan hukum tersier adalah bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan bahan hukum primer dan sekunder. Seperti, kamus hukum dan ensiklopedia.

E. Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara yaitu suatu acara memperoleh informasi langsung narasumber
- b. Studi pustaka, yaitu dengan mempelajari buku-buku, peraturan perundang-undangan yang berlaku dan arsip-arsip yang ada yang sesuai dengan materi yang peneliti bahas.

F. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil penelitian akan dianalisa dengan menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif. Subjektif penelitian berarti ide atau pernyataan yang didominasi oleh perasaan, pendapat, preferensi pribadi pembicara. Ide atau pernyataan tersebut merupakan hasil interpretasi terhadap kebenaran atau realita dari sudut pandang pembicara, yang menginformasikan dan mempengaruhi penilaian orang dan selalu bias. Ide atau pernyataan yang subyektif bisa berupa keyakinan, opini, rumor, asumsi, kecurigaan, yang dipengaruhi oleh sudut pandang pembicara.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada konsep Miles & Huberman, yaitu:

a. Pengumpulan data

Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, proses pengumpulan data dilakukan sebelum penelitian, pada saat penelitian, dan bahkan di akhir penelitian.

b. Reduksi data,

Reduksi data adalah sebagai suatu proses pemilihan, memfokuskan pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data yang muncul dari catatan tertulis di lapangan. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang mengungkapkan hal-hal penting, menggolongkan, mengarahkan dan mengorganisasikan data agar lebih sistematis. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menghasilkan ringkasan data yang potensial untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian, sehingga dapat dibuat kesimpulan yang bermakna.

c. Penyajian data

Penyajian data dilakukan setelah proses reduksi. Penyajian data merupakan proses pemberian sekumpulan informasi yang sudah disusun yang memungkinkan untuk menarik kesimpulan. Proses penyajian data ini adalah mengungkapkan secara keseluruhan dari kelompok data yang diperoleh agar mudah dibaca, maka peneliti dapat memahami apa yang terjadi dalam kanvas penelitian dan apa yang dilakukan peneliti dalam mengantisipasinya.

d. Kesimpulan

Penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah usaha untuk mencari atau memahami makna/arti, keteraturan, pola-pola, penjelasan, alur sebab akibat atau proposisi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pengaturan Perlindungan Hukum Pelaku Usaha Retail Tradisional Terhadap Retail Modern Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha dalam Perspektif Hak Asasi Manusia

Ritel adalah usaha pemasaran barang atau jasa di toko atau unit eceran secara langsung kepada konsumen untuk kebutuhan pribadi dan rumah tangganya. Pada tahap implementasi, setiap penjaga toko membeli produk atau jasa dalam jumlah besar dari produsen, yang kemudian dapat dijual langsung ke konsumen dalam unit yang lebih kecil. Proses bisnis tersebut kemudian dijelaskan lebih rinci dalam rantai pasok distribusi produk.

Bisnis ritel di Indonesia mulai berkembang pesat pada tahun 1960-an menurut sejarahnya. Toko ritel pertama di Indonesia dibuka pada tanggal 23 April 1963, bertepatan dengan *Grand Opening* Gedung Sarinah yang berada di Jalan M.H. Tamrin, Jakarta yang mana merupakan tonggak sejarah ritel Indonesia. Bisnis ritel pada masa itu juga memunculkan bisnis ritel modern yang mengadopsi konsep ritel dari negara-negara Barat dan Asia, khususnya Jepang. Pada tahun 1990-an, perkembangan bisnis ritel Indonesia meningkat luar biasa. Banyak perusahaan ritel menjual produk berkualitas tinggi dari seluruh dunia.

Pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan transaksi penjual-pembeli secara langsung dan biasanya terjadi proses negosiasi. Bangunan biasanya terdiri dari los atau toko, kios dan ruang

terbuka yang dikelola oleh penjual atau pengelola pasar harus dibuka. Kebanyakan menjual kebutuhan pokok seperti bahan makanan berupa ikan, buah-buahan, sayuran, telur, daging, kain, pakaian, elektronik, jasa dan lainnya. Selain itu, ada juga yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar seperti ini masih banyak di Indonesia dan biasanya terletak di dekat pemukiman penduduk untuk memudahkan pembeli mengakses pasar. Pasar modern adalah pasar yang dijalankan oleh manajemen modern, biasanya ditemukan di daerah perkotaan, menawarkan barang dan jasa berkualitas tinggi kepada konsumen (biasanya anggota kelas menengah ke atas). Pasar modern meliputi supermarket, swalayan, mal, waralaba, mini market, toko serba ada, dll., di mana banyak jenis barang yang dijual. Pasar modern tidak hanya menawarkan barang lokal, tetapi juga barang impor. Produk yang dijual relatif terjamin kualitasnya karena melalui pemeriksaan awal yang ketat, dengan barang yang tidak memenuhi persyaratan klasifikasi ditolak.

Pengecer memainkan peran yang sangat penting karena memudahkan produsen untuk fokus membuat barang tanpa mengorbankan upaya yang diperlukan untuk berinteraksi dengan konsumen akhir yang ingin membeli produk mereka. Dealer atau reseller memfasilitasi proses pembelian bagi konsumen. Itu sebabnya toko retail biasanya memiliki staf penjualan dan katalog yang memuat gambar produk selain deskripsi yang menarik.

Ritel adalah bisnis yang menyajikan produk, fitur dan manfaat produk, menyimpan produk tersebut, menangani pemrosesan transaksi serta aktivitas lain untuk mendapatkan produk dan harga yang tepat hingga ke konsumen

akhir. Secara umum, beberapa toko retail juga menyediakan layanan tambahan untuk berbagai event retail. Dari pembungkus kado, saran belanja pribadi, pembayaran terlambat, utilitas, dan lainnya. Tujuannya adalah untuk menawarkan pengalaman konsumen yang lebih baik dan meningkatkan layanan ritel yang ada.

Porsi ritel Indonesia dalam produk domestik bruto (PDB) tinggi juga menyerap banyak tenaga kerja. Laju pertumbuhan ritel dipengaruhi oleh daya beli masyarakatnya, pertumbuhan penduduk serta ketersediaan barang konsumsi demi memenuhi kebutuhan masyarakat sehari-hari di Indonesia. Sejak tahun 2000, rata-rata pertumbuhan ekonomi di Indonesia mencapai lebih dari 3 persen dan inflasi tetap terkendali, sehingga dapat disimpulkan bahwa perekonomian Indonesia berpotensi untuk kembali menguat di masa mendatang.

Pasar modern pada dasarnya adalah pasar modern dan perdagangan adalah harga tetap dan layanan mandiri. Lokasi pasar tersebut biasanya berupa mall, alun-alun, dan juga tempat perbelanjaan modern lainnya seperti supermarket, hypermarket, alfamart, dan indomaret. Sifat pasar/toko modern tentunya berbeda dengan pasar/toko tradisional. Menurut Sumianto (1992), pasar/toko tradisional merupakan bentuk usaha umum yang mencakup sebagian dari kehidupan masyarakat, selain merupakan lingkup budaya yang mewakili entitas yang hampir lengkap di mana ruang pasar tradisional terbagi menjadi los, kedai penjualan, spot, tenda, warung dan toko.

Pasar tradisional merupakan tempat pertemuan untuk bertukar atau membeli dan menjual barang atau tempat pertemuan penjual atau perusahaan perdagangan dengan pembeli atau konsumen, jika negosiasi memungkinkan. Pusat perbelanjaan adalah suatu kawasan yang dapat terdiri dari satu atau lebih bangunan yang dibangun secara horizontal atau vertikal yang dijual, disewakan, atau dikelola oleh pedagang untuk tujuan perdagangan barang. Kawasan tertentu yang dapat diidentifikasi sebagai mal dapat berupa pasar tradisional maupun pasar modern. Pasar merupakan kegiatan perdagangan yang mempertemukan produsen dan konsumen, tempat bertemunya pedagang dan konsumen, penjual dan pembeli. Pasar memutar roda ekonomi dengan menciptakan harga di pasar. Pasar/toko modern telah menjadi budaya dan gaya hidup baru penduduk kota. Budaya pasar modern secara sadar mengajarkan penduduk kota untuk hidup lebih pragmatis dan praktis.

Menurut Statistik Finlandia, terdapat 14.182 pasar tradisional di Indonesia. Delapan provinsi dengan pasar tradisional terbanyak pada tahun 2019 adalah Jawa Timur (2.249), Jawa Tengah (1.910) dan Sumatera Utara (858). Kemudian Jawa Barat (817 pasar), Sulawesi Selatan (768 unit), Riau (690 unit) dan Lampung (639 unit). Sedangkan pasar tradisional mendominasi pusat perbelanjaan umum sebanyak 14.182 unit (88,52%) sedangkan toko modern sebanyak 1.131 unit (7,06%). Selain itu, pertumbuhan pusat perbelanjaan di beberapa kawasan ekspansi tidak begitu cepat. Pengguna internet di Indonesia naik ke peringkat 6 dunia (melampaui Jepang dan Rusia), mencapai 65% dari total populasi 267 juta orang. Pertumbuhan toko

online mempengaruhi perubahan kebiasaan belanja masyarakat terhadap mall yang awalnya sebagai pusat perbelanjaan terbesar.

Secara total, tambahan pasokan meningkat menjadi 600.000 m² pada periode 2019-2021, dimana 70% di antaranya berada di Ibukota. Saat ini mal paling banyak berada di Jawa Barat sebanyak 121 unit, DKI Jakarta sebanyak 88 unit, Jawa Timur (79) dan Banten sebanyak 37 unit. Pada tahun 2019, empat provinsi di Pulau Jawa memimpin pertumbuhan supermarket, yaitu Jawa Tengah dengan 193 unit, Jawa Barat sejumlah 173 unit, kemudian Jawa Timur dengan 119 unit, serta Yogyakarta sebanyak 87 unit. Selain itu di luar Pulau Jawa adalah Pulau Kalimantan terdapat 80 unit, Kep. Riau dengan 55 unit, lalu terakhir NTT berjumlah 37 unit. Sementara Kota Semarang sejumlah pasar modern berdiri sebanyak 723 pasar modern, dan terdapat 67 pasar tradisional di seluruh Kota Semarang yang distribusinya berdasarkan skala pelayanan (baik kota, wilayah maupun lingkungan).

Terdapat 9 pasar kota di kecamatan Semarang Selatan, Semarang Tengah, Banyumanik, Ngaliyan dan Semarang Timur. Subkawasan Semarang Selatan dan Semarang Tengah memiliki pasar perkotaan terbanyak yang masing-masing ada tiga pasar. Pasar regional / wilayah tersebut terdapat di Kecamatan Gunungpati 1 unit, Pedurungan 2 unit, Semarang Selatan 3 unit, Semarang Tengah 5 unit, Candisari 2 unit, Gayamsari dan Mijen masing-masing 1 unit, Ngaliyan 2 unit dan Kecamatan Semarang Barat 4 unit sehingga jumlah keseluruhan di Kota Semarang adalah 21 pasar daerah. Selain itu, terdapat total 37 pasar lingkungan di sekitar Kota Semarang di Kecamatan

Genuk, Pedurungan, Banyumanik, Gayamsar, Mijen, Ngaliyan, Semarang Barat, Semarang Timur, dan Utara Kota Semarang, Tembalang, Tugu dan Kecamatan Gajahmungkur.

Di samping adanya pusat perbelanjaan, peran pasar modern khususnya mini market semakin berkembang di Indonesia dan diharapkan pada akhirnya akan menggantikan posisi pasar tradisional. Supermarket atau jasa dijalankan oleh konsumen sendiri, karena toko-toko tersebut tidak memiliki staf penjualan yang khusus melayani konsumen. Hal ini disebabkan adanya perubahan preferensi konsumen yang dalam hal ini adalah kebiasaan membeli yaitu lokasi mudah dijangkau, belanja nyaman dan aman, mudah untuk memilih barang yang dibutuhkan untuk berbelanja di supermarket.

Pasar modern kini mengencet pasar tradisional dengan segala kemudahan dan kualitas produk yang mereka miliki, bahkan pasar modern menyediakan barang impor yang pastinya memiliki kualitas lebih baik dibandingkan barang lokal di pasar tradisional. Hal ini menjadi gambaran betapa ketatnya persaingan antara pelaku usaha di pasar tradisional dan pelaku usaha di pasar modern yang sampai saat ini terus berlangsung. Kemudahan yang diberikan oleh pasar modern seperti akses, lokasi yang lebih bersih, varian barang yang lebih banyak, hingga harga yang tidak kalah murah dengan pasar tradisional membuat kebiasaan baru bagi masyarakat untuk beralih ke pasar modern. Selain itu, pasar modern tidak lagi menggunakan negosiasi ketat sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengambil keputusan untuk membeli atau tidaknya produk di pasar tersebut.

Membahas mengenai pasar yang identik dengan kegiatan jual-beli barang, tentu saja di dalamnya pun dapat berupa bisnis ritel, baik itu retail tradisional maupun retail modern. Kedua bisnis tersebut tentunya harus berjalan sesuai dengan regulasi-regulasi yang ada untuk memberi keamanan dan kenyamanan bagi pelaku usaha retail baik yang bertipe tradisional maupun yang sudah modern. Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan menjelaskan mengenai hubungan pelaku usaha dan pemasok barang serta aturan pengembangan toko retail yang ada di Indonesia.

Dalam bidang perdagangan eceran khususnya perdagangan eceran modern telah ditetapkan Pemerintah melalui Keputusan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern; dan Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 70/ M-DAG/ PER / 12 /2013 tentang bagaimana merancang dan mengembangkan pasar tradisional dan toko modern. Sebaliknya, dalam membangun pasar tradisional, mal, dan toko modern, pemerintah pusat telah menunjukkan bahwa pemerintah daerah harus memberlakukan peraturan zonasi sebagai perlindungan hukum bagi pengusaha ritel modern dan pedagang tradisional.

Salah satu kasus yang masih membekas tentang pelanggaran hukum perlindungan bagi pelaku usaha retail adalah dugaan monopoli niaga PT. Alfa Retailindo Tbk., yang dioperasikan oleh PT Carrefour di mana PT. Carrefour mengakuisisi 75% saham PT. Alfa Retailindo Tbk., dan dinilai sering

melanggar Perjanjian Kerja Bersama (PKB) yang telah disepakati sehingga hal ini menuai unjuk rasa oleh para karyawan PT. Alfa Retailindo Tbk., pada 2008 lalu. Industri yang diatur dan terkait yang terkait dengan kedua produk hukum ini adalah contoh ritel.

Dari data yang ada, Komisi Pengendalian Persaingan (KPPU) setidaknya mengeluarkan 3 (tiga) putusan dan 7 (tujuh) usulan. Putusan yang dimaksud adalah (1) Putusan Perkara No. 3/KPPU-L-I/2000 tentang Perluasan Komersial Indomaret; (2) Putusan No. 02/KPPU-L/2005 tentang pelanggaran syarat penjualan PT. Carrefour sebagaimana dinyatakan oleh Mahkamah Agung dalam Putusan No. 01K/KPPU/2005 dan (3) Putusan No. 09/KPPU-L/2009 tentang akuisisi PT Carrefour terhadap PT Alfa Retailindo Tbk., yaitu:

1. Usulan dan refleksi Rancangan Keputusan Presiden tentang Penataan dan Pengembangan Perusahaan Pemasaran Modern dan Perusahaan Niaga Modern melalui Surat No. 188/K/VI/2007 tanggal 18 Juni 2007
2. Usulan KPPU untuk Draft Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern melalui Surat No. 681/KPPU/K/VIII/2008 tanggal 28 Agustus 2008
3. Usulan dan tanggapan KPPU tentang kebijakan ritel di Kota Pontianak melalui surat No. 1071/K/XII/2008 tanggal 19 Desember 2008

4. Usulan dan Tanggapan KPPU Terhadap Kebijakan Ritel di Kota Samarinda melalui Surat No. 1071/K/XII/2008 tanggal 19 Desember 2008
5. Usulan dan Pertimbangan KPPU tentang Kebijakan Ritel di Kota Banjarmasin melalui Surat No. 1071/K/XII/2008 tanggal 19 Desember 2008
6. Usulan dan Tinjauan KPPU tentang Kebijakan Ritel Kota Balikpapan, Surat No. 1071/K/XII/2008 tanggal 19 Desember 2008

Fakta yang dimuat dalam keputusan dan informasi keuangan Saran menunjukkan bahwa terdapat pelanggaran-pelanggaran kerja sama dan perdagangan:

- a. persaingan tidak sehat di sektor ritel,
- b. ketidakseimbangan antara pengecer dan pemasok, dan
- c. tekanan terhadap pemain (tradisional) di pasar lingkungan.

Dari data tersebut, PT. Carrefour diduga melanggar Pasal 35 jo. Pasal 26 Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, KPPU juga bergantung pada penyelesaian pelanggaran UU No. 5 Tahun 1999 yang juga dipertimbangkan Dewan melalui juklak. Jika KPPU memantau kegiatan perdagangan yang tidak adil dengan aparat penegak hukum, sebagaimana ditunjukkan dalam keputusan kedua dan ketiga di atas, maka kekhawatiran KPPU tentang ketidakseimbangan daya tawar antara pengecer dan pemasok serta urgensi pasar organik (tradisional) diimplementasikan melalui pendekatan ini ialah nasehat politik.

Hukum positif memang telah mengatur masalah ini, yaitu Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 53 Tahun 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional yang mencakup instruksi pembangunan pasar tradisional, dan pusat perbelanjaan serta toko modern, namun dalam Analisis Pengadaan KPPU dan Keputusan No. 09/KPPU-L/2009, kedua undang-undang tersebut sulit berlaku efektif sebab beberapa hal di bawah ini:

1. tidak ada sanksi yang keras dan berat bagi pengusaha yang melanggar kedua peraturan tersebut;
2. tidak menentukan siapa pembuat undang-undang bagi pelanggar kedua ketentuan tersebut;
3. memungkinkan untuk menentukan sifat dan ruang lingkup klausul komersial unilateral dalam perdagangan eceran modern.

Jika diamati lebih dekat, kode zonasi berperan sebagai pembentuk desain sosial, mengatur jarak dan batas fisik antara ritel modern dan ritel tradisional, serta demarkasi ritel modern di dalam kota. Peraturan zonasi ini menciptakan persaingan yang sehat antara ritel modern dan ritel tradisional, serta jaminan dan kepastian hukum bagi peritel tradisional dalam usahanya. Tata guna lahan merupakan parameter yang digunakan pemerintah daerah untuk mengontrol laju pertumbuhan ritel modern yang semakin hari semakin meningkat sejalan dengan pertumbuhan dan perkembangan kota Semarang. Pemerintah Daerah Kota Semarang berwenang untuk menetapkan batas atau

jarak antara toko ritel modern dengan toko ritel tradisional dan pasar tradisional yang ada melalui peraturan kualifikasi berdasarkan Permendag No. 70 Tahun 2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional dan Toko Modern. Kode zonasi regional memberikan ruang bagi bisnis ritel tradisional untuk mengoperasikan toko ritel lokal.

Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Mall dan Toko Modern yang biasa disebut dengan Peraturan Presiden tentang Pasar Modern ini mengatur enam hal pokok yaitu definisi, zonasi, rekanan, perizinan, syarat niaga (trem perdagangan), otoritas supervisi dan sanksi. Peraturan daerah yang diturunkan dari peraturan Perpres tentang Pasar Modern harus dapat menjadi peraturan yang lebih spesifik terkait dengan desain atau zonasi pasar modern, karena menurut Perpres No. 112 Tahun 2007 desain toko modern ditinggikan. Pemerintah Daerah (Pemda) agar dapat menjaga perekonomian kotamadya sekitarnya.

Di sisi lain, dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 70 Tahun 2013, toko modern diperbolehkan menjual produk penunjang usaha utama/kios maksimal 10% dari jumlah barang yang dijual di toko modern. Toko modern hanya dapat menjual barang branded produksi sendiri, maksimal 15% dari jumlah barang yang dijual (stock unit) yang dipajang di kantor/warung Toko modern, hal ini tidak berlaku jika dilakukan dalam rangka kemitraan. Toko modern atau pusat perbelanjaan tempat mereka menjual produknya sendiri harus terdiri dari setidaknya 80% produksi dalam negeri dan

produk sejenis toko. Peraturan Menteri Perdagangan ini lebih banyak berbicara tentang isi toko modern atau barang yang dijual di toko modern, sehingga diharapkan Perda tentang toko modern meningkatkan pendirian pasar modern, kemitraan usaha, jenis perizinan dan kewenangan untuk memberdayakan pasar modern serta mengatur dan mengontrolnya agar aturan tersebut dapat mengayomi atau melindungi mitra usaha modern, baik UKM maupun masyarakat pada umumnya.

Meski pelaku usaha juga memiliki hak dan kewajiban untuk menjalankan usaha demi memutar roda kehidupan masyarakat di mana masyarakat berperan sebagai pembeli dan konsumen dari barang-barang yang diproduksi dan di jual akan tetapi regulasi tentang perlindungan hukum bagi pelaku usaha masih belum terlalu banyak dibandingkan undang-undang perlindungan konsumen. Namun dalam Pasal 6, Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga diatur hak-hak bagi pelaku usaha dalam huruf (b) hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik; dan (c) hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen. Baik pelaku usaha maupun masyarakat yang menjadi konsumen sama-sama memiliki hak yang sama dimata hukum yaitu hak untuk mendapatkan perlindungan dan kepastian hukum sesuai dengan undang-undang yang berlaku untuk memberikan jaminan hukum dari berbagai macam praktik kecurangan yang ada.

Dalam persaingan usaha, maka pemerintah mengeluarkan undang-undang anti monopoli perdagangan agar persaingan antar pelaku usaha tetap berjalan sehat tanpa adanya pihak yang dirugikan. Peraturan mengenai persaingan usaha tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pada Pasal 3 tertulis tujuan dibentuknya peraturan ini ialah 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 sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha 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.

Apabila konsumen terbukti melakukan perbuatan yang nyata-nyata wanprestasi, maka ia telah melanggar hak pedagang untuk membayar sesuai dengan syarat dan ketentuan barang dan jasa yang diperdagangkan yang mana perjanjian nilai tukar diatur dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 6. Apabila konsumen melanggar Pasal 5, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa konsumen selayaknya bermaksud benar dalam membeli barang atau jasa dan harus membayar sesuai kurs yang disepakati. Sebab hal ini dapat mengakibatkan kerugian bagi pengecer atau pelaku usaha di mana pengecer kehilangan modal

untuk membeli barang, dan pelaku usaha kerajinan kehilangan bahan baku yang digunakan dalam usahanya. Sanksi terhadap konsumen dalam hal ini secara teoritis merupakan perlindungan hukum preventif, yang tidak dijelaskan dalam UU Perlindungan Konsumen tahun 1999, namun dalam hal ini konsumen bertindak lalai dan dapat menjatuhkan sanksi berupa ganti rugi kepada kontraktor, pemutusan kontrak, pengalihan risiko, dan pembayaran biaya perkara.

Selain memberikan perlindungan kepada masyarakatnya, negara juga memiliki kewajiban dan tanggung jawab dalam pengelolaan segala aspek hukum yang menyangkut kelangsungan hidup warganya. Fungsi negara dalam melindungi masyarakat agar dapat bertindak secara bebas, demokratis dan adil untuk menciptakan lingkungan ekonomi, sosial dan budaya yang damai, stabil dan menguntungkan di mana setiap individu dan keluarga bebas dan bermartabat. Upaya untuk melindungi hak asasi manusia di dalam sebuah negara dapat dilakukan dengan cara berikut, yaitu:

1. Negara memajukan demokrasi, supremasi hukum, pembangunan berkelanjutan dan pemerintahan yang baik, serta memajukan dan melindungi hak asasi manusia dan hak dasar untuk memberdayakan individu dan masyarakat sipil.
2. Negara berkewajiban untuk membuka akses dan sumber daya secara berkelanjutan, tidak diskriminatif, dan aman menurut hukum nasional dan internasional serta melindungi aset yang penting bagi kelangsungan hidup masyarakat.

3. Negara berkewajiban untuk menghormati dan melindungi sumber daya alam dan manusianya.

Selain sebagai sebuah ladang untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara yang menyangkut aspek penyerapan tenaga kerja dan pembangunan ekonomi, pelaku usaha ritel juga membantu pemerintah dalam mempermudah distribusi barang kepada konsumen. Baik pelaku ritel tradisional maupun modern mengemban peran penting dalam distribusi dengan menawarkan berbagai macam barang kepada pembeli untuk dikonsumsi sehari-hari yang tanpanya, distribusi barang kepada masyarakat akan sulit untuk dijangkau.

Bentuk pengaturan perlindungan hukum yaitu ada 3 (tiga) bentuk pengaturan perlindungan yaitu; 1) perlindungan struktural perlindungan, 2) perlindungan substansi hukum, dan 3) perlindungan budaya hukum.

Perlindungan hukum ini dilaksanakan melalui peraturan yang jelas yang dikeluarkan oleh pemerintah dan bertujuan untuk menciptakan perencanaan sosial dan membawa perubahan yang lebih baik dalam masyarakat, khususnya dalam perdagangan dan perdagangan. Karena tugas hukum adalah menjaga ketertiban dan kesusilaan melalui kepastian hukum. Sebagai pelaku bisnis retail tradisional maupun modern, pelaku bisnis memiliki hak untuk dijamin secara hukum dengan adanya peraturan perundang-undangan yang ada. Seperti di jelaskan dalam UU Perlindungan Konsumen pada Bagian Kedua, Pasal 6 yang berisi bahwa pelaku usaha memiliki hak-hak berikut ini:

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Mencermati sektor atau kebijakan pasar di atas, pada dasarnya terdapat filosofi bahwa keberadaan pasar modern tidak mengancam keberadaan pasar tradisional. Untuk menjamin keberadaan pasar tradisional, pemerintah memperkenalkan dalam Keputusan Presiden No. 112 Tahun 2007. Kawasan pasar modern ditetapkan dalam Pasal 5, yang mengatur bahwa pedagang besar hanya dapat beroperasi di sepanjang atau berhubungan dengan jaringan jalan utama (jalan umum), melayani lalu lintas utama dengan karakteristik jarak jauh, kecepatan rata-rata tinggi dan jumlah terbatas efektif) atau jalan omnibus (jalan umum yang melayani pengumpul atau penyalur lalu lintas dengan karakteristik mengemudi jarak menengah, kecepatan rata-rata sedang dan jumlah jalan akses terbatas), jalan utama atau sekunder. Sudah menjadi tanggung jawab negara

untuk menghormati, melindungi, dan melaksanakan hak asasi manusia terkait dengan setidaknya enam prinsip dasar hak asasi manusia, yang merupakan konsep dasar dan pedoman standar untuk pembelaan hak asasi manusia.

Maka kewajiban negara dalam melindungi hak-hak pelaku usaha harus berdasarkan hukum Undang-undang No. 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia yang berbunyi sebagai berikut:

Pasal 71

“Pemerintah wajib dan bertanggung jawab menghormati, melindungi, menegakkan, dan memajukan hak asasi manusia yang diatur dalam Undang-undang ini, peraturan perundang-undangan lain, dan hukum internasional tentang hak asasi manusia yang diterima oleh negara Republik Indonesia.”

Pasal 72

“Kewajiban dan tanggung jawab Pemerintah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 71, meliputi langkah implementasi yang efektif dalam bidang hukum, politik, ekonomi, sosial, budaya, pertahanan keamanan negara, dan bidang lain.”

Dari aturan yang berlaku di atas menunjukkan bahwa pemerintah harus turut andil bukan hanya sebagai pengawas dalam kegiatan persaingan pasar, tetapi juga sebagai pelindung yang adil bagi setiap pelaku usaha retail. Dengan mengimplementasikan pasal-pasal dari regulasi yang ada di Indonesia yang mengatur tentang persaingan, hak asasi manusia, maupun hukum mengenai pengadaan pasar yang berlaku di Indonesia. Oleh karena hukum perundangan juga mengatur tentang hak-hak pelaku usaha yaitu Undang-undang No. 5 Tahun

1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha yang Tidak Sehat, di mana untuk kesejahteraan bersama, pelaku usaha memiliki hak untuk mengembangkan dan meningkatkan taraf hidupnya melalui sektor bisnis, maka negara memiliki tanggung jawab untuk melindungi hak asasi manusia dengan berlandaskan 6 (enam) asas sebagai dasar / landasan hukum bagi pemerintah dan negara untuk menjunjung tinggi hak asasi manusia sebagai aturan menjaga keadilan yang tertinggi, yaitu:

1. Universal dan tidak dapat dicabut.

Hak asasi manusia adalah hak dasar yang sudah ada sebelumnya yang dimiliki oleh semua orang di seluruh dunia. Dalam keadaan apa pun hak asasi manusia ini tidak dapat bersifat sukarela atau dipenuhi.

2. Tidak dapat dibagi (indivisibility)

Hak asasi manusia dalam bidang sipil, sosial, budaya, dan ekonomi pada hakikatnya dapat diterapkan dan terkait dengan martabat manusia yang tidak dapat dipisahkan.

3. Berdiri sendiri tetapi saling terhubung (independent and connected).

Dengan kata lain, dapat berlaku untuk semua hak dan juga untuk beberapa hak, penerapan beberapa hak terkadang dapat juga bergantung pada penerapan hak lainnya.

4. Kesetaraan dan non-diskriminasi.

Semua orang setara dalam martabat kemanusiaannya dan dapat memiliki nurani yang mempengaruhi dan menyatukan martabat

semua orang dan martabat individu. Setiap orang memiliki hak yang sama atas hak asasi manusia tanpa pembedaan karena alasan yang tidak dapat dibenarkan, seperti B. Perbedaan yang berkaitan dengan ras atau warna kulit dan suku bangsa, bahkan usia, bahasa, agama dan pemikiran lainnya. Kewarganegaraan dan latar belakang sosial, kekurangan dan kelemahan dalam pengasuhan, kelahiran atau status sosial lainnya.

5. Partisipasi dan Keterlibatan.

Artinya, semua orang atau semua anggota masyarakat berhak untuk bebas berperan dan melakukan hal-hal yang berguna untuk berpartisipasi dan hidup dalam peran, dan dalam pembangunan sipil, politik dan sosial. daripada kehidupan ekonomi dan budaya.

6. Bentuk Tanggung Jawab Negara

Negara yang bertanggung jawab untuk selalu menghormati hak asasi manusia, dalam bagian ini negara berkewajiban untuk mematuhi semua aturan hukum yang biasa dan termasuk dalam semua instrumen peraturan perundang-undangan hak asasi manusia ketika negara tidak dapat memenuhi kewajibannya membela hak asasi manusia, organisasi. yang merasa dilanggar dapat mengajukan keberatan yang sewajarnya berdasarkan peraturan perundangan yang berlaku.

Dari penjelasan di atas dapat dipahami bahwa negara memiliki tanggung jawab bukan hanya sekedar melindungi pelaku usaha ritel baik tradisional

maupun modern yang merupakan roda utama penggerak ekonomi negara, tetapi juga dengan menghormati asas keadilan dan hak asasi manusia yang dimiliki para pelaku usaha retail. Pasar tradisional juga dapat dilindungi dengan pengetatan proses perijinan dan penegakan hukum. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengembangkan undang-undang yang mengikat semua pelaku ekonomi dan pengambil keputusan di sektor ritel, dengan sanksi bagi pelanggarannya, sehingga hanya dengan keputusan presiden atau keputusan menteri saja tidak cukup, tetapi harus dituangkan secara tertulis dalam undang-undang.

Peran hukum menjadi semakin penting dalam perdagangan dunia. Hukum tidak lagi dianggap sebagai faktor pelengkap dalam penyelenggaraan, tetapi hukum menjadi faktor yang sangat penting dan dominan dalam perdagangan atau bisnis karena hukum berperan di zaman modern dan faktor yang sangat penting dan dominan dalam perdagangan dan bisnis sebagai proses berjalannya bisnis di seluruh dunia. Tanpa adanya perdagangan, distribusi barang dan jasa pun akan mustahil untuk disebar ke seluruh pelosok negeri, kepada seluruh lapisan masyarakat meskipun sampai detik ini distribusi barang dan jasa masih jauh dari kata maksimal dan merata.

B. Kendala yang Dihadapi Dalam Perlindungan Hukum Pelaku Usaha Retail Tradisional dan Modern Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha dalam Perspektif Hak Asasi Manusia

Salah satu komponen penting terwujudnya pasar bebas adalah persaingan antar pelaku pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Persaingan korporasi dalam hal ini adalah suatu proses dimana pelaku ekonomi dipaksa untuk berkembang menjadi perusahaan yang efisien dengan menawarkan produk berupa barang atau jasa dengan harga yang lebih terjangkau. Persaingan hanya memungkinkan bila ada dua atau lebih pemain di pasar yang menawarkan produk dan jasa kepada pelanggan, yaitu tempat dimana interaksi antara pembeli dan penjual dapat memperdagangkan barang dan jasa baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk memenangkan hati konsumen, pengusaha berusaha menawarkan produk dan layanan yang menarik dari nilai kualitas, harga dan pelayanan.

Persaingan antar pengusaha juga bisa tidak sehat atau menjadi *unfair competition* sehingga dapat merugikan konsumen bahkan negara di mana pelaku usaha menjalankan bisnisnya. Oleh karena itu, peraturan hukum mutlak diperlukan yang menjamin terwujudnya pasar bebas yang adil. Akan tetapi masih saja ada oknum tidak bertanggung jawab yang berusaha menyelewengkan kebenaran dan keadilan hukum dengan berbagai macam cara untuk memenuhi keinginan dan kepentingannya sendiri.

Selain kebijakan perizinan, Pemkot Semarang juga menstimulasi peritel modern untuk bekerjasama dengan peritel tradisional dan usaha kecil menengah di Kota Semarang. Kerjasama ini dilaksanakan melalui sistem kemitraan antara ritel modern dan ritel tradisional termasuk usaha kecil dan menengah yang ada di Kota Padang. Kemitraan ini diatur oleh Pasal 1 (10) PERMENDAG Nomor: 70/M-DAG/PER/12/2013, tentang pedoman penataan dan promosi pasar tradisional, pusat niaga dan toko modern.

Salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh perusahaan ritel modern saat mengajukan izin usaha di Kota Semarang adalah perusahaan ritel modern ikut serta dalam pemasaran produk-produk yang dihasilkan oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) melalui sistem kemitraan. Tujuannya adalah untuk menciptakan pangsa pasar baru bagi Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam memasarkan produk yang dihasilkan oleh UKM dan untuk menjaga iklim usaha yang kondusif di kota Padang agar tidak muncul ketimpangan sosial di masyarakat. Selain itu, Pemkot Padang juga menekankan agar toko ritel modern mengutamakan produk lokal untuk menghibisi toko ritel modern ketimbang produk luar lainnya.

Beberapa hal yang menjadi kendala terwujudnya kemitraan dan usaha ritel yang bersih dan mengikuti peraturan perundangan yang berlaku dapat dilihat di bawah ini:

1. Kontrak Kerjasama antar Badan Usaha / Perusahaan / Bisnis Retail

Sebuah kontrak dianggap sah atau terbentuk ketika ada kesepakatan atau kesepakatan antara para pihak tentang subjek kontrak. Kontrak yang dibicarakan di sini adalah pertemuan kehendak kedua belah pihak. Di toko online, perjanjian ini terjadi ketika salah satu pihak telah menyetujui pernyataan pihak lainnya. Dalam hal ini, referensi dibuat untuk konten Pasal 1320 KUHPerdara berikutnya disebut KUHPer. Pasal 1320 KUHPer menjelaskan syarat sahnya suatu kontrak, yaitu adanya suatu

perjanjian, kapasitas, obyek tertentu dan alasan-alasan yang tidak dilarang.

Meski terdapat jelas mengenai hukum perlindungan dan sanksi bagi pelanggarnya, tetapi masih ada saja oknum curang yang melakukan kejahatan secara terselubung. Hal ini selain dapat membatalkan kontrak kerjasama, juga dapat merugikan berbagai pihak. Kontrak kerjasama dibuat berdasarkan kesepakatan bersama yang didalamnya terkandung hukum dan sanksi bagi pelanggarnya. Kontrak seharusnya dijalankan sesuai dengan aturan dan kesepakatan terutama dalam kontrak bisnis di mana pelaku-pelaku usaha saling bekerjasama untuk ekspansi usaha mereka, bukan saja untuk keuntungan pribadi atau salah satu kelompok, tetapi lebih daripada itu untuk menjalin hubungan dan kerjasama sehingga tetap saling terkoneksi.

Namun faktanya, masih banyak ditemukan bahwa baik pihak pertama maupun kedua rupanya saling memanfaatkan secara tidak baik di mana mereka mengambil keuntungan yang lebih besar daripada anjuran dari pemerintah dan tidak sesuai kesepakatan bersama. Hal ini dapat merugikan konsumen dan menurunkan kredibilitas pelaku usaha yang saling terikat.

2. Laju Pertumbuhan Pasar yang Tidak Dapat Ditekan

Seperti diketahui bahwa pasar adalah tempat terjadinya kegiatan jual beli dan negosiasi antara penjual dan pembeli. Baik

pasar tradisional maupun pasar modern nyaris memiliki model interaksi yang sama yaitu perdagangan produk seperti barang-barang konsumsi sehari-hari. Keinginan dan kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks merupakan pemicu pertumbuhan pasar di lingkungan masyarakat. Namun seiring dengan pertumbuhan tersebut, terkadang membuat pelaku usaha melakukan aksi curang untuk mendapatkan pelanggan. Misalnya membuka lapak di fasilitas umum yang tentunya dapat mengganggu ketertiban masyarakat. Selain itu, pasar modern kini berangsur menggeser eksistensi pasar tradisional, tak hanya dengan akses dan kemudahan dalam pelayanannya, tetapi juga dalam standarisasi harga jual dan harga beli yang terkadang tidak masuk akal, antara dapat berupa harga yang sangat mahal ataupun harga yang terbelang murah.

Tumbuh berkembangnya pasar modern dan tradisional dalam berbagai bentuknya antara lain karena lemahnya pengawasan kepolisian. Aparat penegak hukum khususnya kepolisian daerah tidak menjalankan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik, pasar modern berkembang pesat dan mempengaruhi pasar tradisional, sehingga dalam perkembangannya lebih mudah ditemukan pasar modern daripada pasar tradisional. Hal ini membuat pasar modern akhirnya menggerus pasar tradisional yang sebenarnya merupakan pusat perbelanjaan bagi masyarakat menengah ke bawah. Sedangkan pasar modern seakan-akan timbul dan sengaja

diluncurkan oleh sebuah perusahaan niaga hanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat kelas menengah ke atas yang tentunya hal ini memperjelas kesenjangan sosial yang sudah lama ada di lingkungan masyarakat.

Cara-cara penegakan hukum yang dapat digunakan antara lain untuk membawa perusahaan yang “curang” ke pengadilan.

3. Kompetisi Harga yang Tidak Sehat (Distribusi Barang BM)

Berbicara mengenai harga barang di pasar tradisional dan modern tentunya menjadi topik yang tiada habisnya. Pelaku usaha tentunya mengeluarkan modal yang tidak sedikit untuk memulai bisnis retail mereka yang harus melakukan re-stocking secara berkala untuk tetap bertahan dalam bisnis yang mereka geluti. Beberapa pelaku usaha yang curang bahkan memasok barang dagangan mereka melalui black market atau pasar gelap yang mana barang-barang tersebut merupakan barang ilegal.

Pasar gelap atau perekonomian bayangan merupakan pasar klandestin di mana serangkaian transaksi memiliki beberapa aspek ilegal yang ditandai dengan pelanggaran terhadap seperangkat aturan kelembagaan. Jika aturan mendefinisikan seperangkat barang dan jasa yang produksi dan distribusinya dilarang oleh hukum, maka perdagangan pasar gelap karena transaksi itu sendiri ilegal, dan para pihak yang terlibat dalam produksi atau distribusi barang dan jasa terlarang adalah anggota ekonomi ilegal.

Barang-barang yang dijual secara *black market* tersebut memang cenderung lebih murah sebab tidak melalui Direktorat Bea dan Cukai sehingga tidak ada penambahan pajak dalam harga jualnya. Namun barang-barang tersebut belum tentu aman untuk dikonsumsi atau digunakan oleh masyarakat sehari-hari. Terdapat berbagai pertimbangan mulai dari substansi yang terkandung dalam produk yang dibeli, kadar substansi, hingga batas toleransi yang dianjurkan untuk menyatakan bahwa produk tersebut layak digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Masyarakat cenderung tergiur pada harga barang tanpa memahami secara mendalam bahaya apa saja yang dapat mengintai kehidupan mereka apabila salah memilih dan menggunakan suatu produk. Kompetisi harga yang sedemikian rupa terkadang dapat menjatuhkan nilai barang di toko retail lainnya sehingga hal itu menimbulkan persaingan yang tidak sehat melalui standarisasi harga yang dianjurkan. Selain itu, metode retail marketing yang seringkali sama dari tahun ke tahun juga menjadi salah satu alasannya. Pengecer biasanya menarik konsumen dengan promosi dan penawaran khusus. Namun usaha retail baik tradisional maupun modern semakin tergerus zaman yang makin modern yang ditandai dengan digitalisasi era. Pengusaha di ritel atau bisnis saat ini perlu menangani konsumen secara pribadi. Lebih memperhatikan member

dan memberikan informasi tentang preferensi konsumen yang dapat dikaitkan dengan produk yang ditawarkan.

Pengusaha kecil/wirausahawan muncul dari kurangnya lapangan kerja bagi orang-orang biasa yang karena kebijakan ekonomi nasional yang lebih liberal, tidak memiliki keterampilan/kemampuan untuk menciptakan dan memanfaatkan kesempatan kerja. Perlu diingat bahwa sekitar 10% (sepuluh persen) dari total penduduk Indonesia menggantungkan mata pencahariannya pada pekerjaan sebagai pengecer/distributor yang merupakan bagian dari pemilik usaha kecil.

Keadilan adalah roh kebenaran dan entitas setiap orang yang ada di dunia. Terdapat perbedaan makna keadilan berdasarkan situasi dan kondisi masyarakat mencari makna keadilan yang hadir seiring dengan perkembangan masyarakat. PERDA tentang pengaturan usaha modern dan pemberdayaan usaha ritel kecil di kawasan pemukiman diharapkan dapat memberikan manfaat bagi seluruh pelaku usaha yaitu pengusaha skala besar, pengusaha skala menengah dan pengusaha kecil dengan asas-asas keadilan. Hal ini dilakukan supaya praktik kecurangan dapat ditekan oleh pemerintah demi melindungi pelaku usaha ritail lain dan juga para konsumen yang dirugikan.

C. Upaya Dalam Mengatasi Kendala yang Dihadapi Dalam Perlindungan Hukum dan Hak Asasi Manusia Pelaku Usaha Retail Tradisional dan Modern Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha di Kota Semarang

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III tahun 2003 yang dimaksud dengan “Upaya” adalah segala usaha yang dilakukan untuk mencapai

suatu maksud atau tujuan seseorang, memecahkan persoalan, serta mencari jalan keluar. Upaya-upaya dilakukan oleh seseorang sebagai langkah untuk memperbaiki kesalahan atau menyelesaikan masalah yang terjadi sehingga aktivitas dalam suatu kehidupan dapat berjalan kembali seperti sedia kala. Tidak berbeda dengan kehidupan manusia yang harus terus bergerak produktif, bisnis pasar retail tradisional dan modern pun tidak dapat berhenti begitu saja tanpa alasan spesifik dan logis.

Usaha retail tradisional maupun retail modern merupakan penggerak roda ekonomi negara. Tak dapat dipungkiri, meski usaha retail tradisional dan modern belum tentu besar, namun dampak yang mereka berikan kepada negara cukup signifikan dengan membantu peningkatan pertumbuhan ekonomi negara sehingga suatu negara dapat bertahan dari krisis. Namun usaha retail tak melulu lancar seperti kelihatannya. Persaingan yang ketat antar pelaku usaha retail terkadang berdampak buruk bagi pelaku usaha retail lainnya. Hal ini dapat menjadi ketidakadilan bagi masyarakat yang menjadi konsumen bahwasanya mereka adalah konsumen di mana mereka berhak memilih dan menentukan di mana mereka harus berinteraksi dengan penjual sesuai dengan kebutuhan mereka.

Hukum memiliki arti yang berbeda secara fundamental, tergantung dari sisi mana seseorang melihatnya. Hal ini mengakibatkan pemahaman yang berbeda tentang keadilan yang mana bagi masing-masing individu akan memiliki sudut pandang berbeda yang dapat mempengaruhi keadilan relatif. Dari segi etika bisnis yang termasuk usaha retail di dalamnya di kenal dengan

3 (tiga) jenis keadilan sebagaimana dicatat oleh John Boatright dan Manuel Velasquez, keadilan terbagi atas:

1. Keadilan distributif: Negara berkewajiban untuk mendistribusikan segala sesuatu secara merata di antara anggota masyarakat. Manfaat dan beban, hal-hal yang enak diperoleh atau hal-hal yang membutuhkan pengorbanan, harus dibagi secara adil.
2. Keadilan Retributif: apabila terjadi kesalahan, hukuman atau denda yang dijatuhkan kepada pihak yang bersalah harus adil.
3. Keadilan Kompensatoris: di mana seseorang memiliki kewajiban moral untuk membayar atau memberi kompensasi kepada orang atau institusi yang dirugikan.

Apabila melihat kenyataan bahwa sebuah bisnis tidak akan selamanya berjalan mulus, tentulah para pelaku bisnis retail baik tradisional maupun modern pernah mengalami kendala-kendala dalam mempertahankan bisnisnya. Bukan hanya para pebisnis yang kesulitan, bahkan pemerintah pun dapat mengalami kesulitan sebab pemerintah dan negara merupakan entitas yang berkewajiban untuk memberikan perlindungan hukum kepada masyarakatnya dengan berlandaskan asas keadilan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat ini. Pemerintah dan aparat penegak hukum tidak boleh membeda-bedakan antara pelaku usaha retail modern dengan pelaku usaha retail tradisional di mana kebanyakan didapati bahwa pelaku usaha retail tradisional kesulitan untuk memenuhi tuntutan dari pemerintah sebab hukum dan aturan yang berlaku cukup rumit bagi mereka.

Oleh karena itu, sering terjadi pelanggaran hukum terutama ketertiban lingkungan pasar yang dapat mengganggu orang lain. Kendala yang terjadi dapat menimbulkan masalah perlindungan hukum di mana banyak masyarakat baik konsumen maupun mitra kerja justru tertangkap melanggar ketentuan hukum yang akhirnya merugikan pelaku usaha yang menjadi korban kenakalan mereka. Maka pemerintah pun melakukan beberapa upaya dalam mengatasi kendala-kendala perlindungan hukum bagi pelaku usaha retail di Indonesia, yaitu:

1. Razia Rutin Sebagai Upaya Pengendalian Pasar Modern dan Tradisional

Razia merupakan hal yang banyak dihindari oleh masyarakat karena sifat razia yang cenderung memaksa bahkan tidak jarang terjadi kekerasan oleh aparat penegak hukum dengan masyarakat yang terkena razia itu sendiri. Namun perlu diketahui bahwa razia dilakukan oleh aparat penegak hukum sebagai salah satu langkah untuk mengendalikan ketertiban masyarakat terutama di lingkungan pasar. Bagi pelanggar ketertiban akan diberikan sanksi yang tegas berupa pengusiran maupun pengangkutan barang dagangan agar fasilitas umum kembali rapi dan bersih sehingga dapat digunakan oleh masyarakat.

Pengendalian pasar seperti ini biasanya terjadi akibat pelaku usaha yang tidak melanggar aturan yang berupa penggunaan fasilitas atau lahan publik sebagai spot usaha pribadinya, dan pelanggaran

tersebut nyatanya mengganggu ketertiban umum sehingga harus dilakukan razia pengendalian ketertiban.

2. Inspeksi Mendadak (Sidak) ke Toko-toko Retail Modern maupun Tradisional

Sidak atau Inspeksi Mendadak tidak hanya terjadi di pasar retail tradisional tetapi juga bagi pengusaha retail modern. Hal ini dilakukan untuk memeriksa dan memastikan bahwa barang yang dijual oleh para pelaku usaha merupakan barang-barang masih layak pakai atau belum kadaluwarsa dan telah tercatat dalam Badan Pengawasan Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOM-RI) sehingga dapat dipastikan keamanan setiap produk yang beredar dimasyarakat. Selain itu, sidak juga rutin dilakukan oleh aparat kota Semarang untuk memastikan tidak adanya pedagang yang melakukan kecurangan dengan menaikkan harga jual suatu barang dagangan dengan jumlah yang di luar batas anjuran.

Bagi pengusaha retail yang nakal, tentu saja kegiatan sidak ini dapat menjadi alat pengendalian di pasar-pasar retail yang ada. Sanksi tegas juga diberikan agar para pelaku usaha dapat lebih taat pada peraturan hukum yang melindungi pelaku usaha dan konsumennya dari segala macam praktik kecurangan.

3. Pengoptimalan Fungsi dan Luas Wilayah Pasar Tradisional dan Modern

Pertumbuhan bisnis retail yang semakin pesat tak jarang memakan lahan yang besar dan menggeser kehidupan yang sebelumnya telah ada. Oleh karena itu, perlu adanya pengoptimalan untuk setiap fasilitas yang ada di kota Semarang salah satunya di pasar tradisional.

Pasar tradisional tak hanya menyediakan barang-barang lokal yang terjangkau bagi kalangan menengah ke bawah, tetapi di dalam pasar tersebut juga terdapat ruko-ruko yang dapat digunakan oleh pedagang dengan menyewanya dari pemerintah untuk memaksimalkan usaha mereka. Supaya penggunaan lahan dan ruang di pasar tradisional menjadi optimal, maka usaha-usaha retail kecil modern pun dialihkan untuk bergabung ke dalam pasar untuk memaksimalkan dan mengoptimalkan lahan maupun ruko kosong di pasar tersebut.

Dengan pengoptimalan lahan di pasar tradisional dan modern, masyarakat tidak perlu repot berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain dengan jarak yang mungkin akan cukup jauh hanya untuk mendapatkan suatu produk yang dicarinya. Dengan memaksimalkan kapasitas stand di dalam pasar, maka penduduk tidak perlu repot-repot berpindah lokasi belanja apabila barang yang ia cari tidak ada di satu tempat. Di pasar yang sama, ia bisa mencari barang yang sama kepada pelaku usaha retail lainnya.

4. Memberdayakan Masyarakat Baik Ritel Tradisional maupun Modern

Manajemen dan Pemberdayaan Pemerintah Kota Semarang diharapkan dapat memperbaiki dan meningkatkan tempat usaha di pasar tradisional. Selain peluang bisnis, layanan pendukung bisnis juga telah diperbarui dan ditingkatkan, seperti: Bagaimana menata akses pasar, memperbaiki drainase, memperluas tempat parkir kendaraan, memberantas pencopet dan kejahatan lain yang terjadi di tempat keramaian seperti pasar, dan penempatan penjaga keamanan,

Pengelolaan pasar tradisional dan penumbuhan pengaruh dilakukan sebagai berikut:

- a. Renovasi dan revitalisasi bangunan komersial tradisional
- b. Penerapan manajemen yang profesional
- c. Menyediakan produk berkualitas tinggi dan kompetitif
- d. Peluang Proses Keuangan Penjual Pasar untuk Peralatan dan Pinjaman untuk Properti Komersial.

Tujuan pengelolaan dan penguatan pasar tradisional adalah:

- a. Terciptanya pasar tradisional yang rapi, tertib, aman, bersih dan sehat
- b. Peningkatan layanan masyarakat
- c. Pasar tradisional menjadi penggerak perekonomian daerah

- d. Terciptanya pasar tradisional yang berdaya saing dengan mal dan pertokoan modern.

Persaingan (perdagangan) muncul dari sumber daya yang terbatas untuk menghasilkan barang yang berharga bagi kebutuhan masyarakat. Masalah keadilan timbul dari terbatasnya barang-barang yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Masalah kesetaraan muncul ketika barang tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan semua orang.

Selain berusaha meminimalkan inefisiensi ekonomi di Indonesia, hukum persaingan juga bertujuan untuk mendistribusikan pendapatan secara merata di antara para produsen dan secara tidak langsung melindungi konsumen. Perlindungan konsumen ini dicapai dengan mengatur persaingan antar perusahaan sedemikian rupa sehingga para pelaku ekonomi bertindak adil atau bersaing secara adil. Pada akhirnya, konsumen juga harus dilindungi oleh persaingan yang sehat antar pengusaha.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam persaingan usaha, maka pemerintah mengeluarkan undang-undang anti monopoli perdagangan agar persaingan antar pelaku usaha tetap berjalan sehat tanpa adanya pihak yang dirugikan. Peraturan mengenai persaingan usaha tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pada Pasal 3 tertulis tujuan dibentuknya peraturan ini ialah 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 sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha 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.

Apabila konsumen terbukti melakukan perbuatan yang nyata-nyata wanprestasi, maka ia telah melanggar hak pedagang untuk membayar sesuai dengan syarat dan ketentuan barang dan jasa yang diperdagangkan yang mana perjanjian nilai tukar diatur dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 6. Apabila konsumen melanggar Pasal 5, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa konsumen

selayaknya bermaksud benar dalam membeli barang atau jasa dan harus membayar sesuai kurs yang disepakati. Sebab hal ini dapat mengakibatkan kerugian bagi pengecer atau pelaku usaha di mana pengecer kehilangan modal untuk membeli barang, dan pelaku usaha kerajinan kehilangan bahan baku yang digunakan dalam usahanya. Sanksi terhadap konsumen dalam hal ini secara teoritis merupakan perlindungan hukum preventif, yang tidak dijelaskan dalam UU Perlindungan Konsumen tahun 1999, namun dalam hal ini konsumen bertindak lalai dan dapat menjatuhkan sanksi berupa ganti rugi kepada kontraktor, pemutusan kontrak, pengalihan risiko, dan pembayaran biaya perkara.

Peran hukum menjadi semakin penting dalam perdagangan dunia. Hukum tidak lagi dianggap sebagai faktor pelengkap dalam penyelenggaraan, tetapi hukum menjadi faktor yang sangat penting dan dominan dalam perdagangan atau bisnis karena hukum berperan di zaman modern dan faktor yang sangat penting dan dominan dalam perdagangan dan bisnis sebagai proses berjalannya bisnis di seluruh dunia. Tanpa adanya perdagangan, distribusi barang dan jasa pun akan mustahil untuk disebar ke seluruh pelosok negeri, kepada seluruh lapisan masyarakat meskipun sampai detik ini distribusi barang dan jasa masih jauh dari kata maksimal dan merata.

Pengusaha kecil/wirausahawan muncul dari kurangnya lapangan kerja bagi orang-orang biasa yang karena kebijakan ekonomi nasional yang lebih liberal, tidak memiliki keterampilan/kemampuan untuk menciptakan dan memanfaatkan kesempatan kerja. Perlu diingat bahwa sekitar 10% (sepuluh

persen) dari total penduduk Indonesia menggantungkan mata pencahariannya pada pekerjaan sebagai pengecer/distributor yang merupakan bagian dari pemilik usaha kecil.

Keadilan adalah roh kebenaran dan entitas setiap orang yang ada di dunia. Terdapat perbedaan makna keadilan berdasarkan situasi dan kondisi masyarakat mencari makna keadilan yang hadir seiring dengan perkembangan masyarakat. PERDA tentang pengaturan usaha modern dan pemberdayaan usaha ritel kecil di kawasan pemukiman diharapkan dapat memberikan manfaat bagi seluruh pelaku usaha yaitu pengusaha skala besar, pengusaha skala menengah dan pengusaha kecil dengan asas-asas keadilan. Hal ini dilakukan supaya praktik kecurangan dapat ditekan oleh pemerintah demi melindungi pelaku usaha ritail lain dan juga para konsumen yang dirugikan.

B. Saran

Pemerintah Kota Semarang harus lebih mengoptimalkan perannya dalam memperhatikan hak pelaku usaha/pedagang pasar, meningkatkan fasilitas sesuai dengan kondisi saat ini.

Implementasi hukum untuk para pelaku usaha/ pedagang pasar terutama terkait dengan biaya retribusi yang tinggi yang dibebankan oleh pemerintah kepada pelaku usaha/ pedangan pasar wajib ditinjau kembali besaran nominal perhari. Karena bagi sebagian pedagang biaya retribusi tersebut dirasa tinggi pada saat keadaan pasar sepi pengunjung atau jualan mereka kurang diminati oleh konsumen dikarenakan adanya jualan yang serupa sehingga konsumen memiliki banyak alternatif pilihan.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Masyhur Effendi, *Perkembangan Dimensi Hak asasi Manusia (HAM) & proses dinamika penyusunan hukum hak asasi manusia (HAKHAM)*, Ghalia utama, bogor, 2005
- A.M. Tri Anggraini, *Penerapan Pendekatan Rule of Reason dan Per se Illegal dalam Hukum Persaingan*, Jurnal Hukum Bisnis, Vo. 24 Tahun 2005.
- Abdul Halim Barkatulah, *Hukum Perlindungan Konsumen : Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, Ctk. Pertama, Nusa Media, Bandung, 2008.
- Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2008
- Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2017.
- Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Raja Grafindo Pustaka, Jakarta, 2011.
- Ahmadi Miru, Sutarman Yodo, 2015, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Grafindo Persada.
- Akhtur Gumilang, *Waspada 4 Retail Modern Di Semarang Kedapatan Jual Makanan Kadaluwarsa*, Tribun news, <https://banyumas.tribunnews.com/2020/05/05/waspada-4-retail-modern-di-semarang-kedapatan-jual-makanan-kadaluwarsa>, diakses pada 6 Desember 2022 pukul 05.00.
- Ana S Rini, *Sukses Buka Toko*, hal. 10-12
- Andi Fahmi Lubis, et. al “*Hukum Persaingan Usaha: Antara Teks Dan Konteks*”, Creative Media, Jakarta, 2009,.
- Arie Siswanto, “*Hukum Persaingan Usaha*”, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2002.
- Asep ST Sujana, *Manajemen Minimarket*,
- Asri Wijayanti, *pengantar hukum, indonesia*.
- Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Komsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2018.

- Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2018.
- Az. Nasution, 2002, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta, Diadit Media.
- Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum : Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, Ctk. Pertama, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995.
- Carl Kaysen and Donald F. Turner, dikutip dari Anggraini, *Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, (Pascasarjana UI Jakarta 2003).
- Dianur Himawati & Chaikal Nuryakin, *Keberadaan Ritel Modern dan Dampaknya Terhadap Pasar Tradisional di DKI Jakarta*, *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, Vol.17, No.2, Januari 2017.
- Dwi Suhartanto, *Ritel Pengelolaan dan Pemasaran*, Bandung: Alfabeta CV, 2017
- Erman Raja Gukguk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Mandar Maju, 2003.
- Erman Rajagukguk et al, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung, Mandar Maju.
- Happy Santoso, *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta: Visimedia, 2010.
- Herbert Hovenkamp, "Anti Trust", West Publishing Co, St Paul Minnesota, 1993.
- [http://berryjerryberry.blogspot.co.id/2015/05/pengertian-ham-perlindungan-ham-conto h.html](http://berryjerryberry.blogspot.co.id/2015/05/pengertian-ham-perlindungan-ham-conto-h.html) diakses pada Desember 2022
- <http://digilib.unila.ac.id/2818/13/BAB%20II.pdf> diakses pada Desember 2022
- <http://fh.unsoed.ac.id/sites/default/files/Skripsi%20Netty.pdf> diakses pada Desember 2022
- [http://repository.usu.ac.id/Lira Apriana Sari Nasution, Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Atas Beredarnya Makanan Kadaluarsa., \(Skripsi, 2011\)](http://repository.usu.ac.id/Lira%20Apriana%20Sari%20Nasution%20Tinjauan%20Yuridis%20Terhadap%20Perlindungan%20Konsumen%20Atas%20Beredarnya%20Makanan%20Kadaluarsa%20%28Skripsi%202011%29), Diakses 5 Desember 2022 pukul 15.00.
- <http://suduthukum.com/2015/09/perlindungan-hukum.html> Diakses pada Desember 2022

<http://tesishukum.com/pengertian-perlindungan-hukum/> di akses pada Desember 2022

<http://umum-pengertian./2016/01/pengertian-hak-asasi-manusia-ham-umum.html> diakses pada Desember 2022

https://referensi.elsam.or.id/wp-content/uploads/2014/09/21.-perlindungan-Hak-AsasiManusia-di-indonesia.pdf&hl=en_US diakses pada Desember 2022

Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung, Mandar Maju.

Ibrahim Johnny, “Hukum Persaingan Usaha Filosofi, Teori, dan Implikasi Penerapannya di Indonesia”, Bayumedia Publishing, Malang, 2009.

Johny Ibrahim, 2005. *Teori & Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Surabaya Bayumedia.

Kumalasari Devi Meylina Savitri, “Hukum Persaingan Usaha Studi Konsep Pembuktian Terhadap Perjanjian Penetapan Harga Dalam Persaingan Usaha”, Setara Press, Malang, 2013.

Kumalasari Devi Meylina Savitri, “Hukum Persaingan Usaha Studi Konsep Pembuktian Terhadap Perjanjian Penetapan Harga Dalam Persaingan Usaha”, Setara Press, Malang, 2013.

Kumalasari Devi Meylina Savitri, “Hukum Persaingan Usaha Studi Konsep Pembuktian Terhadap Perjanjian Penetapan Harga Dalam Persaingan Usaha”, Setara Press, Malang, 2013.

Kurniawan, *Hukum Perlindungan Konsumen : Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)*, Universitas Brawijaya Press, 2011.

Kusinwati, *Manajemen Usaha Kecil Dan Menengah*, 2019.

Mariam Darus, *Perlindungan Konsumen dilihat dari perjanjian baku (standar) Kertas Kerjapada simposium Aspek-Aspek Hukum Masalah Perlindungan Konsumen*, Jakarta.1980.

Michael Adiwijaya, *8 Jurus Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia*, Jakarta:PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia 2010.

- Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015.
- Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
- Peraturan Presiden Nomor 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat berbelanja dan toko modern, pasal 4 ayat (1) huruf (a) dan (b).
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007, hal. 4. (Diakses pada 25 Maret 2021)
- R. La Porta “ Investor Protection and Corporate governance” *Jurnal Of financial Economics* 58 (1 January) 2000.
- Rachmadi Usman, “Hukum Persaingan Usaha di Indonesia”, Sinar Grafika, Jakarta, 2013.
- Reza Haditya Raharjo, “Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong Di Sekitarnya (Studi Kasus Kawasan Semarang Barat, Banyumanik, Pedurungan Kota Semarang)”, (Semarang: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2015)
- Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Depok: Predana Media Grup, 2018.
- Rosmawati. *Pokok-pokok Hukum Perlindungan konsumen*. Jakarta. Prenamedia.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Ctk Ketiga, Grasindo, Jakarta, 2006.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: PT Grasindo, 2000
- Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermedia, Jakarta, 1996.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, cet ke 19.
- Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Kencana, Jakarta, 2011.
- Syamsul Arifin, *Pengantar Hukum Indonesia*, Medan: Medan area University Press, 2012.

Syamsul Ma'arif, "Perjanjian Penetapan Harga Dalam Perspektif UU No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat," Proceedings Rangkaian Lokakarya Terbuka Hukum Kepailitan dan Wawasan Hukum Bisnis Lainnya. UU No.5 Tahun 1999 dan KPPU, cet 1.

Tim penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan pengembangan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi kedua, cet. 1, (Jakarta: Balai Pustaka, 1991

Tri Joko Utomo, Persaingan Bisnis Ritel: Tradisional vs Modern (The Competition of Retail Business: Traditional vs Modern), *Fokus Ekonomi*, Vol. 6 No. 1, Juni 2011.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999, tentang "Perlindungan Konsumen", Bab II, Pasal 2.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999, tentang "Perlindungan Konsumen", Bab III, Pasal 3

Wahyu Sasongko, Ketentuan-ketentuan pokok hukum perlindungan konsumen, Bandar lampung: Universitas lampung, 2007.

Wita Dwika Listihana, et al., Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Modal Kerja dan Pendapatan warung Tradisional Di Kecamatan Rumbai Pekan Baru, *Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol.11, No.1/ Maret 2014.

Yusuf Shofie, Perlindungan Konsumen & Instrumen-Instrumen Hukumnya, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2009.

Zaeni Asyhadie, Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.

Zulham, 2013, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta, Kencana Prenada Media Group.

Zulham, Hukum perlindungan konsumen, Kencana, Jakarta, 2013.