

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis minimarket sangat berkembang pesat saat ini. Hal ini dibuktikan dengan adanya agenda modernisasi minimarket, yang dulunya cenderung dengan kearifan lokalnya hingga yang terkini saat ini bersifat komersial minimalis. Dalam hal ini, komersial minimalis yang dimaksud oleh penulis ialah Indomaret dan Alfamidi. Termaterilnya perkembangan minimarket dapat dilihat dalam suatu fenomena maraknya usaha yang sama berdiri. Fenomena ragam berdirinya usaha yang sama berimplikasi pada salah satu aktivitas bisnis yakni persaingan antar usaha. Tentunya persaingan antar usaha suatu keniscayaan, selama persaingan tersebut sejalan dengan norma-norma yang berlaku dalam usaha bisnis, khususnya usaha minimarket. Hal ini yang diungkapkan Normin S. Pakpahan dalam teorinya persaingan usaha yang sehat (*perfect competition*) bahwa persaingan usaha ialah menjamin efisiensi pasar dalam setiap bidang usaha, menjamin kesejahteraan dan perlindungan terhadap konsumen serta menjaga agar tidak terjadinya konsentrasi kekuatan ekonomi pada kelompok tertentu (Suharsil & Makarao, 2010 : 42).

Pada konteks kekinian, Indomaret dan Alfamidi adalah usaha minimarket yang banyak dijumpai diberbagai daerah. kedua minimarket ini, secara garis besar terlihat sama, dari penataan barang-barang, produk yang sama, hingga pelayanan dari karyawannya juga sama seperti ucapan “Selamat datang di Indomaret/Alfamidi, dan selamat berbelanja”. Bahkan secara geografis, kedua usaha tersebut tidak sedikit yang saling berhadapan-hadapan usahanya, hal ini dapat

dilihat di lokasi tempat penulis meneliti yakni Kec. Ranomeeto, Kab. Konawe Selatan, Prov. Sulawesi Tenggara. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti, peneliti menemukan 3 gerai Indomaret dan Alfamidi yang saling berhadapan di Kecamatan Ranomeeto. Bukan tanpa tujuan, jarak kedua toko yang berdekatan dibuat untuk bersaing, bukan hanya beberapa tempat berdekatan hampir di semua lokasi yang sama yang saling berdekatan. karena selalu berdekatan dua perusahaan ini mampu menunjukkan bahwa persaingan keduanya cukup sengit. Selain jaraknya yang berdekatan kedua gerai ini juga muda didapati diwilayah yang banyak penduduknya. Hal tersebut bertujuan agar mereka dapat memilih pasar yang seluas-luasnya. Bisa dibilang kedua gerai tersebut yang menghampiri konsumen agar bisa menarik konsumen sebanyak-banyaknya, karena pada kenyataannya apabila disuatu lokasi sudah berdiri salah satu minimarket bisa dipastikan di lokasi tersebut memiliki potensi pasar yang bagus dan lolos uji kelayakan bisnis. Artinya, jika minimarket lain ingin membangun toko di lokasi tersebut maka mereka tidak perlu lagi melakukan riset serupa, dengan kata lain ini merupakan salah satu strategi perusahaan untuk mendapatkan pasar yang layak dan sudah teruji terlebih dahulu. Oleh karena itu, persaingan strategi antara kedua usaha yang saling berhadapan memungkinkan meningkatnya persaingan antar kedua usaha tersebut. Dalam memenangkan persaingan usaha, terkadang diwujudkan dengan menerapkan ragam pola strategi usaha bisnis sebagai upaya dalam memperlihatkan dominasi dan hegemoni usaha. Dalam hal ini, memenangkan persaingan usaha terkadang secara sadar maupun tidak sadar berujung pada persaingan usaha yang tidak sehat (*imperfect competition*). Menurut penulis, suatu keharusan dalam

menelisis secara mendalam perihal fenomena persaingan usaha Indomaret dan Alfamidi, mengingat kedua usaha tersebut saling berhadapan, tentunya keduanya juga memiliki strateginya masing-masing dalam bersaing yang tidak menutup kemungkinan adanya ketidaksesuaian dengan norma-norma usaha bisnis dalam mewujudkan persaingan usaha yang sehat (*perfect competition*).

Melalui problem yang telah diuraikan penulis di atas, maka suatu keharusan menelaah kembali strategi persaingan usaha antara Indomaret dan Alfamidi menggunakan Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Dalam hal ini, beberapa penelitian telah menjabarkan Undang-Undang tersebut dalam menganalisis kegiatan ekonomi sebagai berikut: Penelitian (Ningsih, 2019) menjelaskan bahwa pelaku UMKM di Indonesia berpotensi untuk melakukan pelanggaran dalam hal persaingan usaha seperti penetapan harga, boikot, pembagian wilayah, perjanjian dengan pihak luar negeri, dan perjanjian tertutup. Senada yang dijelaskan oleh (Febriyanti, Si Ngurah, & Yuliantini, 2022 : 313) bahwa penetapan dan kenaikan harga secara tiba-tiba dalam suasana pandemi sangat tidak dibenarkan menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Selain itu, pada penelitian (Susanto, 2019) menjelaskan bahwa monopoli pasar dan persaingan tidak sehat, juga tidak dibenarkan dalam hukum ekonomi Islam. Hal yang berbeda juga dijelaskan oleh (Wulan, Masruroh, & Rusydi, 2019 : 122) bahwa praktik persengkongkolan tender juga tidak dibenarkan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larang praktik monopoli dan persaingan tidak sehat.

Lembaga seperti Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (KPPU) dalam peranannya di masyarakat menjadikan landasan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 sebagai acuan dalam menyelesaikan problem di masyarakat dibidang persaingan usaha (Harold & Rony, 2020 : 125). Penelitian sebelumnya diperkuat dengan analisis yang dilakukan oleh bahwa hadirnya Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat untuk memperbaiki kestabilan pasar Indonesia sebagaimana pra adanya Undang-Undang tersebut maraknya konsentrasi ekonomi yang terjadi disegelintir kelompok tertentu (Tarita, S, & Yuanita , 2013 : 60). Dalam sebuah penelitian juga menjelaskan perihal keputusan menhub No 106 tahun 2019 tentang *Price Fixing* harga tiket pesawat kelas ekonomi, dalam analisis Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 berkaitan keputusan menhub tersebut bahwa melanggar prinsip *barrier to entry* (penghalang aktivitas ekonomi ideal) (Pratama, 2020 : 129). Penelitian yang sama juga diungkapkan (Alma & Sharda , 2022 : 945) bahwa diskriminasi usaha dalam persaingan antar usaha adalah hal yang tercoreng, sebagaimana yang termaksud dalam UU No. 5 tahun 1999. Contoh konkretnya adalah TELKOM Group terbukti melakukan praktek diskriminasi atas Pemblokiran Layanan Akses Internet terhadap Netflix yang melanggar ketentuan Pasal 19 huruf d Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Dalam memutus perkara KPPU menggunakan pendekatan Rule of Reason (Alma & Sharda , 2022 : 945).

Secara eksplisit, beberapa kontribusi penelitian di atas memiliki kesamaan dengan alat analisis yang digunakan oleh penulis. Akan tetapi, ada perbedaan yang jelas terkait objek analisis yang diteliti oleh penulis. Maka dari itu, posisi

kebaharuan penelitian penulis adalah tinjauan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Persaingan Usaha antara Indomaret dan Alfamidi. Hal ini suatu urgencitas mengingat banyak paradigma-paradigma dari masyarakat bahwa kedua brand tersebut bersaing yang dapat menimbulkan meningkatnya persaingan usaha yang tidak sehat, khususnya persaingan Indomaret dan Alfamidi. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mesti menjadi acuan Indomaret dan Alfamidi untuk melihat batasan-batasan dalam bersaing di dunia usaha yang sama, hal ini perlu dalam mewujudkan pasar ideal (*ideal market*).

Melalui uraian latar belakang di atas, penulis menetapkan judul dari penelitian ini adalah **“Analisis Strategi Persaingan Usaha Antara Indomaret dan Alfamidi di Kecamatan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat”**

1.2 Fokus Penelitian

1. Praktik Persaingan Usaha antara Indomaret dan Alfamidi di Kecamatan Ranomeeto.
2. Analisis Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Kecamatan Ranomeeto.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Praktik Persaingan Usaha Antara Indomaret dan Alfamidi di Kecamatan Ranomeeto?

2. Bagaimana Analisis Strategi Persaingan Usaha Antara Indomaret dan Alfamidi Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Kecamatan Ranomeeto?

1.4 Tujuan Penelitian

Atas dasar latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini secara spesifik adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis adanya persaingan usaha antara Indomaret dan Alfamidi di Kecamatan Ranomeeto.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis persaingan usaha berdasarkan Undang-Undang nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Manfaat teoretis dalam pembahasan terhadap masalah-masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan sikap kritis terhadap pemerintah di Indonesia dalam upaya menciptakan iklim persaingan sehat. Penelitian ini juga diharapkan mampu menambah wawasan pengetahuan mengenai hukum persaingan usaha.

2. Manfaat Praktis

Secara Praktis skripsi ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para pembaca baik kalangan akademis maupun para pelaku usaha di bidang ekonomi guna tercapainya persaingan usaha yang sehat serta sebagai sarana untuk melindungi para pelaku ekonomi.

1.6 Definisi Operasional

Penelitian ini diperlukan sebuah penegasan terhadap istilah-istilah dalam judul ini untuk menjauhkan timbulnya interpretasi lain dalam memahami judul ini, pada judul ini penulis memberikan definisi secara rinci dalam istilah yang terdapat dalam judul ini sehingga memperoleh gambaran pemikiran yang terarah sebagaimana yang diharapkan dalam penelitian ini.

1. Analisis strategi adalah analisis lingkungan bisnis (internal dan eksternal) dengan penekanan pada implikasi lingkungan terhadap strategi perusahaan.
2. Hukum persaingan usaha telah diatur dan sesuai dengan substansi ketentuan Undang-Undang Nomor. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang mencakup pengaturan antimonopoli dan persaingan usaha dengan segala aspek-aspeknya yang terkait
3. Persaingan usaha yang dimaksud adalah fenomena tata letak kedua usaha yang saling berhadapan memungkinkan meningkatnya persaingan antar kedua usaha tersebut. Dalam memenangkan persaingan usaha, terkadang diwujudkan dengan menerapkan ragam pola strategi usaha bisnis sebagai upaya dalam memperlihatkan dominasi dan hegemoni usaha. Dalam hal ini, memenangkan persaingan usaha terkadang secara sadar maupun tidak sadar berujung pada persaingan usaha yang tidak sehat (*imperfect competition*).
4. Praktik Monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.