

PERSAINGAN USAHA YANG SEHAT DALAM PERSPEKTIF PERLINDUNGAN KONSUMEN

MOH. SALEH

Fakultas Hukum Universitas Mataram-NTB

ABSTRACT

Consumer protection from the businessmen can be implemented if there is a healthy-law competition. It also contains two umbrella acts, they are, UU No. 5 The 1999 on the anti-trust application and the unhealthy-law competition; and UU No. 8 The 1999 on the consumer protection. Both acts provide clear guidance on how the businessmen implement a healthy-law competition in order the consumer obtain such protection. Although this has been legalised, the consumer rights are often overruled by the businessmen so that it will raise loss. To maximize the consumer protection, the information openness, the honesty and the seriousness of the businessmen become important things. Otherwise, the consumer will not believe the businessmen and it can threaten the continuity of the application from the businessmen themselves.

Key words: businessmen, consumer protection, healthy-law competition.

I. PENDAHULUAN

Memasuki milenium ketiga secara teknis telah dimulai pada tanggal 1 Januari 2001, satu tahun setelah berlaku Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, dunia bisnis dihadapkan pada iklim persaingan yang semakin tajam. Sejumlah pakar memprediksi ke depan terdapat tiga faktor yang sangat potensial berpengaruh terhadap iklim persaingan bisnis, pesatnya perkembangan teknologi, penegakan hukum persaingan usaha, dan perlindungan konsumen. Khususnya hukum persaingan usaha (Suparman, 2002: 52), di Indonesia masih relatif baru, jika dilihat dan substansi memiliki karakteristik yang unik, tidak hanya ditujukan bagi kepentingan konsumen juga terciptanya efisiensi ekonomi melalui penciptaan dan pemeliharaan iklim yang kondusif (Hakim GN, 2000:4).

Persaingan usaha yang sehat di Indonesia akan banyak tergantung dan kualitas hukum persaingan usaha. Hukum persaingan usaha merupakan suatu bidang hukum dengan interaksi tinggi antara konsep hukum dan ekonomi (Wibowo & Sinaga, 2005 :V)

Dalam persaingan usaha suatu perekonomian mempunyai tiga manfaat, pertama adalah

aspek ekonomi, teknologi, dan aspek perdagangan. Adapun aspek ekonomi yang diperoleh dari persaingan bahwa konsumen memiliki kebebasan untuk memilih barang dan jasa dengan harga serta kualitas sesuai dengan kemampuannya. Kedua sumber daya alam akan terlokasikan secara optimal, dalam hal ini jumlah modal, sumber daya manusia dan tanah akan teralokasi secara optimal sehingga menghasilkan barang dan jasa sangat produktif. Ketiga dari aspek ekonomi adalah perolehan pendapatan dan faktor produksi sesuai dengan karya yang diberikan. Keempat, konsumen mempunyai kebebasan dalam merencanakan penggunaan barang dan jasa di masa yang akan datang sehingga dapat merencanakan apa yang dibeli (Purnomo, 2004:35).

Aspek teknologi akibat dari pasar yaitu bahwa pasar persaingan sempurna akan memaksa para pelaku usaha atau produsen untuk menerapkan teknologi baru, untuk memenuhi permintaan barang atau jasa yang selalu berubah dan berkembang yang terus-menerus sesuai keinginan pasar, sehingga produk-produk yang beredar selalu berubah mutunya dan selalu lebih baik dan lebih murah karena terjadi persaingan.

Aspek perdagangan internasional mengharuskan adanya persaingan sempurna akan menciptakan kemampuan pelaku usaha dalam negeri untuk dapat bersaing di pasar internasional sehingga pasar dalam negeri dapat berpadu dan menjadi kesatuan dalam pasar global. Diharapkan pelaku usaha dalam negeri menjadi satu kesatuan dengan pelaku usaha luar negeri sehingga tidak meminta subsidi, tidak meminta keistimewaan seperti halnya 32 (tiga puluh dua) tahun yang lalu.

Negara memang tidak dapat berjalan dan maju tanpa adanya pelaku usaha yang berkembang secara pesat dan efisien. Namun efisiensi bukanlah perkataan dan perbuatan yang sederhana dan muluk (Yani dan Widjaya, 2002: 1). Banyak makna terkandung didalamnya seperti; penjabaran dari berbagai macam rambu-rambu, baik yang terbentuk sebagai suatu aturan main dalam perundang-undangan atau kebijakan maupun dalam bentuk kode etik.

Pemerintah paling tidak memberikan respon positif dalam bidang perekonomian bahkan bersifat sepihak, artinya pemerintah terlalu banyak ikut campur dalam memberikan berbagai fasilitas kemudahan bahkan pelaku usaha sering kali dimanjakan. Akibatnya banyak pelaku usaha melakukan praktek-praktek monopoli dalam melakukan kegiatan usaha, sekaligus konsumen kurang mendapat perlindungan.

Dengan demikian hukum anti monopoli memang bertujuan untuk mendorong dan menjaga timbulnya suatu kompetisi pasar. Dalam doktrin ilmu hukum dan ekonomi, suatu pasar yang kompetitif memiliki karakteristik:

1. Terdapat banyak pembeli dan penjual;
2. Tidak satupun perusahaan sangat besar sehingga tindak tanduk dan hanya satu perusahaan tersebut dapat mempengaruhi harga di pasar;

3. Produk di pasar cukup homogen, dimana setiap produk sanggup menjadi substitusi bagi yang lain;
4. Tidak terdapat penghalang untuk memasuki pasar (*barrier to entry*);
5. Kemampuan untuk meningkatkan produksi tidak ada rintangan;
6. Produsen dan konsumen mempunyai informasi yang lengkap mengenai faktor-faktor yang relevan tentang pasar;
7. Keputusan yang diambil oleh produsen dan konsumen bersifat individual dan tidak terkoordinasi antar sesama produsen maupun konsumen.

Indonesia sedang dalam transisi menuju liberalisasi ekonomi khususnya menuju ekonomi pasar (*market economy*) banyak mengadakan deregulasi dalam menjalani proses tersebut. Hukum persaingan usaha merupakan elemen esensial sehingga dibutuhkan adanya undang-undang sebagai "*case of conduct*" bagi pelaku usaha untuk bersaing di pasar sesuai dengan undang-undang. Negara berkepentingan terhadap kebijakan persaingan karena ditujukan untuk menjaga kelangsungan proses kebebasan bersaing itu sendiri yang diselaraskan dengan *freedom of trade* (kebebasan berusaha), *freedom of choice* (kebebasan untuk memilih) dan *access to market* (terobosan memasuki pasar) (Sirait, 2003: 12).

Pengaturan pasar tersebut didasari pada argumen bahwa dalam hal-hal tertentu pihak pemerintah haruslah mengintervensi pasar. Kekuasaan pemerintah untuk pasar ini bersumber dan kekuasaan yang disebut dengan *Power of Economic Regulation*. Intervensi pemerintah ini antara lain melalui pengaturan tentang persaingan usaha untuk mencegah monopoli. Persaingan selalu lebih baik dari pada monopoli (Redwood, 1990: 30).

Di samping itu, terdapat pengaturan dalam bentuk lain, yaitu:

1. Pemberian subsidi;
2. Pemberian *government loan*;
3. Melakukan sensor untuk kegiatan tertentu;
4. Dalam bentuknya yang ekstrim tentu kontrol yang penuh terhadap bisnis, termasuk masalah kepemilikan seperti yang terjadi di negara-negara komunis.

Indonesia menghadapi tantangan yang tidak mudah untuk berubah dan ekonomi yang sebelumnya selama ini sangat dikontrol dan diregulasi oleh pemerintah dalam hal mempersiapkan peraturan, menciptakan monopoli dan upaya untuk memperbaiki distorsi pasar dan dalam upaya mengurangi *externalities*. Sehingga transisi ini penting karena akan terjadi redefinisi dan peran negara dalam perekonomian. Terlebih lagi bila dihubungkan dengan sistem ekonomi yang berlaku selama ini yang berorientasi pada ekonomi kerakyatan.

Pihak yang berargumentasi bahwa suatu pasar harus dibiarkan bebas tanpa perlu intervensi dan pemerintah sebenarnya sudah klasik, yakni bermula dari teori pasar bebas (*free market*) dan ekonom-filosof Adam Smith, lewat teorinya yang terkenal yaitu *Laissez Faire*. Menurut

teori ini pasar mestinya dibiarkan bebas tanpa intervensi pemerintah. Apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan akibat persaingan bebas, secara otomatis pasar akan mengoreksinya lewat apa yang disebut dengan *invisible hand*.

Teori tersebut di atas, sejajar dengan teori evolusi alam Charles Darwin, dimana jika ada pihak yang tidak sanggup bertahan dalam kompetisi, maka para pihak harus mundur teratur, dan alam akan menyeleksi, seperti juga musnahnya makhluk-makhluk kuno akibat tidak sanggup bertahan dan kalah dalam seleksi alam. Tetapi dalam kenyataannya, teori ekonomi pasar Adam Smith ini tidak dapat diikuti dalam praktek di negara manapun. Bahkan *The Invisible Hand* Adam Smith digantikan dengan *The Visible Hand* yakni berupa ikut campurnya pemerintah lewat perundang-undangan tertentu untuk memastikan bahwa kompetisi pasar seperti diharapkan.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penulis menetapkan masalah yang berkaitan dengan persaingan usaha dalam perspektif perlindungan konsumen. Perumusan masalahnya. "Bagaimanakah pelaku usaha memberikan perlindungan kepada konsumen?"

II. KEBIJAKAN PEMERINTAH YANG BERKAITAN DENGAN PERSAINGAN USAHA DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN

Duet kebijakan (baca peraturan) perundang-undangan yang dibuat atau dikeluarkan oleh pemerintah, yaitu Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan Undang — Undang NO. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, keduanya adalah ditujukan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen

Perlindungan hukum memiliki arti penting bagi konsumen apabila didukung oleh pemerintahan yang jujur dan bersih dan juga diikuti oleh sikap pelaku usaha yang menjalankan bisnisnya secara jujur, transparan, adil, dan etis. Lebih penting lagi bagaimana kesadaran konsumen untuk memahami dan memperjuangkan hak-hak yang telah tereksplorasi oleh pelaku usaha. Juga pelaku usaha harus menyadari bahwa masa depan usahanya juga sangat ditentukan oleh konsumen (Wahyuni, 2003: 156).

Ketika suatu negara memasuki tahap negara kesejahteraan, tuntutan terhadap intervensi pemerintah melalui pembentukan hukum yang melindungi kepentingan yang lemah sangatlah kuat (Rajagukguk, 2000: 14). Pada periode ini negara mulai memperhatikan antara lain kepentingan tenaga kerja, konsumen, usaha kecil dan lingkungan hidup (Fishman, 1989: 7—9).

Di Indonesia, intervensi pemerintah melalui hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari implementasi negara kesejahteraan, karena Undang-undang Dasar 1945 di samping sebagai konstitusi politik juga disebut konstitusi ekonomi, yaitu konstitusi yang mengandung ide negara kesejahteraan yang tumbuh dan berkembang karena pengaruh sosialisme sejak

abad 19 (Asshiddiqie, 1998: 1-2)

Dewasa ini perkembangan industri menunjukkan peningkatan yang cukup tajam dalam upayanya mengimbangi kebutuhan-kebutuhan konsumen. Hal ini terbukti dengan beredarnya ribuan barang dan jasa yang dipasarkan secara bebas, baik produk dalam negeri maupun produk luar negeri (import). Banyaknya barang dan jasa yang beredar di pasaran tersebut menunjukkan bukti adanya kemajuan dalam bidang industri barang dan jasa yang memberikan kemudahan kepada konsumen untuk memperoleh guna memenuhi kebutuhan hidupnya.

Namun demikian tidak menutup kemungkinan munculnya dampak negatif yang dirasakan konsumen, antara lain beredarnya produk yang tidak memenuhi syarat kesehatan dan keamanan, membahayakan konsumen, bahkan tidak jarang menelan korban jiwa.

Dalam kegiatan bisnis terdapat hubungan yang saling membutuhkan antara pelaku usaha dengan konsumen. Namun hubungan demikian sering memunculkan ketidaksetaraan (Bintang & Dahian, 2000: 107) posisi di antara keduanya. Secara mendasar hubungan antara pelaku usaha (perusahaan penghasil barang dan atau jasa) dengan konsumen (pemakai akhir barang dan atau jasa untuk diri sendiri atau keluarga) merupakan hubungan yang terus menerus dan berkesinambungan. Hubungan tersebut terjadi karena keduanya memang saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara yang satu dengan lainnya (Hartono, 2000: 80). Kepentingan pelaku usaha adalah memperoleh laba dan transaksi dengan konsumen, sedangkan kepentingan konsumen adalah memperoleh kepuasan melalui pemenuhan kebutuhannya terhadap produk tertentu. Untuk itu dalam rangka memperdayakan konsumen diperlukan campur tangan negara melalui penetapan sistem perlindungan hukum terhadap konsumen.

Mengenai perlindungan konsumen oleh pelaku usaha, kesenjangan ekonomi merugikan berbagai pihak yang terlibat dalam aktivitas ekonomi. Masyarakat Indonesia yang tidak lain adalah konsumen yang paling dirugikan. Hendaknya diluruskan anggapan keliru yang menyatakan bahwa para pelaku ekonomi hanyalah terdiri dari pemerintah, BUMN, koperasi, dan swasta, konsumen pun juga pelaku ekonomi. Tidak satupun literatur ekonomi meniadakan peran konsumen, namun demikian harus diakui bahwa sesungguhnya peran konsumen dirasakan cukup miskin dalam tata hukum kita (Saleh, 2005: 11).

Keberpihakan pelaku usaha kepada konsumen sebenarnya merupakan wujud nyata ekonomi kerakyatan. Dalam praktek perdagangan yang merugikan konsumen, diantaranya penentuan harga barang dan penggunaan klausula eksonerasi secara tidak patut, pemerintah harus secara konsisten berpihak kepada konsumen yang pada umumnya orang kebanyakan.

Pelaku bisnis (pelaku usaha) akhir-akhir ini nampak semakin agresif dalam memasarkan produknya (barang/jasa), sehingga seringkali menyebabkan konsumen tak berdaya menghapdinya. Informasi yang diberikan baik dalam bentuk iklan, promosi penjualan maupun label

yang menempel pada “produk” dikemas sedemikian rupa, membuat konsumen terpesona dan seringkali lupa akan esensi produk yang bersangkutan. Apakah informasi yang disampaikan sesuai dengan kondisi yang ada, ataukah terjadi monopolistik oleh pelaku usaha.

Dalam praktek bisnis umumnya, konsumen berada pada posisi yang lemah dibandingkan pelaku usaha, ini disebabkan oleh ketidakberdayaan konsumen dalam banyak hal, seperti terbatasnya kemampuan menentukan pilihan akibat kurangnya informasi atau pengelabuan informasi; ketidakmampuan atau kurangnya keberanian konsumen dalam menolak suatu produk yang tidak bermutu atau bahkan yang membahayakan jiwanya. Atau terjadi monopoli. Kondisi ini semakin memperlemah posisi konsumen.

Penghapusan monopoli, misalnya secara keseluruhan bukanlah pekerjaan mudah, karena pelaku usaha yang biasa dimanjakan akan mengalami proses panjang untuk tidak berlaku monopolistik. Meskipun demikian praktek monopoli itu telah mengorbankan konsumen dan membuat konsumen tidak mempunyai kebebasan memilih sebuah produk sesuai dengan kehendak dan keinginan mereka.

Dalam hal monopoli posisi konsumen menjadi rentan dengan pelaku usaha. Ketika pelaku usaha menempati posisi sebagai pihak yang dibutuhkan dari pada konsumen, terbuka peluang besar bagi pelaku usaha untuk merugikan konsumen melalui penyalahgunaan posisi monopolistik. Pelaku usaha bisa menentukan harga secara sepihak menyimpang dan biaya produksi.

Di samping itu juga, monopolistik dan pelaku usaha berpotensi menghambat inovasi teknologi dan proses produksi. Dalam keadaan tidak ada pesaing, pelaku usaha tidak memiliki motivasi yang cukup besar untuk mencari dan mengembangkan teknologi dan proses produksi baru, akibatnya, inovasi teknologi dan proses produksi akan mengalami stagnasi. Penataan kembali berbagai lembaga hukum secara menyeluruh yang dapat menyeimbangkan kepentingan kedua belah pihak baik pelaku usaha maupun konsumen merupakan kebutuhan yang mendesak bahkan menjadi prioritas utama.

Meskipun dalam perspektif perjalanan waktu yang cukup panjang kedua pranata hukum (pelaku usaha dan konsumen) di atur dalam peraturan yang berbeda. Tetapi sebagai payung hukum khususnya yang menyangkut konsumen haruslah berpijak pada Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK NO. 8 Tahun 1999).

Kehadiran UUPK di atas, sangatlah penting untuk mendukung hal tersebut, karena UUPK dibuat dengan tujuan pokoknya adalah meningkatkan harkat dan martabat konsumen, menawarkan dua strategi dasar untuk mencapainya, yaitu di satu sisi melalui upaya pemberdayaan konsumen, yang akan ditempuh cara meningkatkan pengetahuan, kesadaran kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya sendiri, sedangkan di sisi lain ditempuh melalui upaya untuk menciptakan dan mendorong iklim usaha yang sehat

dan tangguh (Wardoyo, 2001 : 215)

Patut diketahui bahwa, pada saat Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, mulai digodok di Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR-RI), yang terjadi di masyarakat adalah perasaan anti pelaku usaha besar lebih tinggi, jadi undang-undang tersebut di atas, meredam pengembangan pelaku usaha besar sehingga pada saat itu muncul keinginan efisiensi. Ada berbagai pihak keinginan agar ekonomi pasar berlangsung tetapi di lain pihak ada keinginan masyarakat dan DPR bahwa Pemerintah harus melakukan intervensi. Jadi salah satu kendala utama eksternal yang dihadapi UU No. 5 Tahun 1999 tersebut adalah bagaimana mensinkronisasikan antara keinginan ekonomi pasar dan ekonomi yang harus diintervensi.

Di satu sisi, realita menunjukkan pada saat undang-undang ini disusun sikap nasionalisme yang muncul berhadapan dengan globalisasi sehingga Undang-undang ini muncul, karena produk IMF tanpa melihat bahwa sebenarnya undang-undang ini dipelopori oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP). Sehingga ada pertentangan antara nasionalisme dengan globalisasi yang mempersoalkan tentang kedaulatan negara (Silalahi, 1999: 34).

Sedangkan mengenai eksklusivitas dan ekuitas, dua hal yang sering ditemui dilapangan yang sulit diimplementasikan adalah kegiatan ekonomi yang melibatkan proses eksklusif dan atau proses ber-ekuitas tinggi. Yang pertama, asas eksklusif yang ada dalam dunia retail di Indonesia, dimana untuk saat itu bisnis retail di Indonesia baru 5% bisnis modern sedangkan bisnis tradisional 95%. Namun dalam 20 tahun terakhir ini yang selalu diganggu gugat bahwa yang 5% ini mengganggu yang 95% sehingga hal ini tidak masuk akal. Akibatnya terjadi proteksi yang berlapis-lapis untuk yang 95% ini.

Berdasarkan hal tersebut di atas, pentingnya persaingan usaha yang sehat di satu sisi harus membuat pasar lebih bebas, terbuka dan menguntungkan konsumen, artinya *in the name of fairness*. Tetapi di sisi lain persaingan usaha yang sehat harus juga memberikan momentum perlindungan terhadap ekuitas (merek asli daerah tertentu sebagai ekuitas bisnis) yang dimiliki Indonesia sehingga bermanfaat dalam mensejahterakan rakyat Indonesia.

Ada dua hal yang sangat substantif dalam persaingan yang tidak sehat di masa mendatang, yang pertama masalah eksklusivitas karena situasi bisnis dan situasi ini, kiranya harus mempunyai wawasan yang cukup, agar pelaku usaha tidak bisa berlindung dibelakang eksklusivitas. Namun di satu pihak pelaku usaha juga harus lebih pro aktif karena ekuitas saat ini didungungkan oleh negara-negara barat.

Secara rasional dalam menilai suatu ketentuan Undang-Undang, apakah dapat dilaksanakan atau tidak di masa mendatang. Berdasarkan studi empiris dan pengalaman yang berulang-ulang, kebanyakan undang-undang di Indonesia mungkin saja baik secara konsep. Namun ketika dihadapkan pada tahapan penegakan, undang-undang tersebut tetap saja tidak dapat

menerobos kendala yang penuh dengan ketidakpastian.

Dampak positif lain dan UU No 5 tahun 1999 adalah terciptanya pasar yang tidak terdistorsi, sehingga menciptakan peluang usaha yang semakin besar bagi para pelaku usaha. Keadaan ini akan memaksa para pelaku untuk lebih inovatif dalam menciptakan dan memasarkan produk (barang dan jasa) mereka. Jika hal ini tidak dilakukan, para konsumen akan beralih kepada produk yang lebih baik dan kompetitif. Ini berarti bahwa secara tidak langsung UU No 5 tahun 1999 akan memberikan keuntungan bagi konsumen dalam bentuk produk yang lebih berkualitas, harga yang bersaing, dan pelayanan yang lebih baik.

Adapun institusi yang diberikan kewenangan oleh Negara untuk melakukan penegakan hukum persaingan usaha diatur secara berbeda dengan tindak pidana pada umumnya. Institusi ini dibentuk dan diberi kewenangan berdasarkan peraturan perundang-undangan. Di Indonesia berdasarkan UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, maka kewenangan berada pada Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU).

Kenyataan-kenyataan tersebut perlu dicermati dengan seksama dalam rangka melihat prospek UU Persaingan ini, sebab sejak tahun 1970, bahwa kebanyakan negara-negara berkembang (Soft State) sering menghasilkan perundang-undangan yang cacat. Hasil penelitian Myrdal di Asia Selatan menunjukkan bahwa ketidakdisiplinan masyarakat negara-negara berkembang mengakibatkan perundang-undangan yang dihasilkan sering hadir dalam bentuk "Sweeping Legislation" (perundang-undangan yang terburu-buru) (Myrdal, 1979: 219). Menurut pengalaman empiris bangsa Indonesia, jenis undang-undang seperti biasanya tidak memiliki prospek yang cerah, khususnya dalam penegakannya.

Dengan tidak berprentensi untuk memasukan UU No 5 tahun 1999 ini dalam kategori *sweeping legislation*, kecenderungan ke arah itu cukup beralasan jika kita melihat secara cermat proses pengundangan dan substansi yang dikandungnya. Hal ini terjadi karena rancangan UU Persaingan ini berasal sumber, sehingga tidak heran materinya pun cenderung untuk mengkomodasi kedua "kepentingan" tersebut, dan cenderung bersifat kompromistis.

III. PERSAINGAN USAHA DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN SUATU KEHARUSAN

Persaingan usaha dalam dunia bisnis merupakan *conditio sine qua non* bagi terselenggaranya ekonomi pasar. Adanya persaingan usaha ini akan mendorong pelaku usaha untuk melakukan inovasi atas produk jasa yang dihasilkannya (dalam rangka memberikan yang terbaik bagi konsumen), sehingga pelaku usaha akan semakin efisien. Pada gilirannya, konsumen sangat diuntungkan dengan kondisi yang demikian, karena konsumen memperoleh sejumlah pilihan (baik mutu, maupun harga) dalam membeli produk atau jasa yang diproduksi oleh pelaku usaha (Gaffar, 2005: 27).

Sebenarnya masalah persaingan usaha semata-mata urusan antar pelaku usaha swasta (*private economic power*) dimana negara tidak turut campur. Tetapi mengingat di dunia usaha perlu diciptakan *level playing field* yang sama antar pelaku usaha, maka negara perlu turut campur. Di samping itu, ada pihak yang lemah yang perlu untuk mendapatkan perlindungan dan negara, yaitu konsumen. Dalam hukum tidak yang aneh apabila negara turut campur dalam masalah-masalah yang bersifat perdata. Keterlibatan negara dalam masalah-masalah yang bersifat perdata dilakukan sepanjang ada pihak yang lemah yang harus dilindungi. Pihak yang lemah harus dilindungi dan tindakan eksploitasi oleh pihak yang kuat atau pelaku usaha (Juwana, 2002: 52).

Agar pelaku usaha betul-betul melindungi kepentingan konsumen, maka yang perlu dilakukan antara lain:

1. Pemberdayaan konsumen atau tegakkan kedaulatan konsumen. Berikan keleluasaan kepada konsumen dengan kemampuan untuk membeli pada nilai kompetitif dengan kualitas yang prima. Kalau tidak ada pilihan di mata konsumen pasti dia akan menderita;
2. Memberikan keleluasaan kepada produsen atau pelaku usaha untuk melihat yang terbaik yang bisa dia lakukan. Artinya produsen itu tidak diarahkan untuk menggerogoti segala macam jenis usaha, karena konsep spesialisasi tidak akan jalan. Karena konsep spesialisasi tidak jalan, maka tidak orang tidak melakukan sesuatu yang baik. Perekonomian harus mampu melakukan agar produsen atau pelaku usaha untuk melakukan sesuatu dengan melihat ke depan. Harus diberi peluang kepada produsen atau pelaku usaha untuk mempertimbangkan apa yang terbaik yang bisa dilakukan, yang akan memberikan nianfaat sebesar-besarnya kepada konsumen (Basri, 1996: 157).

Bahwa dalam dunia bisnis persaingan itu sulit dihindari, tidak ada yang menyangkal kenyataan ini. Namun demikian pelaku usaha yang mematuhi rambu rambu atau ketentuan yang berlaku seperti yang telah digariskan oleh Undang-undang (UU No. 5 Tahun 1999) Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dalam posisi yang tidak menguntungkan, yaitu akan merugi atau akan tersingkirkan dan persaingan itu. Disadari bahwa pelaku usaha yang yang memperhatikan kepentingan konsumen, pelaku usaha banyak yang berhasil. Kalau mau banyak untung, hal yang utama yang perlu diperhatikan adalah melindungi kepentingan konsumen. Pelaku usaha akan tidak berhasil atau hancur kalau konsumen sudah tidak mau percaya terhadap produk yang diproduksinya itu. Semakin pelaku usaha membuka akses informasi menyebabkan konsumen cepat sekali mengetahui produk, maka pelaku usaha akan melindungi produknya sekaligus melindungi kepentingan konsumen, persaingan usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha tersebut mengarah pada persaingan yang sehat.

IV. PENUTUP

Dengan telah diberlakukannya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Maka saat ini pelaku usaha tidak ada pilihan lagi untuk mengatakan bahwa konsumen harus dipandang sebelah mata. Tetap harus dilihat sebagai subyek yang memiliki hak-hak yang harus dihormati oleh pelaku usaha. Memang tidak mudah untuk mengubah wacana pendekatan dalam menuju persaingan yang sehat dalam sistem ekonomi pasar. Banyak perilaku atau tindakan dahulu tidak dilarang, saat ini melalui Undang-undang dapat saja dianggap suatu pelanggaran. Sering hal ini terjadi tanpa diketahui oleh pelaku usaha maupun industri bahwa tindakan demikian, apabila dapat dibuktikan mempunyai dampak anti persaingan, maka dianggap telah melanggar kriteria yang ditetapkan dalam Undang-undang.

Dengan berlakunya Undang-undang No. 5 Tahun 1999 yang ditujukan untuk memberikan jaminan proses persaingan, maka pelaku usaha harus menyesuaikan dengan ketentuan yang ada, jika tidak, maka cap sebagai anti persaingan pasti akan muncul kembali. Sedangkan piranti hukum dalam rangka pemberdayaan dan keberpihakan kepada konsumen telah diundangkan Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Jika kita melihat perkembangan ekonomi selama 30 tahun yang lewat menunjukkan keberhasilan dalam memenuhi kebutuhan barang dan jasa. Namun, keberhasilan tersebut diakui bahwa sebagian besar belum memenuhi standar mutu/kualitas sehingga cenderung merugikan konsumen bahkan konsumen bukan saja rugi materi (uang) tetapi rugi fisik (keracunan, cacat bahkan kematian). Kerugian yang diderita konsumen baik materi dan fisik, kurang mendapatkan tanggapan dan pelaku usaha yang memproduksi, mengedarkan dan menjual yang tidak memenuhi standar mutu barang, bahkan ada yang memalsukan barang, mengurangi berat/isi bersih barang, barang dalam keadaan terbungkus tidak sesuai dengan label. Untuk mengantisipasi hal tersebut, dan untuk memberikan perlindungan konsumen oleh pelaku yang secara maksimal, maka kedua di atas harus dilakukan atau ditaati.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU-BUKU

- Basri Faisal, H., 1996, *Demokratisasi Ekonomi Untuk Memberdayakan Masyarakat di Lemah. Dalam Merebut Masa Depan*, Jakarta, Amanah Putra Nusantara.
- Bintang, Sanusi dan Dahian, 2000, *Pokok-pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis*, Bandung, Citra Aditya Bakti.
- Juwana, Hikmahanto, 2002, *Bunga Rampai Hukum Ekonomi Dan Hukum Internasional*, Jakarta, Lentera.

- Myrdal, Gunnar, 1970, *The challenge of World Poverty*, Harmond Worth, Penguin Book, Chapter 7 (the Soft State).
- Redjeki, Sri Hartono, 2000, *Kapita Selekta Hukum Ekonomi*, Bandung, Mandar Maju.
- Redwood, John, 1990, *Populer Capitalism*, diterjemahkan oleh Zoekipli Kasip *Kapitalisme Rakyat*, Jakarta, Pustaka Utama Grafiti.
- Sirait, Ningrum Natasya, 2003, *Asosiasi & Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Medan, Pustaka Bangsa Press.
- Suparman, Ade Maman, 2002, *Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global*, Jakarta, Ghalia Indonesia.
- Sri Wahyuni, Endang, 2002, *Aspek Hukum Sertifikasi & Keterkaitannya dengan Perlindungan Konsumen*, Bandung, Citra Aditya Bakti.
- Wibowo, Destivano, dan Harjono Sinaga, 2005, *Hukum Acara Persaingan Usaha*, Jakarta, Raja Grafindo Persada.

MAKALAH-MAKALAH

- Asshiddiqie, Jimly, 1998, "Undang-undang Dasar 1945: Konstitusi Negara Kesejahteraan dan Realitas Masa Depan", Pidato Pengukuhan Guru Besar Tetap Madya, Jakarta, Fakultas Hukum UI Depok.
- Gaffar, Firoz, "Lima Tahun KPPU: Isu Hukum Persaingan Usaha & Penegakannya", *Jurnal Hukum Bisnis*, Volume 24- N). 3 Tahun 2005, Nusantara, Abdul Hakim. "Penegakan Hukum Persaingan". Kompas, 11-03-2000.
- Rajagukguk, Erman, 2000, "Peranan Hukum di Indonesia: Menjaga Persatuan, Memulihkan Ekonomi dan Memperluas Kesejahteraan Sosial." Pidato disampaikan dalam rangka Dies Natalis dan Peringatan Tahun Emas Universitas Indonesia (1950-2000), Kampus UI Depok.
- Radja Silalahi, Pande, 2004, "Aspek yang Menghambat Secara Substantif dan Prosedural UU No. 5 Tahun 1999. Makalah dalam Lokakarya Terbatas" UU.No.5 Tahun 1999 dan KPPU". Newsletter No.58/September/2004.
- Saleh, Moh, 2005, "Larangan Praktek Monopoli Terhadap Pelaku Usaha dan Implikasi Bagi Konsumen", Makalah disampaikan pada Diskusi Intern Dosen Bagian Hukum Bisnis, Fakultas Hukum Universitas Mataram, Mataram.
- Karen S Fishman, 1986, "*An Overview of Consumer Law*", dalam Donal P. Rotschild & David W Carrol, Consumer Protection Reporting Service, Volume One. Maryland: National Law Publishing Corporation.
- Purnomo, Bambang, "Konsep Dasar Persaingan Usaha Tidak Sehat". Makalah dalam Lokakarya Terbatas" UU No.5 Tahun 1999 dan KPPU.
- Wardoyo, Kelik, 2001, "Konsumen Dan Persaingan Usaha Yang Sehat: Sebuah Strategi Yang bergeser, Menggantung dan Melingkar ", *Jurnal Ilmu Hukum*, Fakultas Hukum UMS.