

**ANALISIS KETENTUAN KEWAJIBAN PENYEDIAAN RUANG USAHA UNTUK  
PELAKU USAHA UMKM/ IKM BERDASARKAN  
PERDA DKI JAKARTA NO. 2 TAHUN 2018 TENTANG PERPASARAN  
DARI PERSPEKTIF TUJUAN HUKUM PERSAINGAN USAHA**

***ANALYSIS OF PROVISIONS OF OBLIGATION TO PROVIDE BUSINESS SPACE FOR  
SMALL/ MEDIUM ENTERPRISES BASED ON DKI JAKARTA'S LOCAL REGULATION  
NR. 2 YEAR 2018 CONCERNING MARKETING FROM THE LEGAL PURPOSE OF  
BUSINESS COMPETITION PERSPECTIVE***

**Devina Puspita Sari & Sri Ismawati**

Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura  
Jln. Prof. Dr. H. Hadari Nawawi Pontianak 78124 Tpl/Fax (0561) 740187

e-mail : devinapuspita15@gmail.com

Diterima tanggal: 21 Juli 2022 ; diterima setelah perbaikan: 30 September 2022 ; Disetujui tanggal: 7 Oktober 2022

**ABSTRAK**

Peraturan Daerah yang mewajibkan pengelola pusat perbelanjaan untuk turut memberdayakan pelaku usaha UMKM/IKM diberlakukan di Provinsi DKI Jakarta dengan Peraturan Daerah No. 2 Tahun 2018 Tentang Perpasaran. Aturan ini mewajibkan pengelola pusat perbelanjaan untuk turut memberdayakan pelaku usaha UMKM/IKM melalui pola kemitraan usaha, namun pelaku usaha merasa ketentuan ini memberatkan mereka. Urgensi pemberlakuan ketentuan ini dapat ditelusuri dari tujuan hukum persaingan usaha. Apakah yang menjadi tujuan hukum persaingan usaha dan apakah ketentuan kewajiban penyediaan ruang usaha untuk pelaku usaha UMKM/IKM tersebut telah sesuai dengan tujuan dari hukum persaingan usaha. Analisis dilakukan secara kualitatif dengan metode penelitian yuridis normatif. Hasil pembahasan bahwa tujuan persaingan usaha adalah tujuan ekonomi dan tujuan sosial dan politik. Tujuan ekonomi menekankan pentingnya efisiensi dan berpihak pada kesejahteraan konsumen. Tujuan sosial dan politik mencerminkan rasa kesetaraan atau keadilan, dimana terjadi penyebaran kekuasaan atas pasar dan memberikan perlindungan terhadap pelaku usaha minoritas. Ketentuan kewajiban penyediaan ruang usaha bagi pelaku usaha UMKM/IKM yang dibebankan kepada pengelola pusat perbelanjaan sejalan dengan tujuan hukum persaingan usaha yang terdapat dalam Pasal 3 butir b dan c UU No. 5 Tahun 1999 serta Pasal 7 jo. Pasal 11 UU No. 20 Tahun 2008. Hadirnya pelaku usaha UMKM/IKM dalam pusat perbelanjaan dapat mendorong terciptanya efisiensi usaha yang dilakukan setiap pelaku usaha pada pusat perbelanjaan tersebut. Tujuan akhirnya adalah terciptanya tujuan ekonomi hukum persaingan usaha yaitu terjadinya efisiensi dan kesejahteraan konsumen.

**Kata kunci: Penyediaan Ruang Usaha; UMKM/IKM; Perda DKI Jakarta No. 2 Tahun 2018; Hukum Persaingan Usaha; Tujuan Hukum Persaingan Usaha.**

***ABSTRACT***

*DKI Jakarta with Regional Regulation Nr. 2 of 2018 concerning the Market requires shopping center managers to participate in empowering UMKM/IKM business actors through a business partnership pattern, but shopping center managers object with this provision. The urgency of the enforcement of this provision can be traced from the objectives of business competition law. What is the objective of the business competition law and whether the provision of the obligation gives a space for UMKM/IKM business actors is in accordance with the objectives of the business competition law. The analysis going to use normative juridical research methods. The results of the discussion that the objectives of business competition are economic purpose and social and political purpose. Economic purpose emphasize the importance of efficiency and concern to the welfare of consumers. Social and politic purpose concern to the protection for minority business actors. The provisions on the obligation to provide business space for UMKM/IKM business actors that are charged to shopping center managers are in*

*line with the objectives of the business competition law contained in Article 3 points b and c of Law no. 5 of 1999 as well as Article 7 jo. Article 11 of Law no. 20 of 2008. The presence of UMKM/IKM business actors in shopping centers can encourage the creation of business efficiency carried out by each business actor in the shopping center which of course ends in the creation of the economic objectives of business competition law, which is the occurrence of efficiency and consumer welfare..*

**Keywords: Provision of Business Space; UMKM/IKM; DKI Jakarta Regional Regulation Nr. 2 of 2018; Business Competition Law; The Purpose of Business Competition Law.**

## **PENDAHULUAN**

Pada 31 Mei 2018 telah berlaku Peraturan Daerah DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2018 tentang Perpasaran. Pasal 42 Perda No. 2 Tahun 2018 tersebut mewajibkan pengelola pusat perbelanjaan turut memberdayakan pelaku usaha UMKM/IKM melalui pola kemitraan usaha yang dilakukan dengan memilih 2 pola diantara pola kemitraan berupa penyediaan lokasi usaha, penyediaan pasokan, dan/atau penyediaan fasilitas. Adapun pada pola penyediaan lokasi usaha, pengelola pusat perbelanjaan wajib menyediakan ruang usaha sebesar 20% yang dihitung berdasarkan luas efektif lantai usaha pusat perbelanjaan yang dikelola untuk digunakan pelaku usaha UMKM/IKM1.

Namun, para pengelola pusat perbelanjaan menyatakan pemberlakuan perda itu dan memberatkan mereka. Stefanus Ridwan, selaku Ketua Umum Asosiasi Pengelola Pusat Perbelanjaan (APPB), mengatakan perda tersebut akan berdampak pada bisnis dari pusat perbelanjaan secara menyeluruh. Pengelola mall atau tenant lain tidak mungkin menanggung biaya sewa yang diberikan untuk pelaku usaha UMKM/IKM (Sumariyadi, 2019). Letak persaingan antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil dan menengah inilah yang diatur oleh negara dalam suatu hukum persaingan usaha, yaitu Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (seterusnya ditulis UU No. 5 Tahun 1999). Pengaturan mengenai (hukum) persaingan usaha diperlukan bagi negara-negara yang memakai sistem perekonomian pasar agar tidak terjadi praktek-praktek ekonomi yang tidak sehat. Hal ini untuk menjamin agar kebebasan bersaing dalam perekonomian dapat berlangsung tanpa hambatan. Persaingan usaha yang dilakukan secara tidak sehat (negatif) akan berdampak pada matinya atau minimnya persaingan antar pelaku usaha, timbulnya praktek monopoli, bahkan pelaku usaha cenderung mengeksploitasi konsumen dengan cara mematok harga mahal dengan kualitas yang minim (Nugroho, 2014).

Munculnya keluhan atau keberatan dari pengelola pusat perbelanjaan terhadap ketentuan tersebut, menimbulkan pertanyaan bahwa apakah tujuan dari hukum persaingan usaha, khususnya di Indonesia yang terkandung dalam Pasal 3 UU No. 5 Tahun 1999. Pembahasan atas pertanyaan tersebut yang akan mendasari pembahasan pertanyaan berikutnya mengenai apakah ketentuan kewajiban penyediaan ruang usaha sebesar 20% untuk pelaku usaha UMKM/IKM yang diselenggarakan oleh pengelola pusat perbelanjaan dalam Peraturan Daerah DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2018 Tentang Perpasaran telah sesuai dengan tujuan dari hukum persaingan usaha.

Pertama-tama akan dibahas mengenai tujuan hukum persaingan usaha di Indonesia yang terkandung dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Setelah itu akan dibahas mengenai usaha pemerintah dalam melindungi pelaku usaha kecil melalui ketentuan kewajiban penyediaan ruang usaha sebesar 20% untuk pelaku usaha UMKM/IKM. Usaha pemerintah tersebut diwujudkan oleh pemerintah daerah DKI Jakarta dalam bentuk Peraturan Daerah DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2018 Tentang Perpasaran. Selanjutnya akan dianalisis ketentuan kewajiban penyediaan ruang usaha bagi pelaku usaha UMKM/IKM yang diatur oleh Perda DKI Jakarta No. 2 Tahun 2018 dilihat dari sudut pandang tujuan hukum persaingan usaha.

## **BAHAN DAN METODE**

Penelitian ini termasuk ke dalam bentuk penelitian yuridis normatif - penelitian hukum yang bersifat yuridis normatif adalah penelitian hukum yang mencakup penelitian terhadap prinsip-prinsip hukum dan sistematika hukum serta sejarah hukum yang dilakukan dengan cara meneliti peraturan perundang-undangan terkait dan bahan pustaka dalam melakukan analisa terhadap permasalahan (Soekanto & Mamudji, 2006) - karena penelitian ini menganalisis secara normatif apa tujuan hukum persaingan usaha di Indonesia yaitu berdasarkan UU No. 5 Tahun 1999 serta akan dilihat pula pendapat ahli hukum terkait

tujuan hukum persaingan usaha. Penelitian dilakukan dengan melakukan analisis terhadap data sekunder, yaitu bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder (untuk memahami mengenai bahan hukum dalam penelitian hukum dapat merujuk pada Marzuki, 2005) yang meliputi:

a. Bahan hukum primer (memiliki kekuatan hukum yang mengikat):

1. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;
2. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah; dan
3. Peraturan Daerah DKI Jakarta No. 2 Tahun 2018 Tentang Perpasaran.

b. Bahan hukum sekunder, merupakan penjelasan atas bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder yang akan digunakan antara lain monograf (buku), hasil penelitian/tulisan dalam suatu jurnal hukum terkait hukum persaingan usaha dan anti monopoli. Buku dan artikel ilmiah yang menjadi acuan utama dalam menganalisis tersaji dalam Tabel 1.

c. Selain itu akan digunakan pula data sekunder berupa sumber tertier yang bersumber dari internet yaitu tulisan dari Sugeng Sumariyadi yang berjudul Perda 20% Beratkan Pengusaha.

Data sekunder dalam tulisan ini diperoleh dengan studi kepustakaan dengan menginventarisasi aturan sebagai hukum positif, pendapat ahli (doktrin) yang dikutip dari buku acuan, publikasi ilmiah, serta artikel

di Internet sebagaimana yang telah disebutkan diatas. Data akan diolah atau dianalisis secara kualitatif dengan pendekatan undang-undang. Berikut merupakan data yang akan digunakan dalam menganalisis:

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Tujuan Hukum Persaingan Usaha

Penetapan mengenai apa tujuan dari hukum anti monopoli bukanlah masalah yang sederhana untuk dibahas. Beberapa faktor seperti bahasa undang-undang, sejarah berlakunya undang-undang tersebut, dan interpretasi dan komentar oleh pengadilan atas undang-undang tersebut memberikan beberapa tema utama, namun tidak ada kesepakatan mengenai tujuan hukum persaingan usaha. Sherman Act, dengan larangan kartel dan perilaku monopolisasi, mencerminkan tujuan hukum persaingan usaha sebagai tujuan ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan konsumen dengan mencegah praktik-praktik yang mengurangi persaingan. Sama halnya dengan Clayton Act, yang melarang monopoli yang dapat secara substansial mengurangi persaingan, atau cenderung menciptakan monopoli. Dalam Robinson-Patman Act, tujuan hukum persaingan untuk melindungi pedagang kecil dan pesaing dari model Jefferson, terlepas dari kemungkinan berkurangnya efisiensi yang berpihak pada konsumen (Shenefield & Stelzer, 2001).

Richard Whish mengemukakan bahwa beberapa tujuan hukum persaingan adalah mencakup 1)

Tabel 1. Buku dan artikel ilmiah yang menjadi acuan utama dalam menganalisis  
*Table 1. Scientific books and articles that become the main reference in analyzing*

Jenis Bahan Hukum Sekunder	No.	Penulis	Judul	Ket.
Buku	1.	Andi Fahmi Lubis, dkk	Hukum Persaingan Usaha Antara Teks dan Konteks	Penerbit: Komisi Pengawas Persaingan Usaha dan Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, 2009, Jakarta
	2.	Jhon H. Shenefield dan Irwin M. Stelzer	The Antitrust Laws: A Primer	Penerbit: The AEI Press, 2001, Washington, D.C.
Jurnal	3.	Daniel A. Crane	“The Tempting Of Antitrust: Robert Bork And The Goals Of Antitrust Policy”	Antitrust Law Journal. Chicago Vol. 79, Iss. 3, 2014
	4.	Gregory T. dan Diana Moss	“The Role of Efficiencies in Antitrust Law: Introduction and Overview”	The Antitrust Bulletin. Vol. 60 (2), 2015

perlindungan konsumen, bahwa tujuan utama hukum persaingan usaha adalah melindungi kepentingan konsumen bukan persaingan itu sendiri, 2) distribusi kesejahteraan, bahwa kemungkinan tujuan kedua dari hukum persaingan usaha adalah redistribution of wealth (distribusi kesejahteraan) yang mengedepankan kesetaraan ekonomi dari pada efisiensi ekonomi, 3) melindungi pesaing khususnya pesaing kecil (UMKM). Tujuan ketiga ini dimaksudkan untuk melindungi usaha kecil dalam bersaing dengan usaha-usaha besar, dan pemerintah wajib memastikan usaha kecil ini diberikan kesempatan yang sama untuk sukses dan berkembang (Wish & Bailey, 2012).

Di Indonesia, hukum persaingan usaha diharapkan dapat mewujudkan iklim persaingan usaha yang sehat, serta terhindarnya pemusatan kekuatan ekonomi pada perorangan atau kelompok tertentu, antara lain dalam bentuk praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang merugikan masyarakat, yang bertentangan dengan cita-cita keadilan sosial. Ketentuan Undang-Undang dimaksudkan untuk menegakkan aturan hukum dan memberikan perlindungan yang sama bagi setiap pelaku usaha di dalam upaya untuk menciptakan persaingan usaha yang sehat (Penjelasan Umum UU No. 5 tahun 1999). Adapun tujuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 di Indonesia, tertuang dalam Pasal 3, bahwa tujuan undang-undang ini adalah:

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

Menurut Lubis, ketentuan mengenai hukum persaingan usaha di Indonesia tidak bertujuan melindungi persaingan usaha demi kepentingan persaingan itu sendiri. Tujuan hukum persaingan usaha di Indonesia tidak hanya terbatas pada terciptanya sistem persaingan usaha yang bebas dan adil, di mana terdapat kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi semua pelaku usaha (Pasal 3 butir b dan c), dan tidak adanya perjanjian atau penggabungan usaha yang menghambat persaingan serta penyalahgunaan kekuasaan ekonomi, sehingga tersedia ruang gerak yang luas bagi semua

pelaku usaha dalam melakukan kegiatan ekonomi. Tujuan lainnya yang ingin dicapai adalah terciptanya sistem persaingan usaha yang bebas dan adil: kesejahteraan rakyat dan suatu sistem ekonomi yang efisien (Huruf a dan d) (Lubis *et al.*, 2009).

Tujuan tersebut dapat dicapai dengan cara memaksakan alokasi faktor dengan cara ekonomis sehingga terwujudlah penggunaan paling efisien sumber daya yang terbatas, penyesuaian kapasitas produksi dengan metode produksi dan struktur permintaan serta penyesuaian penyediaan barang dan jasa dengan kepentingan konsumen (fungsi pengatur persaingan usaha), dengan menjamin pertumbuhan ekonomi yang optimal, kemajuan teknologi dan tingkat harga yang stabil (fungsi pendorong persaingan usaha) serta dengan menyalurkan pendapatan menurut kinerja pasar berdasarkan produktivitas marginal (fungsi distribusi) (Lubis *et al.*, 2009).

Melihat uraian tersebut, terlihat bahwa terdapat undang-undang yang lebih menekankan pada tujuan ekonomi yang menekankan pentingnya efisiensi dan berpihak pada kesejahteraan konsumen, ada pula yang lebih menekankan pada tujuan sosial dan politik yang mencerminkan rasa kesetaraan atau keadilan, dimana terjadi penyebaran kekuasaan atas pasar dalam arti tidak terpusat pada satu pelaku usaha dan peran pengusaha individu atau pengusaha kecil dimaksimalkan atau dengan kata lain memberikan perlindungan terhadap pelaku usaha minoritas (Shenefield & Stelzer, 2001). Tujuan manakah yang harus diutamakan ketika terjadi konflik antara tujuan sosial politik dan tujuan ekonomi dari kebijakan antimonopoli.

Jika berpegang pada gagasan Adam Smith mengenai invisible hand, ketika tujuan sosial dan ekonomi bertentangan, tujuan ekonomi harus diutamakan. Karena persaingan merupakan cara terbaik untuk menekan laba, mengalokasikan sumber daya untuk penggunaan yang paling efisien, memaksa perusahaan untuk menghasilkan barang dengan kualitas terbaik dengan biaya terendah, dalam jumlah yang diinginkan konsumen, serta merangsang terjadinya inovasi teknologi. Pada saat kesejahteraan konsumen meningkat, secara efektif akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kemakmuran, serta distribusi pendapatan secara proporsional dengan nilai kontribusi individu terhadap ekonomi, yang secara keseluruhan merupakan parameter kesuksesan bagi negara dari sisi ekonomi. Namun kita tidak bisa mengenyampingkan keuntungan jangka pendek dari harga jual yang sangat rendah yang diberikan perusahaan, demi efisiensi yang lebih lama

dengan mempertahankan persaingan. Meskipun kasus dimana terjadi konflik antar tujuan ekonomi dan tujuan sosial politik jarang terjadi, melindungi pesaing untuk menjaga persaingan juga perlu dilakukan dalam arti pertimbangan politik dan sosial tidak boleh diabaikan (Shenefield & Stelzer, 2001).

Nadir mengemukakan bahwa UU No. 5 Tahun 1999 tidak diberlakukan untuk melindungi pelaku usaha, apalagi pelaku usaha tertentu, melainkan untuk mengatur persaingan usaha itu sendiri agar tidak tercipta praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dengan kata lain untuk menciptakan keseimbangan, keselarasan, kesamaan di dalam kegiatan usaha. UU No. 5 Tahun 1999 tidak hanya bertujuan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai tujuan jangka pendek, tetapi juga bertujuan meningkatkan efisiensi ekonomi yang merupakan tujuan jangka panjang (Nadir, 2015).

Pertimbangan untuk mempertahankan efisiensi yang lebih lama, yang salah satunya dengan mempertahankan persaingan, sesungguhnya merupakan salah satu cara mencapai tujuan ekonomi dari hukum persaingan usaha. Gregory T. Gundlach and Diana Moss menerangkan bahwa meningkatkan efisiensi ekonomi merupakan cara paling sesuai dalam memaksimalkan kesejahteraan konsumen. Standar efisiensi ekonomi tidak hanya harus terlihat dirasakan konsumen dalam jangka pendek, tetapi dirasakan konsumen dalam jangka panjang. Pertimbangannya, dapat dibenarkan jika ketentuan mempromosikan adanya persaingan atau perilaku kompetitif demi terjadinya efisiensi ekonomi atau keuntungan jangka panjang bagi konsumen (Gundlach & Moss, 2015).

Perilaku kompetitif merupakan syarat mutlak bagi negara berkembang demi mencapai pertumbuhan ekonomi yang efisien. Karena dalam pasar yang mencerminkan perilaku kompetitif akan mendorong pelaku usaha untuk bersaing dalam menarik konsumen misalnya dengan menurunkan harga, memperbaiki kualitas produksi, mengefisienkan proses produksi, meningkatkan pelayanan kepada konsumen dan lebih jauh lagi dengan melakukan inovasi-inovasi seperti pengembangan produk yang baru sehingga produk menjadi lebih beragam. Dampak lebih lanjutnya, pelaku usaha akan terus meningkatkan kemampuan teknologi mereka (teknologi produksi dan/atau teknologi proses produksi) sehingga akan mendorong berkembangnya teknologi dan penggunaan teknologi dan diharapkan akan mendorong pertumbuhan ekonomi (Wie, 1999).

Analisa Ketentuan Kewajiban Penyediaan Ruang

## Usaha Bagi Pelaku Usaha UMKM/IKM

Pasal 42 Perda No. 2 Tahun 2018 tentang Perpasaran mewajibkan pengelola pusat perbelanjaan turut memberdayakan pelaku usaha UMKM/IKM - pelaku usaha UMKM dengan skala usaha sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang yang melakukan usaha perdagangan yang relevan dengan usaha pada pusat perbelanjaan dimaksud serta binaan SKPD yang membidangi perdagangan dan berdomisili dan ber-KTP di Provinsi DKI Jakarta. Pelaku Usaha IKM dimaksud adalah pelaku usaha IKM dengan skala usaha sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang yang melakukan usaha perindustrian yang relevan dengan usaha pada pusat perbelanjaan dimaksud serta binaan Perangkat Daerah yang membidangi perindustrian dan berdomisili dan ber-KTP di Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, Peraturan Daerah Tentang Perpasaran, Penjelasan Psl. 42 ayat (1) - pola kemitraan usaha yang dilakukan dengan memilih 2 pola diantara pola kemitraan berupa penyediaan lokasi usaha, penyediaan pasokan, dan/atau penyediaan fasilitasi. Adapun pada pola penyediaan lokasi usaha, pengelola pusat perbelanjaan wajib menyediakan ruang usaha sebesar 20% yang dihitung berdasarkan luas efektif lantai usaha - luas lantai usaha yang dipergunakan untuk kegiatan usaha tidak termasuk ruang untuk gudang, kantor, koridor atau fasilitas gedung lainnya - pusat perbelanjaan yang dikelola untuk digunakan pelaku usaha UMKM/IKM.

Jika melihat ketentuan tersebut, sangat jelas bahwa Pemerintah Daerah DKI Jakarta berupaya untuk melindungi keberlangsungan hidup pelaku usaha UMKM/IKM yang dikhawatirkan tidak mampu bersaing dengan pelaku usaha besar. Ketentuan ini bertujuan menghadirkan iklim persaingan usaha yang sehat bagi pelaku usaha mikro, kecil, hingga kelas atas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 butir b UU No. 5 Tahun 1999.

Upaya Pemerintah Daerah DKI Jakarta dalam melindungi pelaku usaha UMKM/IKM dengan mewajibkan pengelola pusat perbelanjaan ikut serta memberdayakan pelaku usaha UMKM/IKM melalui pola kemitraan usaha sejalan dan merupakan amanat Pasal 7 ayat (1) butir d dan ayat (2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (seterusnya disebut UU No. 20/2008). Pemerintah dan Pemerintah Daerah harus menumbuhkan iklim usaha - yaitu memberdayakan usaha mikro, kecil, dan menengah secara sinergis melalui penetapan berbagai peraturan perundang-undangan dan kebijakan di berbagai aspek kehidupan

ekonomi agar usaha mikro, kecil, dan menengah memperoleh pemihakan, kepastian, kesempatan, perlindungan, dan dukungan berusaha yang seluas-luasnya – yang salah satunya meliputi aspek kemitraan. Pelaku usaha lain dan masyarakat wajib berperan serta secara aktif membantu menumbuhkan iklim usaha tersebut (Pasal 7 ayat (1) butir D dan ayat 2 UU No. 20 Tahun 2008).

Aspek kemitraan ditujukan untuk mewujudkan kemitraan dan mendorong terjadinya hubungan yang saling menguntungkan dalam pelaksanaan transaksi usaha antara usaha mikro, kecil, menengah, dan usaha besar, mendorong terbentuknya struktur pasar yang menjamin tumbuhnya persaingan usaha yang sehat dan melindungi konsumen, serta mencegah terjadinya penguasaan pasar dan pemusatan usaha oleh orang perorangan atau kelompok tertentu yang merugikan usaha mikro, kecil, dan menengah (Pasal 11 butir b, d, f, g UU No. 20 Tahun 2008).

Selain itu penyediaan ruang usaha bagi UMKM/IKM juga saat ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja (selanjutnya disebut UU Cipta Kerja). Bahwa UU Cipta Kerja mewajibkan infrastruktur publik untuk menyediakan ruang usaha minimal sebesar 30% bagi usaha kecil dan menengah, misalnya dalam Pasal 55 UU Cipta Kerja yang mengubah Pasal 38 Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas Angkutan Jalan bahwa terminal wajib menyediakan minimal 30% ruang usaha bagi usaha kecil dan menengah. Meski sedikit berbeda konsep bahwa yang diwajibkan dalam UU Cipta Kerja ini adalah infrastruktur sedangkan dalam Perda DKI No 2 Tahun 2018 yang diwajibkan adalah pengelola pusat perbelanjaan, namun sudah ada kewajiban untuk memberdayakan usaha kecil dan menengah demi memberikan kesempatan bagi mereka untuk berusaha dan menjaga persaingan terhadap usaha-usaha besar sehingga mereka bisa berkompetisi secara adil.

Pengelola pusat perbelanjaan mengeluhkan dan menilai penyediaan ruang usaha bagi pelaku usaha UMKM/IKM tersebut memberatkan pihak pengelola pusat perbelanjaan. Karena dengan adanya kewajiban menyediakan ruang usaha sebesar 20% yang dihitung berdasarkan luas efektif lantai usaha pusat perbelanjaan yang dikelola untuk digunakan pelaku usaha UMKM/IKM, menyebabkan kehilangan laba atau keuntungan bagi pusat perbelanjaan tersebut yang seharusnya ia dapatkan apabila ruang usaha tersebut disewakan sebagaimana ruang usaha lainnya.

Meskipun pengelola pusat perbelanjaan merasa pembebanan kewajiban tersebut memberatkan mereka, namun kewajiban tersebut merupakan amanat Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan Undang-Undang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah demi menumbuhkan usaha kecil, mikro dan menengah serta terselenggaranya persaingan usaha yang sehat antara pelaku usaha besar dan pelaku usaha UMKM/IKM. Pengelola pusat perbelanjaan dapat memilah pelaku usaha UMKM/IKM mana yang kiranya dapat menarik minat konsumen sehingga konsumen mengunjungi dan berbelanja pada pusat perbelanjaan tersebut sehingga dimungkinkan terjadinya hubungan yang saling menguntungkan antara pelaku usaha UMKM/IKM dengan pusat perbelanjaan yang telah memberikan ruang usaha.

Bukan tidak mungkin pula pelaku usaha UMKM/IKM tersebut dapat memberikan harga dan pelayanan terbaik bagi konsumen dengan diberikannya ruang usaha oleh pengelola pusat perbelanjaan sehingga secara ekonomi dapat menguntungkan konsumen. Adanya kemungkinan pemberian harga dan pelayanan terbaik yang diberikan pelaku usaha UMKM/IKM tersebut juga dapat turut mendorong pelaku usaha lainnya, khususnya pelaku usaha besar, dalam pusat perbelanjaan tersebut untuk mewujudkan efisiensi usaha mereka dan (bersaing) memberikan harga dan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Sehingga pemberian ruang usaha bagi pelaku usaha UMKM/IKM dapat berakhir pada terciptanya tujuan ekonomi hukum persaingan usaha yaitu terjadinya efisiensi dan kesejahteraan konsumen.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Gundlach & Moss (2015) bahwa standar terciptanya efisiensi ekonomi tidak hanya harus terlihat dirasakan konsumen dalam jangka pendek, tetapi dapat pula dirasakan konsumen dalam jangka panjang. Dapat dibenarkan jika suatu ketentuan mempromosikan adanya persaingan atau perilaku kompetitif demi terjadinya efisiensi ekonomi atau keuntungan jangka panjang bagi konsumen. Sebagaimana ketentuan kewajiban penyediaan ruang usaha bagi pelaku usaha UMKM/IKM yang dapat mendorong terwujudnya persaingan di antara para pelaku usaha di suatu pusat perbelanjaan, ketentuan ini dapat mewujudkan efisiensi ekonomi yang pada akhirnya menguntungkan konsumen.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pembahasan yang telah diuraikan diatas membawa pada kesimpulan bahwa:

1. Terdapat 2 tujuan hukum persaingan usaha, yaitu tujuan ekonomi dan tujuan sosial dan politik. Tujuan ekonomi menekankan pentingnya efisiensi dan berpihak pada kesejahteraan konsumen. Tujuan sosial dan politik mencerminkan keadilan dengan memberikan perlindungan terhadap pelaku usaha minoritas. Apabila terjadi pertentangan antara dua tujuan tersebut dalam kondisi tertentu, tujuan ekonomi harus diutamakan. Disisi lain, Pemerintah tidak boleh mengenyampingkan tujuan sosial politik demi terciptanya keberlangsungan persaingan usaha yang sehat pada pasar bersangkutan.
2. Ketentuan Pasal 43 Perda No. 2 Tahun 2018 sejalan dengan tujuan hukum persaingan usaha yang terdapat dalam Pasal 3 butir b dan c UU No. 5 Tahun 1999. Pemerintah menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama baik pelaku usaha besar maupun UMKM/IKM. Perlindungan ini bertujuan mencegah praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Ketentuan Pasal 43 Perda No. 2 Tahun 2018 juga sejalan dengan Pasal 7 jo. Pasal 11 UU No. 20 Tahun 2008. Bahwa Setiap pelaku usaha harus berperan aktif dalam menumbuhkan UMKM dengan tujuan menciptakan persaingan usaha yang sehat serta melindungi konsumen. Hadirnya pelaku usaha UMKM/IKM dalam pusat perbelanjaan dapat mendorong terciptanya efisiensi usaha yang dilakukan setiap pelaku usaha pada pusat perbelanjaan tersebut. Hasil akhirnya adalah terciptanya tujuan ekonomi hukum persaingan usaha yaitu terjadinya efisiensi dalam kegiatan usaha dan kesejahteraan konsumen.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang telah membantu terlaksananya seluruh kegiatan penelitian sampai selesai.

## DAFTAR PUSTAKA

- Crane, D. A. (2014). The Tempting Of Antitrust: Robert Bork And The Goals Of Antitrust Policy, *Antitrust Law Journal Chicago*, 79(3), 835-853.
- Gundlach, G. T. & Moss, D. (2015). The Role of Efficiencies in Antitrust Law: Introduction and Overview. *The Antitrust Bulletin*, 60(2), 91-102.
- Indonesia. Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. UU No. 5 Tahun 1999. L.N. No. 33 Tahun 1999. T.L.N. No. 3817.
- Indonesia. Undang-Undang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UU No. 20 Tahun 2008. L.N. No. 93 Tahun 2008. T.L.N. No. 4866.
- Indonesia. Undang-Undang Cipta Kerja. UU No. 11 Tahun 2020. L.N. No. 245 Tahun 2020. T.L.N. No. 6573.
- Indonesia. Peraturan Daerah DKI Jakarta No. 2 Tahun 2018 Tentang Perpasaran.
- Lubis, A.F., Anggraini, A.M.T., Toha, K., Kagramanto, L.B., Hawin, M., Sirait, N.N., Sukarmi, Maarif, S., & Silalahi, U. (2009). *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks dan Konteks*. Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha dan Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH.
- Marzuki, P.M. (2005). *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana.
- Nadir. (2015). *Hukum Persaingan Usaha: Membidik Persaingan Tidak Sehat dengan Hukum Anti Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Nugroho, S. A. (2014). *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia: dalam Teori dan Praktik serta Penerapan Hukumnya*. Jakarta: Kencana.
- Shenefield, J. H. & Stelzer, I. M. (2001). *The Antitrust Laws: A Primer*. Edisi Ke-4. Washington, D.C.: The AEI Press.
- Soekanto, S. & Mamudji, S. (2006). *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sumariyadi, S. (2018). Perda 20% Beratkan Pengusaha. Diakses 01 Desember 2019, dari <https://mediaindonesia.com/read/detail/193174-perda-20-beratkanpengusaha>.
- Whish, R. & Bailey, D. (2012). *Competition Law*. United States: Oxford University Press.
- Wie, T. K. (1999). Aspek-Aspek Ekonomi yang Perlu Diperhatikan dalam Implementasi UU No. 5 Tahun 1999. *Jurnal Hukum Bisnis*, 7, 64.

