POLEMIK PERSAINGAN USAHA RUMAH MAKAN PADANG BERDASARKAN UNDANG –UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum

Oleh:

RANGGA PRAMUDYA

NPM. 21.10.0032

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS IBA

PALEMBANG

2025

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS IBA PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN

NAMA	**: Rangga Pramudya**
NPM	**: 21100032**
PROGRAM STUDI	**: Ilmu Hukum**
PROGRAM KEKHUSUSAN	**: Hukum Ekonomi Dan Bisnis**
JUDUL	**: POLEMIK PERSAINGAN USAHA RUMAH MAKAN PADANG BERDASARKAN UNDANG –UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999**

Palembang, 28 Mei 2025

Menyetujui

Pembimbing I	Pembimbing II
ERNIWATI,S.H.,M.HUM	HJ.SAKINAH AGUSTINA,S.H.,M.HUM

Mengetahui

Dekan Fakultas Hukum

FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS IBA

Erniwati,S.H.,M.Hum

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rangga Pramudya

Tempat, Tanggal Lahir : Palembang, 30 Oktober 2003

NPM : 21100032

Menyatakan Dengan Sesungguhnya Bahwa:

1. Seluruh data, informasi,imprestasi, serta pernyataan dalam persembahan dan kesimpulan yang di sajikan dalam karya ilmiah ini kecuali yang disebutkan sumbernya, adalah hasil pengamatan, penelitian, pengolahan, serta pemikiran yang dengan pengarahan dari pembimbing yang telah di tetapkan.
2. Karya ilmiah ini yang saya tulis ini asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di UNIVERSITAS IBA maupun di perguruan tinggi lainnya.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, apabila dikemudian hari di temukan adanya ketidak benaran dalam pernyataan ini tersebut di atas maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui perjanjian ilmiah ini.

Pa 2025

udya

21100032

MOTTO:

"Siapa yang lebih kuat? Harapan manusia atau takdir dan kenyataan?

Ya, Jadilah lebih kuat untuk dirimu sendiri"

"Ailyread"

Kupersembahkan Kepada:

1. Ayah dan Ibuku, yang telah mendukung, memberiku motivasi dalam segala hal serta memberikan kasih sayang yang teramat besar yang tak mungkin bisa kubalas dengan apapun, dan yang tak henti-hentinya berdoa dan selalu mendukung keberhasilanku.
2. Keluarga besar yang telah mendukung dan mendoakanku.
3. Dosen-dosen Fakultas Hukum, Yang telah membantu, dalam penyelesaian skripsi ini.

ABSTRAK

Salah satu bisnis makanan yang memiliki daya saing tinggi adalah rumah makan padang. Rumah makan padang di kenal sebagai rumah makan yang lezat dan dapat beradaptasi dengan selera seluruh masyarakat. Pada tahun 1950-an hingga 1970-an, Rumah makan padang mengalami pertumbuhan pesat. Banyak pengusaha Minangkabau membuka usahanya di berbagai kota, sehingga menciptakan persaingan usaha. Persaingan usaha yang ketat mendorong rumah makan padang untuk terus meningkatkan kualitas dan inovasi. Namun persaingan ini juga menimbulkan tantangan seperti praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat. Adapun permasalahan dalam skripsi ini adalah bentuk persaingan yang tidak sehat dalam usaha rumah makan padang dan upaya penyelesaian nya apabila terjadi sengketa rumah makan padang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Normatif. Hasil analisis menunjukan bahwa praktik pencopotan label "Masakan Padang" tersebut, dikarenakan pemilik rumah makan padang di desa sukadana menjual harga makanan dengan harga di bawah pasaran yakni hanya Rp 9000 per porsi. Berdasarkan pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dapat disimpulkan bahwa, yang dilakukan oleh pemilik rumah makan di desa sukadana merupakan perbuatan yang di larang oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Yang Tidak Sehat. Karena rumah makan tersebut menetapkan harga yang sangat rendah atau di bawah harga pasaran sehingga merugikan pemilik usaha rumah makan padang yang lain.

Kata kunci: Polemik, Rumah Makan Padang, Persaingan Usaha Tidak Sehat.

ABSTRACT

One of the food businesses that has high competitiveness is Padang restaurants. Padang restaurants are known as delicious restaurants and can adapt to the tastes of the entire community. In the 1950s to 1970s, Padang restaurants experienced rapid growth. Many Minangkabau entrepreneurs opened their businesses in various cities, thus creating business competition. Tight business competition encourages Padang restaurants to continue to improve quality and innovation. However, this competition also poses challenges such as monopolistic practices and unhealthy business competition. The problems in this thesis are the forms of unhealthy competition in the Padang restaurant business and efforts to resolve them if there is a settlement of Padang restaurants. This study uses the Normative research method. The results of the analysis show that the practice of revoking the "Padang Cuisine" label is because the owner of the Padang restaurant in Sukadana Village sells food at a price below the market price, which is only IDR 9,000 per portion. Based on Article 20 of Law Number 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition. It can be concluded that what the owner of the restaurant in Sukadana Village did was an act prohibited by Law Number 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition. Because the restaurant sets a price that is very low or below the market price, it is detrimental to other Padang restaurant business owners.

Keywords: Polemic, Padang Restaurants, Unhealthy Business Competition.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunia nya jugalah penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul "POLEMIK PERSAINGAN USAHA RUMAH MAKAN PADANG BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999."

Penulis menyadari, bahwa penulisan skipsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada yang terhormat:

1. Ibu Dr. Lily Rahmawati Harahap SE.MM Selaku Rektor Universitas IBA Palembang
2. Ibu Erniwati S.H.,M.Hum selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas IBA Palembang, sekaligus dosen pembimbing I
3. Ibu Hj. Suryani Yusi S.H.,M.Hum Selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Univeritas IBA Palembang
4. Ibu Hj. Sakina Agustina S.H.,M.Hum Selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Univeritas IBA Palembang, sekaligus dosen pembimbing II
5. Bapak Benny Murdani S.H.,M.H Selaku Wakil Dekan III Fakultas Hukum Universitas IBA Palembang
6. Ibu Meirina Dwi Pertiwi S.Hi.,M.H. Selaku Ketua Program Studi Hukum Fakultas Hukum Universitas IBA Palembang

7. Bapak/Ibu Dosen Staff Admin Di Fakultas Hukum Universitas IBA Palembang yang telah mendidik dan mengajarkan saya dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Teruntuk sahabatku M.ilham Veriandi dan Putri Andika terima kasih sudah menemani penulis dari semester awal hingga saat ini, bahkan dalam keadaan sulit penulis, kalian selalu mendengarkan curahan hati penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
9. Teruntuk romtap, parida, makput, iam, puput, nando. Terima kasih sudah menemani penulis hingga saat ini. Semoga kita slalu bersama dan sukses setelah banyak hal yang kita lalui di sini
10. Teruntuk seseorang bertanggal lahir 29-9-2003, terima kasih sudah bersama penulis, dari awal penulisan skripsi hingga saat ini, terima kasih sudah berkontribusi dalam penulisan ini.
11. Law`21 Fakultas Hukum Universitas IBA Palembang.
12. Dan terimakasih untuk diri saya sendiri.

Palembang 28 Mei 2025

Penulis

Rangga Pramudya
21100032

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iii
HALAMAN MOTTO iv
ABSTRAK v
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Permasalahan 5
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian 5
D. Ruang Lingkup 6
E. Metode Penelitian 6
1. Jenis Penelitian 7
2. Sumber Data 7
3. Teknik Pengumpulan Data 8
4. Analisa Data 8
F. Sitematika Penulisan 9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 12
A. Tinjauan Umum Sejarah Rumah Makan Padang 12
1. Sejarah Rumah Makan Padang 12
2. Sejarah Masakan Padang 13

B. Tinjauan Umum Persaingan Usaha 15
1. Sejarah Hukum Persaingan Usaha 15
2. Persaingan Usaha Secara Umum 19
3. Persaingan Usaha Tidak Sehat 20
C. Tinjauan Umum Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Yang Tidak Sehat 22
1. Perjanjian Yang Di Larang Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Yang Tidak Sehat 22
2. Kegiatan Yang Di Larang Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 27
D. Tinjauan Umum Pengertian Konsumen Dan Pelaku Usaha 32
1. Pengertian Konsumen 32
2. Pengertian Pelaku Usaha 33

BAB III PEMBAHASAN 34

A. Bentuk Persaingan Yang Tidak Sehat Dalam Usaha Rumah Masakan Padang Yang Dapat Menimbulkan Kerugian Bagi Pihak Lain 34
B. Upaya Hukum Yang Dapat Di Ambil Apabila Timbul Sengketa Antar Usaha Rumah Masakan Padang 43

BAB IV PENUTUP.....53

A. Kesimpulan.....53

B. SARAN 54

DAFTAR PUSTAKA.....55

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Setiap manusia membutuhkan kecukupan materi untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Bekerja baik formal maupun informal seperti berbisnis, dapat meningkatkan taraf hidup. Bisnis dalam kehidupan memberikan peran penting dalam penyediaan dan kebutuhan akan barang dan jasa, serta memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis melalui kegiatan distribusi. Dengan demikian, bisnis menjadi bagian integral dari sistem ekonomi yang memenuhi kebutuhan masyarakat dan mengigatkan perekonomian.[1]

Salah satu bisnis makanan yang memiliki daya saing tinggi adalah rumah makan padang. Salah satu kekayaan kuliner Indonesia yang paling menonjol di dalam negeri maupun di luar negeri dan telah memperoleh pengakuan yang hebat, adalah kuliner Padang. Kuliner ini lekat dengan rumah makan Padang, tempat yang menyajikan berbagai makanan khas Minangkabau seperti rendang, gulai, sambal hijau, dan dendeng balado. Rasa yang kuat dari rempah-rempah serta cara penyajian yang unik menjadikan masakan Padang sebagai bagian penting dari identitas kuliner bangsa Indonesia. Ciri khas lain dari rumah makan Padang terletak pada metode penyajiannya yang istimewa, di kenal dengan "sistem hidang", di mana aneka hidangan langsung di susun di

[1] Zuhrinal M.Nawawi," *Pemanfaatan Sosial Media Tiktok Sebagai Strategi Promosi Dalam Berwirausaha Perspektif Ekonomi Islam*", Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen:Febi UIN-SU Press: Medan 2022.

meja pelanggan dalam piring-piring kecil. Gaya penyajian ini tidak hanya menunjukkan nuansa keramahan dan kemewahan, tetapi juga merefleksikan nilai sosial masyarakat Minangkabau yang sangat menghargai kebersamaan dan kekeluargaan. [2]

Rumah makan padang (RMP) memiliki sejarah panjang yang terkait erat dengan budaya kuliner minangkabau. sejak abad ke-19, (RMP) telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat minangkabau, khususnya di sumatera barat, awalnya, RMP hanya berupa warung kecil yang menyajikan makanan tradisional seperti nasi putih, lauk, dan sayuran.

Pada awal abad ke-20, RMP mulai berkembang dan menyebar hampir ke seluruh penjuru Indonesia, seperti Jakarta, bandung, dan Surabaya, dan di berbagai pulau selain Jawa dan Sumatera seperti Kalimantan dan Sulawesi. Perkembangan rumah makan padang ini tidak bisa di lepaskan dari tradisi merantau yang telah mengakar kuat dalam kehidupan masyarakat minangkabau. pada tahun 1950-an hingga 1970-an, RMP mengalami pertumbuhan pesat. Para perantau minang yang menyebar di berbagai penjuru daerah dalam negeri hingga luar negeri, sering memilih mendirikan rumah makan sebagai bentuk usaha. Pilihan ini tidak hanya memberikan keuntungan secara finansial, namun lebih pentingnya menjadi perantara untuk melestarikan sekaligus mengenalkan budaya asal mereka. Karena itu, rumah makan Padang bukan sekadar tempat menikmati makanan, melainkan juga simbol budaya,

[2] https://www.kompas.com/food/gallery/detail/43/serba-serbi-rumah-makan-padang Di Akses 20 Januari 2025 Pukul 19.14 Wib.

nilai-nilai hidup, dan keberhasilan perantau Minang dalam mempertahankan identitas mereka di perantauan.[3]

Namun, karena tingginya jumlah pengusaha minangkabau yang mendirikan rumah makan Padang di berbagai daerah menyebabkan terjadinya kompetisi bisnis. Persaingan usaha yang ketat mendorong RMP untuk terus meningkatkan kualitas dan inovasi. namun, persaingan ini juga menimbulkan tantangan seperti praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat.

Dengan adanya persaingan usaha yang sangat ketat sehingga mendorong pelaku usaha rumah makan Padang untuk terus meningkatkan produk dan pelayanannya untuk menjaga eksistensi usahanya masing-masing. Dalam sebuah persaingan usaha sangat di perlukan sebuah strategi. Strategi merupakan modal utama untuk mempertahankan sebuah usaha supaya tetap berjalan dan berkembang.

Namun dalam melakukan persaingan usaha pelaku usaha harus tetap memperhatikan persaingan usaha yang sehat dan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis yang sehat dan halal dalam menjalankan usahanya. [4] Persaingan usaha di indonesia memainkan peran penting dalam pengembangan sistem ekonomi, yang di wujudkan melalui Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan monopoli dan persaingan usaha yang sehat sebagai pilar ekonomi di Indonesia dengan berlandaskan pada pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Kelahiran undang-undang ini menandai langkah

---

[3] https://m.antaranews.com/berita/2429077/perantau-minang-di-belanda-yang-berhasrat-me-minangkan-eropa Akses 20 Januari 2025 Pukul 19.30 Wib.

[4]Dwina Meisonya, Teti Indrawati P dan Heru Sunardi, "*Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pemeliharaan dan Pembocoran Rahasia Dagang di Kalangan Pengusaha Kecil Kuliner Kota Mataram,*" Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah 14, no. 1 (Juni 2022): Hlm. 27.

signifikan dalam perkembangan ekonomi, terutama dalam menciptakan lingkungan persaingan usaha yang sehat dan kompetitif. Dengan demikian, perhatian terhadap implementasi dan penegakan undang-undang ini sangat penting demi menjaga tingkat persaingan usaha di indonesia terlaksana dengan objektif dan transparan.[5]

Undang-Undang Nomor 5 1999 Tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat secara rinci mengatur tentang berbagai bentuk hal yang berpotensi merugikan persaingan sehat antara bisnis, seperti oligopoli, monopsoni, kartel, oligopsoni, dan persengkongkolan. Untuk memastikan penegakan hukum yang efektif, di bentuklah KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha) yang bertindak secara otonom. KPPU memegang peranan untuk mengatur tahapan penindakan hukum serta penerapan hukum terhadap pihak yang benar terlibat dalam kasus praktik monopoli dan persaingan usaha yang melanggar aturan. Salah satu alasan pemicu pelaku usaha dalam menjalankan praktik-praktik tersebut karena kurangnya pengawasan yang efektif dari pemerintah, sehingga penting untuk memperkuat control dan pelaksanaan hukum agar tercipta lingkungan usaha persaingan yang sehat dan kompetitif. Dengan demikian, KPPU dan pemerintah dapat bekerja sama dalam membangun lingkup bisnis yang objektif dan melindungi kepentingan konsumen serta pelaku usaha kecil dan menengah.

[5] Bambang Abdullah , Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Praktik Jual Rugi Penjualan Smartphone Di Kabupaten Pali, Pali, 2023:.Hlm .7.

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian tentang: "POLEMIK PERSAINGAN USAHA RUMAH MAKAN PADANG BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999"

B. Permasalahan

1. Bagaimana Bentuk Persaingan Yang Tidak Sehat Dalam Usaha Rumah Makan Padang?
2. Bagaimana Upaya Penyelesaian Apabila Terjadi Sengketa Rumah Makan Padang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

   Adapun tujuan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

   a. Untuk mengetahui bentuk persaingan usaha rumah makan padang
   b. Untuk Mengetahui Bagaimana bagimana upaya penyelesaian apabila terjadi sengketa rumah makan padang

2. Manfaat Penelitian

   Adapun manfaat yang di harapkan dalam penelitian ini adalah:

   1) Manfaat teoris

      a. Memberikan sumbang pemikiran dan bagi masyarakat yang membacanya dan untuk menambah ilmu pengetahuan secara umum khususnya di hukum perdata yang berkaitan dengan hubungan praktek monopoli usaha.

b. Menambah literature yang dapat di jadikan sumber informasi pada olah data sekunder serta referensi bagi penelitian selanjutnya

2) Manfaat Praktis

Manfaat yang diharapkan dapat pemikiran secara luas kepada masyarakat, pelaku usaha, dan peneliti selanjutnya yang akan mengambil topik yang sama, khususnya mahasiswa hukum untuk mengetahui praktek monopoli usaha. Di harapkan dari hasil penelitian ini mampu memberikan dampak yang luas bagi semuanya.

D. Ruang Lingkup

Pada penelitian ini ruang lingkup yang dibahas mencakup: ingin mengetahui bagaimana praktek monopoli usaha, dan bagaimana tindakan hukum yang dapat ditempuh saat terjadi apabila terjadi sengketa rumah makan padang.

E. Metode Penelitian

Penelitian adalah fondasi utama dalam kemajuan kajian ilmiah dan penerapan teknologi karena berguna dalam pengungkapan realitas dengan cara yang terorganisir dan selaras. Dalam tahapan kajian ini, analisis mendalam dan kontruksi data yang telah diolah dilakukan untuk menghasilkan temuan yang valid. Oleh karena itu, penerapan metedologi penelitian yang tepat sangat penting agar sesuai dengan bidang ilmu yang di kaji sehingga hasil penelitian dapat di andalkan dan bermanfaat bagi

pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Metodologi yang sesuai memastikan bahwa penelitian di lakukan dengan cara yang terstruktur dan dapat di pertanggung jawabkan.[6]

1. Jenis penelitian

   Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif (*normative law research*) adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan kepustakaan (data sekunder). Di namakan penelitian hukum normatif atau penelitian hukum kepustakaan (disamping adanya penelitian hukum sosioligis atau empiris yang terutama meneliti data primer).[7]

2. Sumber data

a. Bahan Hukum Primer

   Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang mengkat dari data kepustakaan yang penulis dapatkan dari bahan hukum terdiri pada Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

b. Bahan Hukum Sekunder

   Untuk memperoleh data sekunder di gunakan sumber kepustakaan, yakni diperoleh dengan cara menelusuri peraturan-peraturan hukum, dokumen, maupun literatur, makalah, dan lain-lain yang berhubungan dengan pembahasan dalam skripsi ini, kemudian di disklasifikasikan yang akhirnya di ambil dan di susun serta di sesuaikan dengan tujuan penelitian.

---

[6] Zainudin ali, "metode penelitian hukum", sinar grafika, Jakarta, 2013. Hlm. 17.

[7] DR. Muhaimin, SH.,M.HUM, "*Metode Penelitian Hukum"*, UPT Mataram university press, 2020: hlm. 25.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier di gunakan sebagai bahan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data merupakan suatu cara memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian ini teknik yang digunakan antara lain sebagai berikut:

a. Studi Kepustakaan

Teknik memperoleh data yang digunakan oleh penulis menggunakan teknik pengumpulan bahan baku hukum berbentuk studi kepustkaan, studi kepustkaan ialah sutau metode yang berupa pengumpulan bahan-bahan hukum, yang diperoleh dari baca pustaka atau bacaan lain yang memiliki hubungan dengan pokok permasalahan dalam mendepankan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca, mengutip, mencatat dan memahami berbagai literatur seperti buku laporan penelitian, artikel ilmiah dan Peraturan Perundang-Undang yang menyangkut Tentang Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

b. Analisis Data

Mengingat bahwa data fakta, dan informasi yang nanti akan di dapat hasil dari penelitian dengan pendekatan yuridis empiris berdasarkan sifat penelitian dengan ini metode penelitian deskriptif analisis, serta

analisis bahan yang dapat di gunakan dalam pendekatan yang secara kualitatif terhdap suatu bahan-bahan hukum primer dan kelengkapan dari adanya beberapa bahan hukum sekunder, deskriptif tersebut dapat meliputi isi dan struktur hukum positif , yaitu suatu kegiatan yang dapat dilakukan oleh penulis untuk menentukan dari adanya suatu isi yang akan dibahas atau makna aturan hukum yang dijadikan beberapa rujukan dalam menyelesaikan permasalahan hukum yang menjadi objek kajian.[8]

F. Sistematika Penulisan

Skripsi yang disajikan oleh penulis ini, terjadi dari 4 bab yang berhubungan satu sama lain, masing-masing adalah:

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang
B. Rumusan Masalah
C. Tujuan dan Manfaat penelitian
D. Ruang Lingkup
E. Metode Penelitian
F. Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Sejarah Rumah Makan Padang
    1. Sejarah Rumah Makan Padang
    2. Sejarah Masakan Padang

[8] Zainudin Ali*, "Metode Penelitian Hukum",* Sinar Grafika Cet 1, Jakarta, 2009, Hlm. 107.

B. Tinjauan Umum Persaingan Usaha

1. Sejarah Hukum Persaingan Usaha

2. Persaingan Usaha Secara Umum

3. Persaingan usaha Tidak Sehat

C. Tinjauan Umum Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Yang Tidak Sehat

1. Perjanjian yang di Larang menurut Undng-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Yang Tidak Sehat

2. Kegiatan Yang Di Larang Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999

D. Tinjauan Umum Pengertian Konsumen dan Pelaku Usaha

1. Pengertian Konsumen

2. Pengertian Pelaku Usaha

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan yang berisi tentang hasil penelitian dan analisis yang di peroleh menyangkut:

A. Bentuk persaingan yan tidak sehat dalam usaha rumah masakan padang yang dapat menimbulkan kerugian bagi pihak lain

B. Upaya hukum yang dapat di ambil apabila timbul sengketa antar usaha rumah masakan padang

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan umum Sejarah Rumah Makan Padang

1. Sejarah Rumah Makan Padang

Nasi padang adalah makanan khas dari minangkabau yang biasanya di jual di restoran yang di miliki dan di kelola oleh orang Minangkabau. Istilah *"Rumah Makan Padang"* mulai di kenal luas sejak akhir dekade 1960-an. Penyebutan *"padang"* merujuk pada identitas masyarakat Minangkabau setelah berakhirnya pemberontakan pemerintah revolusioner republik indonesia (PRRI) di sumatera barat. Pasca PRRI berakhir pada tahun 1962, pemerintah pusat berusaha memberantas elemen-elemen PRRI, yang menyebabkan banyak orang Minangkabau meninggalkan daerah asal mereka dan merantau ke wilayah lain, termasuk Pulau Jawa. Pasca PRRI, orang Minangkabau di hadapkan pada penghinaan dan perlakuan keras di daerah asal mereka, yang mendorong mereka untuk mengganti identitas dengan menggunakan nama Padang dan merubah identitas Minangkabau menjadi lebih mirip dengan kebudayaan Jawa. Sebelumnya, tempat-tempat penjualan makanan khas minang di kenal dengan sebutan *"nasi lapau", "kedai nasi", "karan",* atau *"los lambuang".*

Sejarah rumah makan padang atau lapau ini bias di telusuri kembali pada abad ke-19, pada saat padang menjadi pusat pemerintahan dan ekonomi di wilayah sumatera barat. Semua hasil bumi yang layak ekspor harus melewati padang, sementara barang kebutuhan daerah di datangkan dari padang. Untuk

mendukung transportasi, pemerintah Belanda membangun jalan di Sumatera Barat, dan kuda atau pedati di gunakan sebagai alat transportasi. Rute dari padang ke bukit tinggi memiliki enam etape yang berfungsi sebagai tempat istirahat bagi pejabat belanda dan penginapan untuk penunggang kuda atau penegemudi pedati. Fasilitas ini juga menawarkan warung atau kedai nasi, yang kemudian menjadi cikal bakal rumah makan Minangkabau di pinggir jalan. Rumah makan Minangkabau mulau berkembang di luar sumatera barat pada awal abad ke-20 dan semakin pesat setelah migrasi masyarakat Minangkabau pasca PRRI pada akhir 1960-an. Selain itu, sebagian besar laki-laki Minangkabau memiliki keterampilan memasak, yang memudahkan mereka untuk mendirikan rumah makan.[9]

2. Sejarah Masakan Padang

Makanan tradisional atau kuliner lokal merupakan bagian penting dari identitas suatu komunitas dan sangat mudah di kenali. Setiap wilayah di indonesia memiliki kuliner khas yang menjadi identitas dan simbol daerah tersebut. Makanan tradisional merupakan warisan budaya yang turun temurun dan sangat terkait dengan tradisi lokal. Dengan demikian, kekayaan kuliner indonesia menjadi bagian penting dari identitas budaya bangsa. Makanan tradisional ini bukan hanya sekedar konsumsi, tetapi juga mempresentasikan sejarah, nilai, dan tradisi masyarakat setempat. Oleh karena itu, pelestarian dan pengembangan kuliner tradisional menjadi penting dalam melestarikan warisan

[9] https://regional.kompas.com/read/2022/08/25/111413578/nasi-padang-sejarah- rumah-makan-padang-ciri-ciri-dan-jenis-lauk. Di Akses 6 Maret 2025 Pukul 14:15 Wib.

budaya indonesia. Di Indonesia, beragam masakan tradisional dapat ditemukan dari Sabang hingga Merauke, dengan masing-masing daerah memiliki kuliner khasnya. Salah satu masakan tradisional yang sangat dikenal adalah masakan Minang. Bagi banyak orang, masakan Minang sudah tidak asing lagi dan telah populer di berbagai daerah. Ketika seseorang di luar Sumatera Barat ingin menikmati masakan khas minang, mereka biasanya akan mencari rumah makan minang, yang menyajikan hidangan asli dari rumah minang beserta nilai-nilai budaya yang melatarinya sesuai dengan kebiasaan dan karakteristik masyarakat minangkabau.

Masakan Minang umumnya menggunakan beragam rempah-rempah sebagai bahan utama dalam proses pembuatannya. Selain itu, masyarakat Minangkabau juga sangat bergantung pada kelapa dalam berbagai bentuk, seperti santan, air kelapa, minyak kelapa, dan batok kelapa, yang semuanya di gunakan dalam pembuatan masakan Minang. Perpaduan rempah dan bahan-bahan lainnya menghasilkan berbagai jenis hidangan, seperti rendang, berbagai macam gulai, dan kalio. Selain terkenal dengan makanan yang menggunakan santan, masakan Minang juga dikenal dengan rasa pedas dan gurih, yang banyak menggunakan cabai, atau yang di kenal dengan sebutan *"Lado"* atau *"Balado",* yang berarti makanan yang dibumbui dengan cabai. Masakan balado bisa ditemukan dengan mudah di banyak Rumah Makan Minang, seperti ayam balado, dendeng balado, belut balado, dan telur balado.[10]

[10] https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/165106/bab1/analisis-proses-internasionalisasi-usaha-menengah-studi-kasus-pada-restoran-sederhana. Di Akses 6 Maret 2025 Pukul 14:43 Wib.

B. Tinjauan Umum Persaingan Usaha

1. Sejarah Hukum Persaingan Usaha

Hukum persaingan usaha mencakup regulasi yang mengatur kompetisi bisnis, termasuk antimonopli dan antitrust. Di indonesia, regulasi ini di atur dalam UU No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang-Undang ini bertujuan menciptakan persaingan usaha yang sehat dan mencegah praktik monopoli yang merugikan. Dengan adanya regulasi ini, di harapkantercipta lingkungan bisnis yang kompetitif dan mendorong inovasi. Hukum persaingan usaha menjadi penting dalam menjaga keseimbangan pasar dan melindungi kepentingan konsumen serta pelaku usaha terhadap aturan yang berlaku. Selain itu, penegakan hukum yang efektif juga di perlukan untuk memberikan efek jera bagi pelaku usaha yang melakukan pelanggaran. Dengan demikian, hukum persaingan usaha berperan penting dalam menciptakan ekosistem bisnis yang sehat dan berkeadilan.[11]

Sebelum Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di terbitkan, pengaturan persaingan usaha tidak sehat di indonesia mengacu pada Pasal 1365 KUH Perdata tentang perbuatan melawan hukum dan Pasal 382 bis KUH Pidana tentang tindakan curang yang merugikan pesaing. Pasal 382 bis KUH Pidana mengatur hukuman bagi para pelaku yang melakukan tindakan curang untuk memperoleh keuntungan dengan cara menyesatkan masyarakat atau individu

[11] Susanti Adi Nugroho, "*Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*" ,Prenada Media: Jakarta 2014 Hlm. 1

tertentu, yang dapat merugikan pesaing lainnya. Namun, regulasi ini di anggap kurang efektif dalam menangani praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang semakin kompleks. Dengan demikian, UU No. 5 Tahun 1999 hadir untuk memberikan landasan hukum yang lebih komprehensif dan efektif dalam mengatur persaingan usaha di indonesia. UU ini bertujuan menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan kompetitif, serta melindungi kepentingan konsumen dan pelaku usaha kecil dan menengah. Dengan adanya regulasi yang lebih spesifik dan jelas, di harapkan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dapat di minimalisir, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan berkeadilan.[12]

Dalam Pasal 382 bis KUH Pidana menyebutkan bahwa seseorang bias di kenai hukuman pidana apabila melakukan tindakan "persaingan yang tidak jujur". Untuk itu, terdapat sejumlah syarat yang harus di penuhi agar tindakan tersebut dapat di kategorikan sebagai tindak pidana yaitu:

a) Terdapat perbuatan yang dapat di klasifikasikan sebagai bentuk persaingan yang curang
b) Tindakan tersebut di lakukan dengan tujuan untuk memperoleh, mempertahankan, atau memperluas keuntungan dari hasil usaha atau kegiatan bisnis
c) Adanya perusahaan yang di untungkan dalam persaingan curang tersebut baik pelaku ataupun perushaan lain

[12] Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao, "*Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia"*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2020, Hlm 97

d) Tindakan persaingan curang di lakukan dengan cara memberikan informasi yang menyesatkan kepada public atau pihak tertentu.
e) Dampak dari tindakan persaingan yang tidak jujur tersebut menyebabkan kerugian bagi pesaingnya, sementara pihak lain dan pelaku memperoleh keuntungan dari perbuatan tersebut.[13]

Terdapat sejumlah alasan yang membuat pemerintah pada masa itu enggan menyetujui penerapan Undang-Undang Antimonopoli, antara lain:

a) Pemerintah meyakini bahwa pertumbuhan perusahaan besar perlu di dorong karena di anggap mampu menjadi penggerak utama pembangunan nasional. Agar perusahaan-perusahaan ini bisa berkembang maksimal dan menjalankan peran strategis tersebut, mereka di berikan perlakuan istimewa, seperti perlindungan dari persaingan yang berujung pada dominasi pasar atau monopoli.
b) Pemerintah memandang bahwa pemberian hak monopoli adalah bentuk imbalan atas kesediaan perusahaan-perusahaan besar menjadi pionir di sektor tertentu. Tanpa adanya perlindungan dan hak istimewa, di yakini akan sulit menarik minat investor untuk menanamkan modal di bidang tersebut.
c) Praktik kolusi, korupsi, dan nepotisme (KKN) tetap di pertahankan demi melindungi kepentingan para kloni dari mantan Presiden soeharto serta para pejabat yang berkusa di masa itu.[14]

---

[13] Elsi Kertika Sari dan Advendi Simaunsong, "*Hukum Dalam Ekonomi*", Jakarta : Grasindo, 2017, Hlm 170-171.

[14] Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2019) Hlm 2-3.

Secara sosial ekonomi, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 di susun dengan tujuan membangun dasar yang kokoh bagi perekonomian nasional agar tercipta sistem ekonomi yang efisien dan tidak di dominasi oleh kekuatan pasar tertentu. Dalam kajian ekonomi, strategi pembangunan pada masa itu lebih mengutamakan pertumbuhan, salah satunya dengan menerapkan pendekatan substitusi impor. Namun dalam hal pendistribusian barang saat itu cenderung di kuasai oleh kelmpok-kelompok tertentu saja.

Pada orde baru, pengelolaan sistem ekonomi di lakukan secara terpusat dengan kontrol yang ketat. Kebijakan yang di terapkan cenderung bersifat monopolistik dan berorientasi pada penguasaan rantai ekonomi, di mana izin atau lisensi khusus hanya di berikan kepada kelompok tertentu. Praktik politik dan kebijakan ekonomi semacam ini menimbulkan ketimpangan, karena hanya segelintir pihak yang memperoleh keuntungan dari kedekatan dengan kekuasaan, sementara sebagian besar masyarakat kehilangan akses terhadap sumber daya ekonomi.[15]

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di susun sebagai bagian dari tuntutan yang di ajukan oleh *international monetary fund* (IMF). Keberadaan Undang-Undang ini menjadi salah satu prasyarat yang harus di penuhi oleh pemerintah indonesia agar dapat memperoleh bantuan dari IMF dalam upaya mengatasi krisis ekonomi yang melanda saat itu.

---

[15] Didik J. Rahbini, *Ekonomi Informal di Tengah Kegagalan Negara*, Kompas, 15 April 2020.

2. Persaingan Usaha Secara Umum

Hukum persaingan usaha (competition law) merupakan perangkat hukum yang mengatur bagaimana persaingan antar pelaku usaha seharusnya dijalankan. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 berfungsi sebagai alat pengendali sosial sekaligus sarana rekayasa sosial (tool of social control and social engineering). Tujuan dari undang-undang ini adalah untuk meningkatkan efisiensi ekonomi nasional serta menciptakan suasana usaha yang kondusif melalui pengaturan mekanisme persaingan yang sehat. Selain itu, undang-undang ini juga bertujuan untuk menciptakan efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha. Dengan adanya regulasi ini, diharapkan dapat memberikan kepastian hukum dan perlakuan yang adil bagi seluruh pelaku usaha. Upaya ini dilakukan dengan mencegah munculnya praktik monopoli dan bentuk persaingan usaha tidak sehat lainnya, sehingga setiap pelaku usaha memiliki kesempatan yang sama untuk bersaing secara adil dan seimbang.[16]

Persaingan kerap dimaknai sebagai perilaku individu yang berorientasi pada kepentingan pribadi. Dalam usaha mencapai kemakmuran atau kepuasan diri, pelaku persaingan sering kali menghalalkan berbagai cara. Beberapa di antaranya cenderung melakukan tindakan tidak etis seperti menyingkirkan pesaing secara tidak adil, menipu konsumen, atau bahkan menekan eksistensi pelaku usaha kecil. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat sendiri tidak secara eksplisit memberikan definisi tentang persaingan usaha. Undang-

[16] Devi Meyliana, *Hukum Persaingan Usaha "Studi Konsep Pembuktian Terahadap Perjanjian penetapan Harga Dalam Persaingan Usaha "* , Malang : Setara Press, 2019, hlm 15-16.

undang tersebut hanya menjelaskan mengenai bentuk-bentuk persaingan usaha yang dianggap tidak sehat.

3. Persaingan Usaha Tidak Sehat

Persaingan usaha yang tidak sehat dapat diartikan sebagai bentuk persaingan antar pelaku usaha yang berlangsung secara tidak adil. Hal ini dijelaskan dalam Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yang menyatakan bahwa persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dilakukan dengan cara-cara yang tidak jujur, bertentangan dengan hukum, atau yang dapat menghambat proses persaingan itu sendiri. Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam praktiknya, persaingan usaha yang tidak sehat muncul ketika pelaku usaha menjalankan aktivitasnya dengan metode yang curang, ilegal, atau merugikan persaingan yang adil di pasar.

Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa persaingan antar pelaku usaha yang dijalankan dengan cara tidak jujur atau melanggar hukum akan menghalangi terciptanya persaingan yang sehat. Persaingan usaha yang tidak sehat merupakan konsekuensi negatif dari praktik persaingan yang ada. Dalam beberapa situasi, persaingan usaha memang dapat menimbulkan dampak buruk, terutama ketika pelaku ekonomi menggunakan cara-cara yang tidak jujur dan bertentangan dengan kepentingan masyarakat umum. Risiko terburuk dari kondisi ini adalah terjadinya praktik persaingan tidak sehat

(unfair competition), di mana pelaku usaha berusaha mengalahkan pesaingnya dengan segala cara tanpa mempedulikan aturan.[17]

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menetapkan tiga kriteria untuk mengidentifikasi persaingan usaha yang tidak sehat, yaitu:

a) Persaingan usaha yang dilakukan dengan cara tidak jujur.
b) Persaingan usaha yang dijalankan dengan tindakan yang melanggar hukum.
c) Persaingan usaha yang bertujuan menghambat berlangsungnya persaingan antar pelaku usaha.[18]

Persaingan usaha yang tidak jujur mengacu pada tindakan-tindakan yang bertentangan dengan prinsip kejujuran dan itikad baik dalam menjalankan bisnis. Misalnya, dalam sebuah proses tender, beberapa pelaku usaha mungkin berkolusi dengan panitia lelang untuk memenangkan tender tertentu, sehingga pelaku usaha lain kehilangan kesempatan bersaing secara adil. Tindakan yang melanggar hukum dalam dunia bisnis dapat merusak persaingan yang sehat serta merugikan konsumen. Persaingan tidak jujur ini dapat menghancurkan kompetisi yang fair dan merugikan pesaing. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran hukum dan aturan bisa memperoleh keuntungan yang tidak seharusnya, sehingga menyebabkan pasar menjadi tidak kompetitif.

---

[17] Galuh Puspaningrum, *Hukum Persaingan usaha; Perjanjian dan Kegiatan yang Di Larang Dalam Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia* , (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2018), Hlm 71.

[18] Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha, (*Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2017), Hlm 17.

C. Tinjauan Umum Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Yang Tidak Sehat.

1. Jenis Perjanjian yang Dilarang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Perekonomian Indonesia di pengaruhi oleh industri dan persaingan usaha. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat bertujuan untuk menciptakan stabilitas dan keseimbangan perekonomian berdasarkan asas Demokrasi Ekonomi. Namun, praktik persaingan usaha yang bersih dan sehat masih sulit dilaksanakan di Indonesia karena kebijakan pemerintah yang kurang tepat dan distorsi pasar. Banyak kasus perjanjian dan kegiatan usaha yang tidak menerapkan prinsip keadilan sosial. Oleh karena itu, pemerintah memberikan koridor hukum dan batasan yang jelas dalam mengatur persaingan usaha melalui UU No. 5 Tahun 1999.

Berikut ini UU No. 5 Tahun 1999 mengatur beberapa perjanjian yang di larang untuk di lakukan oleh pelaku usaha:

a. Perjanjian Oligopoli

Oligopoli menurut ilmu ekonomi merupakan salah satu bentuk strukturs pasar, di mana di dalam pasar tersebut hanya terdiri dari sedikit perusahaan. Setiap perusahaan di pasar memiliki kekuatan (yang cukup) untuk mempengaruhi harga pasar, dan perilaku masingmasing perusahaan mempengaruhi perilaku perusahaan lain di pasar. Pasal 4 ayat (1) UU No.

5 Tahun 1999 menyatakan: “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk secara bersamasama melakukan penguasaan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.”

b. Perjanjian Penetapan Harga

Perjanjian Penetapan Harga adalah perjanjian yang dilarang antara pelaku usaha pesaing untuk menentukan harga barang atau jasa yang sama di pasar yang sama. Pasal 5 ayat (1) UU No. 5 Tahun 1999 melarang perjanjian tersebut karena dapat merugikan konsumen dan menghambat persaingan usaha yang sehat.

c. Perjanjian Diskriminasi Harga

Diskriminasi harga adalah salah satu bentuk perjanjian yang dilarang menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Praktik ini terjadi ketika pelaku usaha menetapkan harga yang berbeda untuk barang atau jasa yang sama berdasarkan kriteria tertentu. Hal ini dapat mencakup penerapan harga yang berbeda untuk pelanggan yang berbeda dengan tambahan biaya yang tidak sebanding dengan biaya marjinal. Diskriminasi harga juga bisa di artikan sebagai strategi penetapan harga non-linear yang bertujuan untuk memperoleh surplus konsumen yang lebih besar. Pasal 6 dalam undang-undang tersebut secara tegas melarang perjanjian yang menyebabkan satu pembeli harus membayar harga yang berbeda di bandingkan pembeli lain untuk barang atau jasa yang sama.

d. Kartel

Kartel adalah kesepakatan, baik tertulis maupun tidak tertulis, antara beberapa pelaku usaha untuk mengendalikan produksi atau pemasaran barang dan jasa dengan tujuan menaikkan harga. Praktik ini dilakukan untuk memaksimalkan keuntungan pelaku usaha, namun pada saat yang sama menjadi salah satu hambatan persaingan yang paling merugikan masyarakat. Oleh karena itu, banyak negara melarang kartel sepenuhnya dalam undang-undang antimonopoli mereka. Pasal 11 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa kartel terjadi ketika pelaku usaha membuat perjanjian dengan pesaingnya untuk memengaruhi harga melalui pengaturan produksi atau pemasaran, yang pada akhirnya menyebabkan persaingan usaha yang tidak sehat.

e. Pemboikotan

Pemboikotan merupakan salah satu bentuk pelanggaran dalam persaingan usaha karena membatasi kebebasan pelaku usaha lain untuk memasuki suatu pasar. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menetapkan bahwa perjanjian pemboikotan termasuk dalam kategori perjanjian terlarang, sebagaimana tercantum dalam Pasal 10 ayat (1) dan (2). Menurut Pasal 10 ayat (1), pelaku usaha dilarang membuat kesepakatan dengan pesaingnya yang dapat menghambat pelaku usaha lain dalam menjalankan bisnis yang sama, baik di pasar domestik maupun internasional. Sementara itu, Pasal 10 ayat (2) melarang pelaku usaha untuk bersepakat dengan pesaingnya

dalam menolak menjual barang atau jasa dari pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan:

a. Kerugian atau potensi kerugian bagi pelaku usaha lain; atau
b. Pembatasan bagi pelaku usaha lain dalam menjual atau membeli barang dan jasa di pasar terkait.

f. Integrasi Vertikal

Integrasi vertikal terjadi ketika sebuah perusahaan bekerja sama dengan perusahaan lain yang berada pada tingkat berbeda dalam proses produksi. Kolaborasi ini menciptakan kesan seolah-olah kedua perusahaan tersebut merupakan satu entitas yang menjalankan aktivitas berbeda dalam satu rantai produksi. Dalam Pasal 14 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 disebutkan bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pihak lain yang bertujuan menguasai produksi berbagai produk dalam suatu rangkaian produksi barang atau jasa. Larangan ini mencakup seluruh proses, baik yang berhubungan langsung maupun tidak langsung, jika dapat menyebabkan persaingan usaha yang tidak sehat atau merugikan masyarakat.

g. Oligopsni

Konsumen juga dapat terlibat dalam perjanjian atau aktivitas yang dilarang. Hal ini terjadi karena jumlah pelaku usaha lebih banyak dibandingkan konsumen, sehingga konsumen memiliki kekuatan dalam menentukan harga suatu barang atau jasa. Ketika konsumen memanfaatkan kekuatan ini untuk mengatur harga dalam pasar tertentu,

perilaku tersebut disebut sebagai perjanjian oligopsoni. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mengkategorikan perjanjian oligopsoni sebagai salah satu bentuk perjanjian yang dilarang. Pasal 13 ayat (1) dalam undang-undang tersebut menyatakan bahwa pelaku usaha tidak diperbolehkan membuat perjanjian dengan pihak lain untuk bersama-sama menguasai pembelian atau penerimaan pasokan dengan tujuan mengendalikan harga barang dan/atau jasa di pasar terkait, karena dapat menyebabkan praktik monopoli serta persaingan usaha yang tidak sehat.

h. Exclusive distribution agreement

adalah perjanjian antara pelaku usaha dengan pihak lain yang mengatur bahwa penerima produk hanya akan menyalurkan atau tidak menyediakan produk kepada pihak tertentu atau di lokasi tertentu. Pasal 15 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha membuat perjanjian distribusi eksklusif dengan pihak lain. Pasal tersebut menyatakan bahwa pelaku usaha tidak diperbolehkan mengadakan perjanjian yang mensyaratkan penerima barang dan/atau jasa hanya boleh mendistribusikan atau tidak mendistribusikan kembali barang dan/atau jasa tersebut kepada pihak tertentu atau di lokasi tertentu.

i. Perjanjian Tertutup

Perjanjian tertutup adalah kesepakatan yang dibuat oleh pelaku usaha untuk digunakan sebagai sarana dalam mengendalikan pihak lain secara vertikal, yang dikenal sebagai pengendalian vertikal. Pasal 15 ayat (3) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa pelaku usaha

dilarang membuat perjanjian terkait harga atau diskon tertentu atas barang dan/atau jasa yang mencantumkan persyaratan bahwa pihak yang menerima barang dan/atau jasa dari pemasok harus:

(a) bersedia membeli produk lain dari pemasok tersebut, atau

(b) tidak membeli barang dan/atau jasa serupa dari pesaing pemasok.

j. Perjanjian Dengan Pihak Luar Negeri

Pelaku usaha di larang menjalin perjanjian dengan pihak luar negeri yang mengandung ketentuan berpotensi menimbulkan praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat. Pasal 16 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menegaskan larangan tersebut, mengatur bahwa perjanjian semacam ini tidak boleh dilakukan karena dapat merugikan persaingan usaha yang sehat. Dengan demikian, pasal ini secara khusus mengatur situasi di mana pelaku usaha dalam negeri melakukan kesepakatan dengan pelaku usaha luar negeri.[19]

2. Kegiatan yang Dilarang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999

Berikut ini adalah jenis-jenis kegiatan yang dilarang menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat:

a. Monopoli

Istilah monopoli berasal dari bahasa Yunani, yaitu dari kata monos yang berarti satu atau sendiri, dan polein yang berarti menjual. Secara etimologis, monopoli dapat diartikan sebagai situasi di mana hanya ada

[19] https://et-asia.com/larangan-perjanjian-berdasarkan-hukum-persaingan-usaha/. Di Akses 2 Maret 2025 Pukul 16:40 Wib.

satu pelaku yang menyediakan atau menawarkan barang dan jasa tertentu di pasar. Selain itu, monopoli juga menggambarkan situasi di mana suatu usaha atau pasar di kuasai oleh satu perusahaan tanpa adanya persaingan dari pihak lain. Monopoli dapat diartikan sebagai penguasaan terhadap penyediaan barang dagangan tertentu, baik di pasar lokal maupun nasional, di mana setidaknya sepertiga dari pasar tersebut dikuasai oleh individu atau kelompok tertentu. Situasi ini memungkinkan satu pihak mengendalikan harga barang. Selain itu, monopoli menggambarkan kondisi di mana sebuah usaha sepenuhnya dikuasai oleh satu perusahaan karena hanya perusahaan tersebut yang mampu menyediakan layanan yang dibutuhkan oleh banyak konsumen. Akibatnya, perusahaan tersebut tidak memiliki pesaing di pasar. Dengan adanya praktik monopoli, perusahaan dapat memaksimalkan keuntungan secara optimal.[20]

b. Monopsoni

Dalam kondisi monopoli, sebuah perusahaan atau kelompok usaha menguasai pasar dari sisi penjualan suatu produk, sedangkan dalam monopsoni, penguasaan pasar terjadi di sisi pembeliannya.. Artinya, monopsoni terjadi ketika satu perusahaan atau kelompok usaha memiliki kendali besar dalam membeli suatu produk. Secara prinsip, monopsoni berarti penguasaan dalam penerimaan pasokan atau situasi di mana hanya ada satu pembeli utama untuk barang atau jasa tertentu di pasar. Dalam kondisi ini, pasar menjadi tidak seimbang karena di dominasi oleh satu

[20] https://phki.uma.ac.id/2022/08/11/pengertian-monopoli-ciri-penyebab-dan-contohnya-di-indonesia/. Di Akses 3 Maret 2025 Pukul 11:01 Wib.

pembeli. Jika diperhatikan, monopsoni dapat di anggap sebagai kebalikan dari monopoli. Namun, dari sudut pandang pembeli (*monopoly of demand*), pembeli memiliki kendali penuh atas pasar atau ketersediaan barang dan/atau jasa.[21]

c. Kegiatan Yang Bersifat Penguasaan Pasar

Penguasaan pasar merupakan kondisi di mana suatu pelaku usaha menjadi dominan dalam pasar tertentu. Keinginan untuk menguasai pasar umumnya di miliki oleh hampir semua pelaku usaha, karena semakin besar penguasaan pasar, semakin tinggi pula keuntungan yang dapat diperoleh. Namun, untuk mencapai dominasi tersebut, beberapa pelaku usaha terkadang mengambil tindakan yang melanggar hukum. Selain larangan terhadap penguasaan pasar dalam skala besar, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 juga melarang penguasaan pasar yang dilakukan dengan cara tidak fair. Praktik tersebut berpotensi menimbulkan monopoli serta persaingan usaha yang tidak sehat. Biasanya, penguasaan pasar ini dilakukan oleh pelaku usaha yang memiliki kekuatan pasar (market power). Dengan mengendalikan pasar, mereka dapat meraih keuntungan besar, meskipun sering kali dengan cara yang merugikan pihak lain, seperti menggunakan praktik yang tidak jujur.[22]

d. Kegiatan Menjual Rugi *(Predatory Pricing)Predatory pricing* atau strategi penjualan rugi adalah praktik menjual produk atau jasa dengan

---

[21] Galuh Puspa Ningrum, *Hukum Persaingan Usaha* ,(Aswaja Pressindo: Yogyakarta, 2013), Hlm 107.

[22] Sudiarto, "*Pengantar Hukum Persaingan Usaha di Indonesia"*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2021. Hlm 72-73.

harga sangat rendah dengan tujuan menghilangkan pesaing dari pasar. Secara ekonomi, predatory pricing dilakukan dengan menetapkan harga yang tidak wajar, yaitu di bawah biaya variabel rata-rata. Namun, dalam praktiknya, perhitungan biaya variabel rata-rata cukup rumit, sehingga banyak pakar mengartikan predatory pricing sebagai kebijakan menetapkan harga di bawah rata-rata sebagai bentuk strategi penjualan rugi.[23] Dalam perdagangan internasional, strategi jual rugi sering disebut sebagai "dumping," yakni praktik dagang yang tidak adil dengan cara menurunkan harga secara drastis. Strategi ini dapat merugikan pesaing dan bahkan dapat menghilangkan usaha yang sehat di pasar terkait. Harga menjadi faktor penting dalam dunia usaha, sehingga tindakan menetapkan harga jual rugi yang sangat rendah dengan tujuan menghapus persaingan tidak sesuai dengan prinsip kompetisi yang sehat. Oleh karena itu, dominasi pasar harus didasarkan pada persaingan yang adil. Penetapan harga jual rugi dapat diidentifikasi dengan membandingkan harga yang di tetapkan oleh suatu pelaku usaha dengan harga yang berlaku di pasar, yang dikenal sebagai *horizontal comparison*. Apabila harga yang ditawarkan jauh lebih rendah daripada harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha lain, hal ini bisa dianggap sebagai tanda adanya praktik penjualan dengan harga rugi.

e. Kegiatan Menetapkan Biaya Produksi Secara Curang (Manipulasi Biaya)

Manipulasi Biaya Produksi dalam Persaingan Usaha, Pelaku usaha di larang melakukan kecurangan dalam menetapkan biaya produksi dan biaya

[23] Andi Fahmi Lubis, "*Hukum Persaingan Usaha Antara Teks Dan Konteks"*, Raja Grafika, Jakarta, 2009, Hlm 143.

lain yang termasuk dalam komponen harga produksi, karena hal ini dapat menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat. Manipulasi biaya produksi dilakukan dengan menetapkan biaya produksi dan biaya lain yang menjadi bagian dari harga barang atau jasa secara tidak sesuai. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menganggap praktik ini sebagai bentuk kecurangan dalam penguasaan pasar. Dalam strategi ini, pelaku usaha dapat menyatakan biaya produksi lebih rendah dari yang sebenarnya, sehingga harga jual barang atau jasa juga menjadi lebih murah di bandingkan pesaingnya. Larangan terhadap manipulasi biaya ini diatur dalam Pasal 21 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yang menegaskan bahwa pelaku usaha tidak boleh menetapkan biaya produksi secara curang, karena dapat menyebabkan persaingan usaha yang tidak sehat. Oleh karena itu, penetapan biaya produksi harus transparan dan sesuai dengan kenyataan agar tidak merugikan pesaing maupun konsumen.

f. Kegiatan Yang Bersifat Persekongkonlan

Persekongkolan dalam Persaingan Usaha Persekongkolan dalam dunia usaha merujuk pada kerja sama antara pelaku usaha dengan tujuan menguasai pasar untuk keuntungan pihak yang bersekongkol. Bentuk kerja sama ini tidak selalu berbentuk perjanjian tertulis, tetapi juga dapat terjadi dalam berbagai bentuk lain yang sulit dibuktikan secara langsung. Persekongkolan dianggap sebagai praktik yang menghambat persaingan usaha secara sehat. Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999,

praktik persekongkolan merupakan salah satu tindakan yang di larang karena berpotensi menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat.[24]

D. Tinjauan Umum Pengertian Konsumen Dan Pelaku Usaha

1. Pengertian Konsumen

Konsumen memiliki peran penting dalam perekonomian suatu negara. Sebagai pembeli atau pengguna produk dan layanan, konsumen berkontribusi dalam menggerakkan aktivitas ekonomi, mempengaruhi permintaan, dan membentuk pola konsumsi yang berdampak pada ekonomi secara keseluruhan. Oleh karena itu, bagian ini akan membahas konsep konsumen agar dapat memahami hak dan kewajiban mereka dalam perspektif hukum sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan. Memahami konsep konsumen dalam konteks hukum membantu pelaku usaha dalam memahami kewajiban dan tanggung jawab mereka terhadap konsumen. Selain itu, pemahaman ini juga memungkinkan konsumen untuk memahami isi kontrak, termasuk hak dan kewajiban yang telah ditetapkan dalam perjanjian tersebut.

Definisi konsumen bervariasi tergantung pada sudut pandang yang di gunakan. Dalam konteks ekonomi, konsumen adalah individu atau rumah tangga yang mengonsumsi produk atau layanan sebagai bagian dari aktivitas ekonomi mereka. Sementara itu, dalam konteks hukum, konsumen dapat di artikan sebagai individu atau entitas yang membeli atau menggunakan produk atau layanan untuk keperluan pribadi, dengan hak dan kewajiban yang telah diatur dalam undang-undang perlindungan konsumen. Oleh karena itu,

[24] Sudiarto, Op.Cit, Hlm. 89

pengertian konsumen bisa berbeda-beda tergantung pada konteks dan sumber yang digunakan.[25]

2. Pengertian Pelaku Usaha

Pelaku usaha atau produsen memainkan peranan penting dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi suatu negara. Kontribusi mereka terlihat dari kemampuannya menciptakan lapangan kerja dan menghasilkan barang maupun jasa, sehingga menjadi komponen utama dalam sistem ekonomi yang berkembang. Dalam menjalankan aktivitas usahanya, pelaku usaha di tuntut untuk menaati peraturan yang berlaku, bersikap bertanggung jawab, serta melaksanakan hak dan kewajiban yang melekat pada peran mereka. Hak dan kewajiban ini mencakup segala bentuk hak istimewa yang dimiliki dalam berbisnis, serta tanggung jawab yang harus di jalankan oleh individu atau badan usaha yang terlibat dalam kegiatan ekonomi.

Pelaku usaha merupakan perorangan, kelompok, atau badan yang menjalankan kegiatan ekonomi atau bisnis, seperti memproduksi, mendistribusikan, maupun menjual barang dan jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan. Mereka dapat berbentuk perusahaan, badan usaha, usaha perorangan, atau kelompok usaha lainnya, serta dapat beroperasi di berbagai bidang ekonomi, mulai dari sector industri, perdagangan, jasa, hingga sector-sektor lainnya.[26]

[25] Esther Masri, "*Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen"*, Jakad Media Publishing, Surabaya, 2023, Hlm. 47.

[26] Ibid, Hlm. 65.

BAB III

PEMBAHASAN

A. Bentuk Persaingan Yang Tidak Sehat Dalam Usaha Rumah Masakan Padang Yang Dapat Menimbulkan Kerugian Bagi Pihak Lain

Seiring waktu, dunia usaha terus mengalami berbagai perubahan, baik kemajuan maupun kemunduran, yang mengikuti perkembangan zaman. Saat ini, dunia bisnis mengalami pertumbuhan yang signifikan, yang salah satunya tercermin dari peningkatan mutu sumber daya manusia (SDM). SDM yang berkualitas memiliki peran besar dalam menjaga kelangsungan usaha yang telah di bangun. Persaingan bisnis yang semakin ketat, di tambah dengan banyaknya produk dan jasa serupa yang di pasarkan, Hal ini mendorong para pelaku usaha untuk mempertahankan eksistensi bisnis mereka serta bersaing demi meraih tujuan yang diinginkan. Oleh sebab itu, sangat penting bagi pelaku usaha untuk menarik minat konsumen di tengah persaingan yang ketat dengan merancang strategi bisnis yang tepat. Strategi sendiri merupakan langkah atau pendekatan yang digunakan untuk mencapai sasaran tertentu. Strategi yang terus berkembang dan di lakukan secara berkelanjutan dengan mempertimbangkan tujuan yang ingin dicapai. Dalam konteks bisnis, strategi persaingan bertujuan untuk memperoleh posisi kompetitif yang

menguntungkan perusahaan dalam suatu industri dengan mencari keunggulan di bandingkan pesaing.[27]

Untuk mencapai keunggulan tersebut, Perusahaan dituntut untuk memproduksi barang dan jasa secara efisien serta menjualnya dengan harga yang mampu memberikan keuntungan yang optimal. Dalam menghadapi persaingan bisnis, penyusunan strategi pemasaran menjadi hal penting guna menjaga kelangsungan usaha melalui pemasaran produk, baik barang maupun jasa. Strategi ini disusun melalui perencanaan dan penerapan taktik tertentu dengan tujuan meningkatkan volume penjualan serta memperoleh laba yang lebih besar.[28]

Dalam menyusun strategi ini, peran konsumen sangat penting, karena merekalah yang menentukan apakah suatu produk atau jasa akan diterima oleh masyarakat atau tidak. Di dalam dunia bisnis, Tidak sedikit pelaku usaha yang melakukan kecurangan demi menarik perhatian konsumen dan meraih keuntungan. Namun, sebaiknya persaingan dilakukan secara jujur tanpa merugikan pihak lain. Salah satu contoh persaingan bisnis yang sangat kompetitif dapat di lihat pada usaha Rumah Makan Padang.

Sejarah rumah makan Padang berakar dari migrasi besar-besaran masyarakat Minangkabau pasca-pemberontakan PRRI di akhir 1950-an. Dalam upaya beradaptasi di perantauan, banyak perantau Minang membuka usaha

---

[27] Intan Febri Rahayu*," Strategi Persaingan Usaha Rumah Makan Di Kawasan Tejo Agung Metro Timur Dalam Perspektif Marketing Syariah",* Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro: Lampung 2023 Hlm. 1.

[28] Marrisa Grace Haque, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi,* Pascal Books: Tangerang, 2022 Hlm. 9.

kuliner dan menamai tempat makan mereka sebagai "rumah makan Padang" sebuah istilah yang mulai di kenal luas sejak akhir 1960-an. Sebelumnya, tempat makan ini lebih di kenal dengan sebutan seperti lapaunasi atau los lambuang.[29]

Seiring dengan meluasnya keberadaan rumah makan Padang di berbagai wilayah Indonesia, muncul pula persaingan di antara para pemilik usaha sejenis. Kompetisi ini kerap terjadi melalui penerapan strategi harga, seperti menyajikan menu dengan banderol harga serba Rp9000, Rp10.000 atau Rp12.000. Meski cara ini cukup menarik perhatian pelanggan, sejumlah pengusaha menilai bahwa langkah tersebut bisa merusak standar harga pasar dan mengikis keaslian masakan khas Minangkabau. Salah satu contoh nyata dari bentuk persaingan ini terjadi di Cirebon, ketika sebuah rumah makan Padang yang menjual menu dengan harga murah mendapat sorotan dari Paguyuban Rumah Masakan Padang Cirebon (PRMPC). Sebagai bentuk keberatan atas strategi harga yang dinilai mencoreng citra dan merendahkan nilai budaya kuliner Padang, PRMPC mengambil langkah mencabut label "Masakan Padang" dari rumah makan tersebut.[30]

Makanan Padang yang kaya akan rasa dan aroma telah menjadi favorit banyak orang, tidak hanya di Sumatera Barat, tetapi juga di seluruh Indonesia. Namun, dengan meningkatnya popularitas makanan Padang, persaingan di industri kuliner ini juga semakin ketat. Banyak rumah makan Padang yang

---

[29] https://www.liputan6.com/amp/5772543/klarifikasi-andre-rosiade-picu-ramainya-seruan-boikot-rumah-makan-padang-berlisensi-ikm Di Akses 17 April 2025 Pukul 9.34 Wib.

[30] https://www.detik.com/jabar/berita/d-7613652/nasi-padang-harga-miring-yang-picu-kontroversi-di-cirebon Di Akses 17 April 2025 Pukul 10.20 Wib.

bermunculan di berbagai kota, sehingga konsumen memiliki banyak pilihan. Oleh karena itu, rumah makan Padang harus memiliki strategi yang tepat untuk dapat bersaing dan memenangkan hati konsumen.

Berikut penulis paparkan bentuk-bentuk persaingan usaha rumah makan padang berdasarkan analisis data yang penulis lakukan:

1. Persaingan Harga

   Dalam industri kuliner khususnya makanan Padang, harga menjadi salah satu aspek krusial yang memengaruhi keputusan konsumen. Biasanya, konsumen akan lebih tertarik pada rumah makan Padang yang memberikan harga bersaing dan sebanding dengan kualitas hidangan yang di sajikan. Harga yang kompetitif dapat menjadi salah satu keunggulan kompetitif yang signifikan bagi rumah makan Padang. Oleh karena itu, rumah makan Padang harus memahami bahwa harga bukanlah satu-satunya faktor yang menentukan keputusan konsumen, namun harga yang kompetitif dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen.

   Dalam industri kuliner makanan Padang, harga yang kompetitif dapat di peroleh melalui beberapa cara, seperti mengurangi biaya produksi, meningkatkan efisiensi operasional, dan menawarkan paket harga yang berbeda untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang berbeda-beda. Dengan menawarkan harga yang kompetitif, rumah makan Padang dapat meningkatkan jumlah konsumen dan meningkatkan keunggulan kompetitif mereka di industri kuliner makanan Padang. Salah satu contoh bentuk

persaingan harga yakni adanya sebuah video viral yakni sebuah Sebuah video berdurasi 38 detik yang menunjukkan aksi sejumlah orang mencopot Label “Masakan Padang” yang terpasang di sebuah rumah makan di Desa Sukadana, Kecamatan Pabuaran, Cirebon, menjadi perbincangan hangat di media sosial setelah videonya viral. Dalam rekaman tersebut, terlihat dua orang mencopot tulisan "Masakan Padang" dari rumah makan yang diketahui menjual makanan dengan harga terjangkau, yakni Rp9.000 per porsi.[31] Peristiwa ini menarik perhatian warganet karena diduga berkaitan dengan persaingan usaha di sektor kuliner. Berdasarkan analisis penulis dan mengacu pada Pasal 20 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, disebutkan bahwa:

> “Pelaku usaha dilarang melakukan distribusi barang dan/atau jasa dengan cara menjual di bawah harga pasar atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan tujuan untuk menyingkirkan atau melemahkan pesaingnya dalam pasar yang sama, yang dapat berujung pada praktik monopoli atau persaingan usaha yang tidak sehat.”[32]

Berdasarkan pasal tersebut dapat di simpulkan bahwa yang di lakukan oleh pemilik Rumah makan padang di Desa Sukadana, Kecamatan Pabuaran yang menjual harga nasi padang RP 9.000 per porsi Tindakan tersebut melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, karena rumah makan Padang tersebut menetapkan harga yang jauh lebih rendah

[31] https://www.detik.com/jabar/cirebon-raya/d-7612389/viral-ormas-copot-lebel-rm padang-di-cirebon-ini-kronologinya/amp Di Akses 11 Maret 2025 Pukul 20.34 Wib.

[32] Pasal 20. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999.

dari rata-rata harga pasaran per porsi di rumah makan Padang lainnya. Hal ini berpotensi menimbulkan persaingan yang tidak sehat di pasar, sehingga dapat merugikan para pemilik atau pengusaha rumah makan padang tersebut sehingga para pemilik rumah makan padang lainya berpotensi tutup warung di karenakan oleh tindakan tersebut.

2. Persaingan Kualitas

Dalam industri kuliner khususnya makanan Padang, mutu hidangan menjadi faktor krusial yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Biasanya, konsumen akan memilih rumah makan Padang yang mampu menyajikan makanan dengan kualitas unggul dan memenuhi ekspektasi mereka. Bahan baku yang baik menjadi fondasi utama dalam menciptakan masakan berkualitas. Pemanfaatan bahan segar dan bermutu tinggi dapat memperkaya rasa serta kandungan gizi dalam masakan. Sebaliknya, penggunaan bahan yang kurang berkualitas dapat berdampak negatif terhadap cita rasa dan keseluruhan kualitas hidangan.[33]

Kualitas makanan yang tinggi dapat di peroleh melalui beberapa cara, seperti menggunakan bahan-bahan yang segar dan berkualitas, memiliki proses memasak yang tepat dan higienis, dan melakukan kontrol kualitas yang ketat. Dengan demikian, rumah makan Padang dapat memastikan bahwa makanan yang mereka tawarkan memiliki kualitas yang tinggi dan sesuai dengan harapan konsumen. Mutu makanan yang baik juga bisa menjadi keunggulan kompetitif penting bagi rumah makan Padang.

[33] https://nutapos.com/post/faktor-kualitas-makanan/. Di Akses 13 Maret 2025 Pukul 15.26 Wib.

Tingginya kualitas hidangan sering kali menjadi salah satu pertimbangan utama konsumen dalam memilih untuk membeli produk tersebut. Dengan menawarkan kualitas makanan yang tinggi, rumah makan Padang dapat meningkatkan jumlah konsumen dan meningkatkan keunggulan kompetitif mereka di industri kuliner makanan Padang. Selain itu, kualitas makanan yang tinggi juga dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan membuat mereka ingin kembali lagi ke rumah makan Padang tersebut.

Namun, pada akhir tahun 2024, terjadi persaingan antar rumah makan Padang yang memunculkan kontroversi terkait harga, kualitas, dan keaslian masakan khas Padang. Hal ini dipicu oleh sebuah video viral berdurasi 38 detik yang menampilkan beberapa orang mengenakan kaos bertuliskan (PRMPC) Perhimpunan Rumah Makan Padang Cirebon. Dalam video tersebut, mereka tampak mencabut stiker bertuliskan “Masakan Padang” dari Rumah Makan Padang Bintang Minang yang terletak di Desa Sukadana, Kecamatan Pabuaran, Cirebon, Jawa Barat. Video ini kemudian menyebar luas di media sosial dan menarik perhatian publik.

Video tersebut menimbulkan perbincangan hangat di kalangan masyarakat. Erlinus Thahar, selaku penasehat PRMPC, menjelaskan bahwa mereka tidak melarang orang yang bukan berasal dari Minang untuk menjual masakan khas Sumatra Barat. PRMPC hanya meminta agar penjual di Bintang Minang tidak menjual masakan Padang dengan harga di bawah standar. Selain mempertimbangkan peluang pasar dan keuntungan, Erlinus juga khawatir harga yang terlalu rendah dapat mengurangi keaslian kuliner

Minangkabau. Menurutnya, masalah ini bukan hanya tentang peluang pasar dan omzet, tetapi juga tanggung jawab pelaku usaha kuliner Minangkabau dalam menjaga keautentikan masakan Padang sebagai warisan budaya. Dengan begitu, masakan Minang bisa kembali dikenal dengan cita rasa asli yang tinggi, bukan hanya karena harga murah. Meski harga murah diperbolehkan, mengingat naiknya biaya bahan baku dan bumbu, sulit untuk mempertahankan keaslian kuliner jika harga jual terlalu rendah.[34]

3. Persaingan Lokasi

   Lokasi menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan. Rumah makan Padang yang terletak di lokasi strategis, misalnya dekat pusat perbelanjaan, perkantoran, atau kampus, memiliki potensi lebih besar untuk menarik pengunjung. Rumah makan yang berada di tempat ramai dan mudah diakses lebih mudah mendapatkan pelanggan.

4. Persaingan pelayanan dan kenyamanan

   Layanan yang cepat, ramah, dan tempat yang bersih dan nyaman menjadi keunggulan bagi rumah makan Padang untuk memenangkan persaingan. Pelanggan tidak hanya mencari makanan yang enak, tetapi juga pengalaman makan yang menyenangkan. Oleh karena itu, beberapa rumah makan Padang mulai memperbaiki fasilitas dan suasana restoran mereka agar lebih nyaman dan menarik.

[34] https://www.bbc.com/indonesia/articles/ckg0yz7455no.amp Di Akses 13 Maret 2025 Pukul 16.28.

5. Persaingan Inovasi Menu

   Untuk menarik lebih banyak pelanggan, beberapa rumah makan Padang mulai berinovasi dengan memperkenalkan variasi menu baru. Misalnya, ayam rendang crispy, nasi Padang bento, atau makanan fusion yang memadukan masakan Padang dengan kuliner lainnya. Inovasi menu ini bertujuan untuk menarik konsumen muda yang ingin mencoba sesuatu yang baru, namun tetap mempertahankan cita rasa asli masakan Padang.

6. Persaingan Melalui Branding dan Waralaba

   Rumah makan Padang seperti RM Sederhana, Pagi Sore, dan Sari Bundo telah membangun jaringan waralaba guna memperluas jangkauan pasar mereka. Identitas merek yang kuat—termasuk logo yang mudah diingat dan standar pelayanan yang terjaga—membantu mereka tetap bersaing di pasar. Brand yang sudah dikenal luas biasanya lebih mudah menarik minat pelanggan serta membangun kesetiaan konsumen.

7. Persaingan Digitalisasi Dan Pemasaran Online

   Saat ini, rumah makan Padang juga bersaing melalui penerapan digitalisasi dan promosi online. Platform layanan pesan antar seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood memberikan kesempatan bagi mereka untuk meraih pasar yang lebih luas. Selain itu, media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok dimanfaatkan sebagai strategi pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian konsumen, khususnya generasi muda.[35]

[35] https://www.suara.com/news/2024/10/31/154502/sejarah-nama-rumah-makan-padang-berkaitan-dengan-pemberontakan-prri. Di Akses 17 April 2025 Pukul 11.39.

B. Upaya Hukum Yang Dapat Di Ambil Apabila Timbul Sengaketa Antar Usaha Rumah Masakan Padang

Dalam ranah ekonomi dan bisnis, kompetisi antar pelaku usaha merupakan sesuatu yang lumrah terjadi. Persaingan ini dapat diklasifikasikan menjadi dua bentuk, yaitu persaingan usaha yang sehat dan yang tidak sehat. Persaingan yang berlangsung secara sehat akan memberikan dampak positif, seperti peningkatan efisiensi, produktivitas, serta mutu produk di pasar. Sebaliknya, persaingan yang tidak sehat justru berpotensi merugikan masyarakat dan perekonomian secara keseluruhan. Oleh karena itu, mendukung terciptanya persaingan usaha yang sehat menjadi hal yang penting demi memberikan keuntungan bagi konsumen maupun pelaku usaha, termasuk produsen dan distributor.

Persaingan usaha tidak boleh dihindari, melainkan harus diarahkan agar tetap dalam koridor yang sehat. Konsumen akan memperoleh manfaat berupa meningkatnya pilihan produk dan jasa yang tersedia, sehingga mereka bisa mendapatkan barang berkualitas dengan harga terjangkau. Sementara itu, bagi pelaku usaha, persaingan yang sehat mendorong kreativitas dalam berinovasi dan memanfaatkan sumber daya secara lebih efisien. Persaingan dalam dunia usaha bertujuan untuk mencapai yang terbaik dan dapat berlangsung secara sehat maupun tidak sehat. Persaingan yang sehat membawa

dampak positif karena membantu kelancaran kegiatan ekonomi dalam sistem pasar.[36]

Sebaliknya, jika persaingan di lakukan dengan cara yang tidak sehat, maka akan memperburuk kondisi ekonomi dan merugikan negara. Idealnya, pelaku usaha harus menjalankan usahanya secara sehat meskipun menghadapi kompetisi yang ketat. Namun, kenyataannya, persaingan yang semakin kuat sering kali mendorong praktik-praktik tidak jujur, termasuk pelanggaran hukum demi keuntungan besar. Kondisi tersebut dikenal sebagai bentuk persaingan usaha yang tidak sehat. Untuk meminimalkan dampak negatif seperti inefisiensi ekonomi yang disebabkan oleh praktik antikompetitif, termasuk tindakan monopoli yang merugikan, pengendalian terhadap persaingan tidak sehat menjadi sangat penting. Oleh sebab itu, diperlukan adanya regulasi yang harus dipatuhi oleh para pelaku usaha.

Untuk mengatasi hal tersebut, lahirlah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang mengatur tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Regulasi ini bertujuan menciptakan lingkungan persaingan usaha yang sehat, berlandaskan demokrasi ekonomi, serta menyeimbangkan peran ekonomi terbuka dengan kebijakan pemerintah. Penyelesaian sengketa dalam praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat adalah penting untuk

[36] Muhammad Rizki, Dan Imron Rosadi*, " Penyelesaian Perkara Persaingan Usaha Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha Di Era Revolusi Industri 4".* Jurnal Rechtidee. Volume 14. Nomor 1. Juni 2019. Hlm.32.

menjaga keadilan dan keberlanjutan pasar hal ini membutuhkan kerjasama antara pemerintah, badan pengawas, dan pihak terkait lainnya.[37]

Bentuk-bentuk penyelesaian sengketa apabila terjadi sengketa antar rumah makan padang:

1. Penyelesaian sengketa melalui Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU)

   KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha) merupakan lembaga independen yang bebas dari pengaruh pemerintah maupun pihak lain dalam menjalankan fungsinya. Lembaga ini memiliki wewenang untuk mengawasi dan menindak pelaku usaha yang terbukti melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dalam pelaksanaan tugasnya, KPPU bertanggung jawab secara langsung kepada Presiden.[38]

   Usaha ini dasarnya bertujuan untuk mendorong terbentuknya lingkungan persaingan usaha yang sehat berdasarkan demokrasi ekonomi serta menjadi perantara antara perekonomian terbuka dan fungsi pemerintah dalam kegiatan ekonomi. Untuk mengawasi, mengantisipasi dan menegakan hukum persaingan usaha, selain itu di butuhkan keberadaan lembaga yang memiliki otoritas resmi dari negara untuk menjalankan pengawasan dan penegakan aturan tersebut.

---

[37] Mustafa Kamal Rokan, *" Hukum Persaingan Usaha"*, Rajawali Pers: Depok 2019 Hlm.2.

[38] Mariani Sumarab," *Sengketa Persaingan Usaha Dalam Kegiatan Perdagangan Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat"* Lex Privatum Vol.IX/No.6/Mei/2021.

Lembaga yang di maksud adalah Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), yang berfungsi sebagai badan independen sebagaimana di atur dalam “Pasal 30 ayat 1 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999”. Komisii ini bersifat “semi peradilan *(quasi judicial)* yang memiliki wewenang eksekutorial terkait kasus persaingan usaha dan merupakan lembaga independen yang terlepas dari pengaruh pemerintah dan pihak lain yang memiliki *Conflict of Interest.”*[39]

Ketentuan terkait proses hukum dalam persaingan usaha di atur dalam pasal 38 sampai dengan pasal 46 Undang-Undang nomor 5 Tahun 1999. Pasal-pasal tersebut memuat penjelasan mengenai tata cara pelaporan dugaan pelanggaran, tahapan pemeriksaan awal dan lanjutan, proses penyelidikan, penggunaan alat bukti, prosedur pengajuan keberatan ke pengadilan, serta pelaksanaan putusan dalam perkara persaingan usaha. Untuk memperjelas mekanisme penanganan perkara tersebut, Komisi Pengawas Persaingan Usaha menerbitkan peraturan KPPU Nomor 1 tahun 2006, yang kemudian di sempurnakan melalui peraturan KPPU Nomor 1 Tahun 2010. Peraturan ini di tujukan untuk meningkatkan mutu dan keterbukaan dalam proses penyelasaian perkara persaingan usaha.[40]

Adapun tata cara penanganan perkara apabila terjadi sengketa antar rumah makan padang berdasarkan “pasal 38 hingga 41 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999” yang berbunyi:

---

[39] Andre Edoardo Sirait, “ *Penyelesaian Sengketa Persaingan Usaha Tidak Sehat Tentang Persekongkolan Dalam Pelaksanaan Tender Pengadaan Barang Dan Jasa (Studi Tiga Putusan Komisi Pengawasan Persaingan Usaha”,* Repository.Unsri: 2022 Hlm 3.

[40] Hilmiah, *“Proses Penyelesaian Perkara Persaingan Usaha”*, Repositori.Uin-Auladin.2019 Hlm.14.

“Pasal 38”

1) “Setiap orang yang mengetahui telah terjadi atau patut di duga telah terjadi pelanggaran terhadap Undang-Undang ini dapat melaporkan secara tertulis kepada Komisi, dengan menyertakan identitas pelapor”
2) “Pihak yang di rugikan sebagai akibat telah terjadinya pelanggaran terhadap Undang-Undang ini dapat melaporkan secara tertulis kepada komisi dengan keterangan yang lengkap dan jelas tentang telah terjadinya pelanggaran serta kerugian yang di timbulkan dengan menyertakan identitas pelapor”
3) “Identitas pelapor sebagaimana di maksud dalam ayat (1) wajib di rahasiakan oleh komisi”
4) “tata cara penyampaian laporan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) diatur lebih lanjut oleh Komisi.”

“Pasal 39”

1) “Berdasarkan laporan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 38 ayat (1) dan ayat (2), Komisi wajib melakukan pemeriksaan pendahuluan dan dalam waktu paling lama 30 (tiga puluh) hari sejak menerima laporan, Komisi wajib memberitahukan perlu atau tidaknya di lakukan pemeriksaan lanjutan.”
2) “Dalam pemeriksaan lanjutan, Komisi wajib melakukan pemeriksaan terhadap pelaku usaha terlapor.”
3) “Komisi wajib menjaga kerahasiaan informasi yang diperoleh dari pelaku usaha yang merupakan rahasia perusahaan.”
4) “Apabila dianggap perlu, Komisi dapat mendengar keterangan saksi, saksi ahli, dan/atau pihak lain.”
5) “Dalam melaksanakan kegiatan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (4), anggota Komisi dilengkapi dengan surat tugas.”

“Pasal 40”

1) “Komisi dapat melakukan pemeriksaan terhadap pelaku usaha apabila ada dugaan terjadi pelanggaran undang-undang ini walaupun tanpa adanya laporan.”
2) “Pemeriksaan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) di laksanakan sesuai dengan tata cara sebagaimana diatur dalam Pasal 39.”

“Pasal 41”

1) “Pelaku usaha dan/atau pihak lain yang diperiksa wajib menyampaikan alat bukti yang diperlukan dalam penyidikan dan pemeriksaan.”

2) “Pelaku usaha dilarang menolak pemeriksaan, tidak memberikan keterangan yang diperlukan dalam penyidikan dan/atau pemeriksaan, atau menghalangi jalannya penyidikan dan/atau pemeriksaan.”
3) “Pelanggaran terhadap ketentuan ayat (2) dilaporkan oleh Komisi kepada penyidik untuk diselidiki sesuai dengan ketentuan yang berlaku.”[41]

Apabila terdapat pihak yang tidak menerima putusan yang dikeluarkan oleh KPPU, mereka berhak mengajukan keberatan ke pengadilan negeri. Jika putusan pengadilan negeri tersebut juga masih di anggap tidak memuaskan, maka pihak yang bersangkutan dapat melanjutkan proses hukum dengan mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung Republik Indonesia. Hal ini sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam Pasal 44 dan Pasal 45 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

Yang berbunyi:

“Pasal 44”

1) “Dalam waktu 30 (tiga puluh) hari sejak pelaku usaha menerima pemberitahuan putusan Komisi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 43 ayat (4), pelaku usaha wajib melaksanakan putusan tersebut dan menyampaikan laporan pelaksanaannya kepada Komisi.”
2) “Pelaku usaha dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri selambat-lambatnya 14 (empat belas) hari setelah menerima pemberitahuan putusan tersebut.”
3) “Pelaku usaha yang tidak mengajukan keberatan dalam jangka waktu sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dianggap menerima putusan Komisi.”
4) “Apabila ketentuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dan ayat (2) tidak dijalankan oleh pelaku usaha, Komisi menyerahkan putusan tersebut kepada penyidik untuk dilakukan penyidikan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.”

[41] Pasal 38 Ayat (1,2,3,4), Pasal 39 Ayat (1,2,3,4,5), Pasal 40 Ayat (1,2), Dan Pasal 41 Ayat (1,2,3). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999.

5) “Putusan Komisi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 43 ayat (4) merupakan bukti permulaan yang cukup bagi penyidik untuk melakukan penyidikan.”

“Pasal 45”

1) “Pengadilan Negeri harus memeriksa keberatan pelaku usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 44 ayat (2), dalam waktu 14 (empat belas) hari sejak diterimanya keberatan tersebut.”
2) “Pengadilan Negeri harus memberikan putusan dalam waktu 30 (tiga puluh) hari sejak dimulainya pemeriksaan keberatan tersebut.”
3) “Pihak yang keberatan terhadap putusan Pengadilan Negeri sebagaimana dimaksud dalam ayat (2), dalam waktu 14 (empat belas) hari dapat mengajukan kasasi kepada Mahkamah Agung Republik Indonesia.”
4) “Mahkamah Agung harus memberikan putusan dalam waktu 30 (tiga puluh) hari sejak permohonan kasasi di terima.”[42]

Proses pengajuan keberatan terhadap putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) telah diatur dalam Peraturan Mahkamah Agung Nomor 3 Tahun 2005. Regulasi ini menetapkan prosedur pengajuan keberatan atas putusan yang dikeluarkan oleh KPPU. Sebelum ketentuan ini mulai berlaku, mekanisme yang digunakan masih merujuk pada Keputusan Presiden Nomor 75 Tahun 1999, belum ada ketentuan yang secara khusus mengatur tata cara pengajuan keberatan. Hal ini menyebabkan kendala bagi Pengadilan Negeri dalam menangani perkara keberatan terhadap putusan KPPU. Peraturan Mahkamah Agung Nomor 3 Tahun 2005 menetapkan prosedur terkait pengajuan keberatan, pemeriksaan keberatan, kemungkinan adanya pemeriksaan tambahan, serta pelaksanaan keputusan yang telah di tetapkan.[43]

---

[42] Pasal 44 Ayat (1,2,3,4,5) Dan Pasal 45 Ayat (1,2,3,4). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999.

[43] Hilmiah, Op.Cit, Hlm. 14-15

Pada November 2024, sebuah rumah makan Padang di Cirebon yang menawarkan menu dengan harga lebih terjangkau menjadi sasaran razia oleh sekelompok individu yang mengatasnamakan organisasi masyarakat. Mereka menuntut agar pemilik usaha menaikkan harga dan mencopot label "Masakan Padang" dari tempat usahanya. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) menilai bahwa tindakan tersebut tidak sejalan dengan prinsip persaingan usaha yang sehat, karena dapat membatasi kebebasan pelaku usaha dalam menetapkan harga dan strategi bisnisnya.

Kepala Kantor Wilayah I KPPU, Ridho Pamungkas, menjelaskan bahwa memaksa pelaku usaha untuk menaikkan harga bisa di kategorikan sebagai praktik penetapan harga (*price-fixing*), yang bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. KPPU menekankan bahwa perbedaan harga di pasar justru dapat memberikan keuntungan bagi konsumen serta mendorong terbentuknya persaingan usaha yang sehat.

Rumah makan yang dapat menawarkan harga lebih terjangkau tanpa menurunkan kualitas layak untuk di hargai, bukan justru di tekan atau di halangi.[44] Ketua Harian Dewan Pusat Pimpinan Ikatan Keluarga Minang (IKM), Andre Rosiade, turut mengkritik aksi razia tersebut. Ia menegaskan bahwa semua warga negara memiliki hak untuk menjual nasi Padang, dan tidak di wajibkan untuk memiliki izin atau lisensi dari IKM.[45] Peristiwa ini

[44] https://sumsel.idntimes.com/news/indonesia/halbert-caniago-1/ormas-larang-jual-masakan-padang-kppu-melanggar-undang-undang Di Akses 17 April 2025 Pukul 14.35.

[45] https://www.suara.com/news/2024/11/06/173520/kppu-kritik-razia-rumah-makan-padang-tidak-sejalan-dengan-prinsip-persaingan-usaha Di Akses 17 April 2025 Pukul 13.51.

mendapat perhatian publik karena berkaitan dengan hak pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk menjalankan usahanya secara bebas tanpa adanya tekanan atau intimidasi, serta menyoroti pentingnya menjaga persaingan usaha yang adil dan sehat di Indonesia.

2. Penyelesaian sengketa melaului mediasi

   Mediasi adalah proses negosiasi pemecahan masalah di mana pihak-pihak ketiga yang tidak memihak bekerja sama dengan para pihak yang bersengketa membantu memperoleh kesepakatan yang memuaskan.[46] Cara penyelesaian Proses mediasi berlangsung secara tertutup, di mana hanya para pihak yang bersangkutan, kuasa hukum mereka, mediator, atau individu lain yang telah mendapat izin dari para pihak yang dapat menghadiri pertemuan. Selain itu, segala dinamika yang terjadi dalam pertemuan tersebut tidak boleh di sebarluaskan kepada publik kecuali mendapat persetujuan dari para pihak. Mediasi harus di selesaikan dalam jangka waktu maksimal 30 hari sejak di terimanya pemberitahuan putusan sela dari Pengadilan Tinggi atau Mahkamah Agung.

   Polemik persaingan atau sengketa rumah makan padang juga di selesaikan melalui proses mediasi dengan mempertemukan para pihak yang bersengketa guna di selesaikan secara mediasi antara pihak yang berselisih ,seperti yang di lakukan oleh pihak kepolisian pada kasus pencopotan label rumah makan padang yang viral di media social pada akhir tahun 2024 lalu yang dilakukan oleh perhimpunan pengusaha-

[46] Susanti Adi Nugroho,*"Manfaat Mediasi Sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa"*, Jakarta: Kencana, 2019. Hlm.22.

pengusaha rumah makan padang terhadap salah satu pemilik rumah makan padang di Cirebon. Berdasarkan keterangan dari Kapolresta Kombes Pol Sumarni, kedua pihak, yakni PRMPC dan pemilik rumah makan padang, telah berhasil mencapai kesepakatan bersama melalui proses mediasi yang di laksanakan.[47]

[47] https://www.cnnindonesia.com/nasional/20241031142748-12-1161629/polisi-mediasi-terkait-razia-rm-padang-non-minang-di-cirebon/amp Di Akses 14 Maret 2025 Pukul 13.52 Wib

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari bab sebelum nya, maka dapat di simpulkan:

1. Adapun Bentuk Persaingan Yang Tidak Sehat Dalam Usaha Rumah Masakan Padang Yang Dapat Menimbulkan Kerugian Bagi Pihak Lain Yaitu :
   a) Persaingan Harga
   b) Persaingan Kualitas
   c) Persaingan Lokasi
   d) Persaingan Pelayanan Dan Kenyamanan
   e) Persaingan Inovasi Menu
   f) Persaingan Melalui Branding Dan Waralaba
   g) Persaingan Digitalisasi Dan Pemasaran Online
2. Adapun Upaya Hukum Yang Di Ambil Dalam Sengketa Antar Usaha Rumah Masakan Padang Berdasarkan Hasil Penelitian Penulis Di Lapangan Yaitu Melalui Mediasi Antara Pihak PRMPC Dan Pemilik Usaha Rumah Makan Padang.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang di lakukan oleh penulis, berikut beberapa saran yang dapat di berikan:

1. Kepada Pemerintah dan Regulator hendaknya memperkuat pengawasan terhadap praktik persaingan usaha di sektor kuliner, khususnya rumah makan Padang, agar tetap dalam koridor hukum. Mensosialisasikan kebijakan dan peraturan terkait persaingan usaha yang sehat kepada pelaku bisnis agar mereka memahami batasan hukum dalam bersaing. Memfasilitasi penyelesaian sengketa secara cepat dan adil melalui mediasi atau forum penyelesaian hukum yang lebih efektif.
2. Pelaku Usaha Rumah Makan Padang hendaknya menjaga persaingan yang sehat dengan fokus pada peningkatan kualitas produk dan layanan, bukan dengan cara-cara yang merugikan pesaing.Menghindari praktik persaingan tidak sehat, seperti monopoli harga, kampanye negatif terhadap pesaing, atau tindakan yang melanggar regulasi persaingan usaha. Memanfaatkan strategi pemasaran yang inovatif untuk menarik pelanggan tanpa merugikan pihak lain.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku:

Andi Fahmi Lubis, "*Hukum Persaingan Usaha Antara Teks Dan Konteks"*, Raja Grafika, Jakarta, 2009, Hlm 143

.

Devi Meyliana, *Hukum Persaingan Usaha "Studi Konsep Pembuktian Terahadap Perjanjian penetapan Harga Dalam Persaingan Usaha "* , Malang : Setara Press, 2019, hlm 15-16.

Elsi Kertika Sari dan Advendi Simaunsong, "*Hukum Dalam Ekonomi*", Jakarta : Grasindo, 2017, Hlm 170-171.

Esther Masri, "*Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen"*, Jakad Media Publishing, Surabaya, 2023, Hlm. 47.

Galuh Puspa Ningrum, *Hukum Persaingan Usaha* ,(Aswaja Pressindo: Yogyakarta, 2013), Hlm 107.

Galuh Puspaningrum, *Hukum Persaingan usaha; Perjanjian dan Kegiatan yang Di Larang Dalam Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia* , (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2018), Hlm 71.

Marrisa Grace Haque, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi,* Pascal Books: Tangerang, 2022 Hlm. 9.

Mustafa Kamal Rokan, *" Hukum Persaingan Usaha"*, Rajawali Pers: Depok 2019 Hlm.2.

Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha, (*Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2017), Hlm 17.

Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2019) Hlm 2-3.

Sudiarto, "*Pengantar Hukum Persaingan Usaha di Indonesia"*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2021. Hlm 72-73

Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao, "*Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia"*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2020, Hlm 97

Susanti Adi Nugroho, "*Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*" ,Prenada Media: Jakarta 2014 Hlm. 1

Susanti Adi Nugroho,*"Manfaat Mediasi Sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa"*, Jakarta: Kencana, 2019. Hlm.22.

Zainudin Ali*, "Metode Penelitian Hukum",* Sinar Grafika Cet 1, Jakarta, 2009, Hlm. 107

Zainudin ali, "*metode penelitian hukum"*, sinar grafika, Jakarta, 2013. Hlm. 17.

Jurnal:

Andre Edoardo Sirait, " *Penyelesaian Sengketa Persaingan Usaha Tidak Sehat Tentang Persekongkolan Dalam Pelaksanaan Tender Pengadaan Barang Dan Jasa (Studi Tiga Putusan Komisi Pengawasan Persaingan Usaha",* Repository.Unsri: 2022 Hlm 3.

Bambang Abdullah *, Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Praktik Jual Rugi Penjualan Smartphone Di Kabupaten Pali,* Pali, 2023:.Hlm .7.

Didik J. Rahbini, *Ekonomi Informal di Tengah Kegagalan Negara*, Kompas, 15 April 2020.

DR. Muhaimin, SH.,M.HUM, "*Metode Penelitian Hukum"*, UPT Mataram university press, 2020: hlm. 25.

Dwina Meisonya, Teti Indrawati P dan Heru Sunardi, "*Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pemeliharaan dan Pembocoran Rahasia Dagang di Kalangan Pengusaha Kecil Kuliner Kota Mataram,*" Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah 14, no. 1 (Juni 2022): Hlm. 27.

Hilmiah, *"Proses Penyelesaian Perkara Persaingan Usaha"*, Repositori.Uin-Auladin.2019 Hlm.14.

Intan Febri Rahayu*," Strategi Persaingan Usaha Rumah Makan Di Kawasan Tejo Agung Metro Timur Dalam Perspektif Marketing Syariah",* Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro: Lampung 2023 Hlm. 1.

Mariani Sumarab," *Sengketa Persaingan Usaha Dalam Kegiatan Perdagangan Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat"* Lex Privatum Vol.IX/No.6/Mei/2021.

Muhammad Rizki, Dan Imron Rosadi*, " Penyelesaian Perkara Persaingan Usaha Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha Di Era Revolusi Industri 4".* Jurnal Rechtidee. Volume 14. Nomor 1. Juni 2019. Hlm.32.

Zuhrinal M.Nawawi," *Pemanfaatan Sosial Media Tiktok Sebagai Strategi Promosi Dalam Berwirausaha Perspektif Ekonomi Islam*", Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen:Febi UIN-SU Press: Medan 2022.

Peraturan Perundang-undangan:

Pasal 20. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999.

Pasal 44 Ayat (1,2,3,4,5) Dan Pasal 45 Ayat (1,2,3,4). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999.

Pasal 38 Ayat (1,2,3,4), Pasal 39 Ayat (1,2,3,4,5), Pasal 40 Ayat (1,2), Dan Pasal 41 Ayat (1,2,3). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999

Internet:

https://et-asia.com/larangan-perjanjian-berdasarkan-hukum-persaingan-usaha/. Di Akses 2 Maret 2025 Pukul 16:40 Wib.

https://m.antaranews.com/berita/2429077/perantau-minang-di-belanda-yang-berhasrat-me-minangkan-eropa Di Akses 20 Januari 2025 Pukul 19.30 Wib.

https://nutapos.com/post/faktor-kualitas-makanan/. Di Akses 13 Maret 2025 Pukul 15.26 Wib.

https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/165106/bab1/analisis-proses. Di Akses 6 Maret 2025 Pukul 14:43 Wib.

https://phki.uma.ac.id/2022/08/11/pengertian-monopoli-ciri-penyebab-dan-contohnya-di-indonesia/. Di Akses 3 Maret 2025 Pukul 11:01 Wib.

https://regional.kompas.com/read/2022/08/25/111413578/nasi-padang-sejarah-rumah-makan-padang-ciri-ciri-dan-jenis-lauk. Di Akses 6 Maret 2025 Pukul 14:15 Wib.

https://sumsel.idntimes.com/news/indonesia/halbert-caniago-1/ormas-larang-jual-masakan-padang-kppu-melanggar-undang-undang Di Akses 17 April 2025 Pukul 14.35.

https://www.bbc.com/indonesia/articles/ckg0yz7455no.amp Di Akses 13 Maret 2025 Pukul 16.28

https://www.cnnindonesia.com/nasional/20241031142748-12-1161629/polisi-mediasi-terkait-razia-rm-padang-non-minang-di-cirebon/amp Di Akses 14 Maret 2025 Pukul 13.52 Wib

https://www.detik.com/jabar/berita/d-7613652/nasi-padang-harga-miring-yang-picu-kontroversi-di-cirebon Di Akses 17 April 2025 Pukul 10.20 Wib.

https://www.detik.com/jabar/cirebon-raya/d-7612389/viral-ormas-copot-lebel-rm padang-di-cirebon-ini-kronologinya/amp Di Akses 11 Maret 2025 Pukul 20.34 Wib.

https://www.kompas.com/food/gallery/detail/43/serba-serbi-rumah-makan-padang Di Akses 20 Januari 2025 Pukul 19.14 Wib.

https://www.liputan6.com/amp/5772543/klarifikasi-andre-rosiade-picu-ramainya-seruan-boikot-rumah-makan-padang-berlisensi-ikm Di Akses 17 April 2025 Pukul 9.34 Wib.

https://www.suara.com/news/2024/10/31/154502/sejarah-nama-rumah-makan-padang-berkaitan-dengan-pemberontakan-prri. Di Akses 17 April 2025 Pukul 11.39.

https://www.suara.com/news/2024/11/06/173520/kppu-kritik-razia-rumah-makan-padang-tidak-sejalan-dengan-prinsip-persaingan-usaha Di Akses 17 April 2025 Pukul 13.51.