

Tinjauan Persaingan Usaha Dagang Antar Warung Kopi Tradisional Dan Warung Kopi Modern Berdasarkan Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 (Studi Kasus, Warung Kopi Kape Kota Gorontalo)

Mohamad Siddeq Husein Ischak¹, Mutia Ch Thalib², Julius T. Mandjo³

Jurusan Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Negeri Gorontalo

Alamat: Jl. Jend. Sudirman No.6, Dulalowo Tim., Kec. Kota Tengah, Kota Gorontalo, Gorontalo 96128;

Telepon: (0435) 821125

Korespondensi penulis : sidiqischak@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penyebab terjadinya persaingan usaha dagang antar warung kopi tradisional dan modern di kota gorontalo dan untuk memahami bentuk persaingan usaha antar warung kopi tradisional dan modern di tinjau dari Undang Undang Nomo 5 tahun 1999, berdasarkan judul yang diangkat dalam penelitian ini, peneliti melihat apakah pelaku usaha sudah mengimplemntasikan Undang Undang tersebut di atas. Penelitian ini menggunakan metode empiris. Proses pengumpulan data yang diteliti oleh peneliti dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, Teknik pengumpulan data yang mendukung dan berkaitan dengan penelitian ini yaitu wawancara langsung, observasi, dokumentasi dan studi kepustakaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada 2 (dua) hal yang perlu mendapat perhatian yakni pertama, dalam prespektif persaingan yang ada, temuan yang ditemukan penulis lebih tertuju pada bentuk keseimbangan dari Kopi yang disediakan dari dua jenis Warkop yang ada dalam ranah penelitian, Dari berbagai jenis kopi yang coba disuguhkan oleh Beberapa Warkop itu sendiri justru ada kecenderungan Pengepul yang coba memanipulasi pasar, dan kedepannya inilah yang akan dinilai sebagai bentuk persaingan yang tidak sehat. Kedua, bentuk monopoli yang timbul dalam persaingan usaha yang ada dalam ranah penelitian, menjadi alasan penulis untuk menelisik lebih lanjut dalam menerapkan undang undang nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha secara tidak sehat. Jika dilihat dari pasal 13 tentang oligopsoni dan bagaimana para pelaku usaha dalam menerapkan undang-undang ini bahwa dengan adanya indikasi geografis yang dimanfaatkan oleh oknum untuk menguasai kopi tersebut sebab sebelum tersebar luas kopi tersebut harus didata dan langsung dibeli dengan harga yang murah oleh oknum tersebut.

Kata Kunci :Pelaku Usaha Warung Kopi, Kopi Pinogu, Pengawasan

ABSTRACT

This study aims to determine the causes of trade competition between traditional and modern coffee shops in the city of Gorontalo and to understand the forms of business competition between traditional and modern coffee shops in terms of Law No. 5 of 1999, based on the title raised in this study, researchers see whether business actors have implemented the law mentioned above. This study uses empirical methods. The data collection process examined by researchers in this study were primary data and secondary data. Data collection techniques that support and relate to this research are direct interviews, observation, documentation and literature study. The results of this study indicate that there are 2 (two) things that need attention, namely first, in the perspective of existing competition, the findings found by the author are more focused on the balanced form of coffee provided from the two types of Warkop in the realm of research, from various types The coffee that several Warkop are trying to offer actually has a tendency for collectors to try to manipulate the market, and in the future this will be seen as a form of unhealthy competition. Second, the form of monopoly that arises in business competition in the realm of research, is the reason for the author to investigate further in applying law number 5 of 1999 concerning the prohibition of monopolistic practices and unfair business competition. If we look at article 13 regarding oligopsony and how business actors apply this law, it is clear that there is a geographical indication that is used by individuals to control the coffee because before the coffee is widely distributed, it must be recorded and directly purchased at a low price by these persons.

Keywords: Coffee Shop Business Operators, Pinogu Coffee, Monitoring

Tinjauan Persaingan Usaha Dagang Antar Warung Kopi Tradisional Dan Warung Kopi Modern Berdasarkan Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 (Studi Kasus, Warung Kopi Kape Kota Gorontalo)

PENDAHULUAN

Istilah warung mengacu pada usaha keluarga sederhana yang terdiri seperti kios, kedai, toko kecil, atau rumah makan sederhana. Ini digunakan di Indonesia dan Malaysia. Warung merupakan bagian dari jenis usaha mikro yang juga menjadi komponen terpenting dalam hajat sehari-hari masyarakat Indonesia.

Sedangkan warung, menurut KBBI, adalah tempat penjualan makanan dan minuman, biasanya makanan pokok seperti gorengan dan kopi.¹ Selain makanan Indonesia, penjual lain juga menyediakan makanan Asia dan Barat, dengan hidangan seperti nasi goreng dan mi goreng yang sedang populer. Istilah warung juga bisa merujuk ke toko atau kedai dan berfungsi sebagai dasar untuk nama tambahan. Termasuk *coffee shop* yang berasal dari kata *shop* dan dibubuhi kata *coffee*.

Seiring dengan perluasan fasilitas saat ini, kedai kopi terus bertumbuh dengan menyajikan tempat yang memiliki desain modern dan tentu saja kesan kopi tidak dapat dipisahkan, memberikan kemajuan baru dalam rasa kopi yang disediakan. Sebelumnya kedai kopi hanya menyajikan kopi yang diseduh dengan air panas; saat ini, mereka menggunakan perlengkapan dan peralatan kopi untuk memberikan cita rasa tersendiri bagi para pencintanya. Saat ini, kopi bisa disajikan dengan beberapa sajian yang inventif dan imajinatif. Menyajikan kopi saat ini jauh lebih dari sekadar mencampur gilingan kopi dengan gula dan air panas lalu diaduk; itu jauh lebih kontemporer. Penjualan kopi telah berkembang seiring dengan kemajuan berbagai proses pembuatan kopi, hingga minum kopi telah menjadi gaya hidup.²

Selain kedai kopi mereka memiliki penikmatnya sendiri, yang umumnya berusia antara dua puluh hingga lima puluh tahun dan memilih kedai kopi untuk mengobrol santai di antara teman-teman atau bahkan biasa mengadakan pertemuan untuk sekelompok orang. -orang yang perlu membicarakan rahasia apa pun, yang ideal untuk lokasi ini; Selain itu, lokasi ini tidak begitu formal dan mengikat, serta biaya jasa kedai kopi lebih murah dibandingkan restoran.

Akibat dari kemajuan teknologi yang semakin meningkat dan model kehidupan perkotaan yang mempromosikan kebiasaan tongkrongan sebagai gaya hidup, dapat menjadikan kedai kopi yang sebelumnya hanya menyajikan kopi maupun gorengan saja, kini mulai berubah menjadi warung yang lebih modern, sehingga lahir dan berkembangnya berbagai tempat nongkrong. atau sekadar lokasi tongkrongan untuk semua jenjang usia, yang penulis kategorikan sebagai *café* dan juga termasuk dalam salah satu jenis perusahaan kecil.

Cafe di Gorontalo secara tidak langsung menjadi prospek ekonomi yang layak bagi pemilik perusahaan. Ini dikarenakan Kafe menjadi penyedia fasilitas bagi pengunjung semacam pertunjukan musik, jaringan *Wi-Fi*, hingga desain khas, melayani kepentingan masyarakat dari berbagai unsur masyarakat di kota Gorontalo. Ini berlaku untuk profesional kantoran dan remaja yang dapat menyelesaikan tugas mereka di kafe dengan *Wi-Fi* yang cukup cepat. Selain itu, beberapa kelompok yang mencari hiburan, seperti orang dan keluarga, mungkin menghadiri kafe

¹ <https://kbbi.web.id/warung>, diakses pada Selasa, 6 september 2022, pukul 13.00 Wita

² Nila Yani Hardiyanti Dan Ratih Puspa, (2021), "Coffe culture Indonesia, pola konsumsi konsumen pengunjung kafe, kedai kopi dan warung kopi di gresik", *Medicom jurnal meida dan komunikasi*, Vol 1, No 2 hal 94

untuk hiburan seperti *live music*. Ada beberapa alasan lagi mengapa kafe di Gorontalo banyak diminati setiap hari.

Penikmat memiliki posisi tersendiri dalam evolusi bisnis kopi. Kedai kopi terus bertumbuh sejalan dengan zaman yang berkembang, gaya hidup yang baru terbentuk dan begitu berpengaruh terhadap gaya konsumtif masyarakat kota Gorontalo, khususnya di kalangan pemuda dan pelajar. Model mulai dari klasik hingga futuristik.

Perbedaan utama antara kedai kopi tradisional dan kedai kopi kontemporer adalah bahwa kedai kopi tradisional adalah kedai kopi yang telah beroperasi sejak tahun 1990-an dan mempertahankan dekorasi aslinya, yang tidak terlalu mewah. Fasilitas kedai kopi tradisional relatif sederhana, hanya terdiri dari kursi dan meja konvensional. Menu kedai kopi tradisional terbatas pada kopi hitam yang dibuat dengan air panas dan dimaniskan dengan gula atau susu. Dalam menyajikan kopi, cangkir kecil dan piring kecil sering digunakan, berbeda dengan kedai kopi modern yang sebagian besar baru pada tahun 2016. Dari segi ruang kedai kopi Modern ini terkesan elegan dan didesain dengan rapi, juga memamerkan kopi dengan inovasi baru. Terakhir, dalam hal fasilitas kedai kopi Modern, disediakan akses internet gratis untuk digunakan pelanggan selama berada di kedai kopi.

Terjadinya persaingan koperasi yang tidak sehat bukan tidak ada alasan. Berbagai macam faktor menyebabkan persaingan usaha ini menjadi tidak sehat. Tidak sehatnya persaingan usaha terjadi dilakukan oleh pelaku usaha baik secara kelompok maupun individu dalam rangka menciptakan kondisi yang bisa memberi untung pengusaha itu sendiri. Faktor-faktor yang menimbulkan bersaingnya usaha secara tidak sehat dapat timbul akibat terdapat sesuatu keadaan yang memberi untung pelaku usaha dan memanfaatkannya untuk kepentingan dan keuntungan pelaku usaha tersebut, sekalipun pada akhirnya menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha lainnya.

Aturan tentang larangan persaingan usaha tidak sehat ini telah ada dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Aturan ini tidak sekadar dibuat dalam memberi perlindungan terhadap konsumen saja. Namun lebih luas aspeknya yaitu memberi perlindungan terhadap pelaku usaha dari praktek persaingan usaha yang tidak sehat. Aturan ini melarang pelaku usaha yang memiliki niatan melakukan suatu kompetisi usaha yang tidak sehat sehingga mengakibatkan kerugian terhadap pengusaha lainnya.

Berdasarkan fakta dan pengamatan peneliti dilapangan terkait usaha-usaha kopi yang ada di kota gorontalo, permasalahan yang kemudian terjadi adalah kompetisi antara warung kopi tradisional dengan warung kopi modern. Pengamatan peneliti berdasarkan wawancara langsung bersama beberapa pemilik usaha kopi tradisional salah-satunya warung kopi kape dikota gorontalo.

Tindakan atau perilaku yang menghalangi perdagangan terbagi dalam dua kategori: hambatan secara horizontal dan hambatan secara vertikal. Horizontal merupakan sesuatu bentuk kesepakatan antar pelaku korporasi untuk membuat tindakan kooperatif dengan mengesampingkan persaingan di antara mereka, dengan tujuan untuk mencegah pihak ketiga memasuki pasar bersangkutan. Ketika ini terjadi antara vendor yang menawarkan barang dari berbagai merek, itu disebut sebagai penghalang perdagangan antar merek. Ketika hal ini terjadi di antara penjual yang

Tinjauan Persaingan Usaha Dagang Antar Warung Kopi Tradisional Dan Warung Kopi Modern Berdasarkan Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 (Studi Kasus, Warung Kopi Kape Kota Gorontalo)

menjual merek yang sama, hal itu disebut sebagai hambatan perdagangan intra-merek. Hambatan perdagangan secara horizontal ini juga terkait dengan penetapan harga yang dilarang dalam Pasal 5 UU Nomor 5 tahun 1999.

Selain itu, terdapat hambatan perdagangan vertikal yang merupakan kesepakatan antara dua pihak atau lebih pada beberapa tingkat distribusi. Pasal 14 UU Nomor 5 Tahun 1999 telah mengatur tentang hambatan perdagangan secara vertikal dengan integrasi vertikal ini yaitu pelarangan bagi pengusaha untuk membuat kesepakatan dengan pengusaha lain dengan niat menguasai produksi sejumlah yang termasuk dalam produktifitas barang dan/atau jasa yang mana dari niat penguasaan tersebut dapat mengakibatkan perilaku persaingan usaha yang tidak sehat.

Hal ini sebagaimana diamanatkan dalam pasal 1 huruf f Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999, tentang adanya dua unsur yang terkandung yaitu:³

1. Persaingan antar-pelaku dalam menjalankan kegiatan produksi dan/atau pemasaran barang dan jasa.
2. Dilaksanakan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum serta menghambat persaingan usaha.

Dalam skop yang luas, persaingan usaha tidak sehat diatur dalam UU No. 5/1999 terkandung enam ruang lingkup larangan yang terdiri atas:

1. Perjanjian yang dilarang;
2. Kegiatan yang dilarang;
3. Posisi dominan;
4. Komisi Pengawas Persaingan Usaha;
5. Penegakan hukum;
6. Ketentuan lain-lain.

Pada kenyataannya persaingan usaha kopi warung kopi tradisional dan modern terjadi disebabkan 3 aspek di antaranya :

1. Perbedaan penyajian kualitas produk kopi

Tidak banyak pilihan untuk menyajikan barang kopi klasik; yang ada hanyalah kopi hitam yang dituangkan dengan air panas dan dipadukan dengan gula dan susu. Biasanya, cangkir kecil dan piring kecil digunakan untuk menyajikan kopi. Kedai kopi modern menekankan pada kopi dengan inovasi baru, seperangkat atribut nyata, seperti kemasannya, warna, harga, cetakan prestise, dan layanan dari pabrik, serta aksesoris yang dapat diambil memuaskan untuk keinginan pembeli. Hal ini berbeda dengan kopi modern yang tampil mewah dan tertata rapi.

2. Perbedaan tempat/lokasi

Ruang kedai kopi kontemporer dibandingkan dengan ruang konvensional. Kedai kopi klasik hanya memiliki meja dan bangku dasar untuk tempat duduk, oleh karena itu fasilitasnya cukup

³ Pasal 1 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

mendasar. Pelanggan dapat memanfaatkan akses internet gratis yang disediakan oleh kedai kopi modern selama berada di sana.

3. Promosi

Warung kopi modern mampu mempromosikan kualitas produknya melalui penyajian informasi tentang produknya yang ditawarkan kepada masyarakat atau konsumen.

Pelaku usaha lain yang tidak atau sedang melakukan persaingan usaha tidak sehat juga dilindungi oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pelaku usaha yang ingin melakukan persaingan tidak sehat dilarang oleh undang-undang dengan cara apapun yang merugikan pelaku usaha saingan. Untuk melindungi para pelaku usaha yang ingin bersaing secara sehat, maka undang-undang ini dimaksudkan untuk melindungi mereka.

Apakah hal ini mengurangi potensi kedai kopi untuk bersaing dengan kafe yang setiap malamnya dipadati pelanggan, mengingat banyaknya inovasi kafe dan kedai kopi kekinian akhir-akhir ini? kiranya UU No. 5 Tahun 1999 Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dapat menjadi solusi atas persoalan ini.

Berdasarkan dengan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“TINJAUAN PERSAINGAN USAHA DAGANG ANTAR WARUNG KOPI TRADISONAL DAN WARUNG KOPI MODERN BERDASARKAN UNDANG UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999”**. (Studi Kasus, Warung Kopi Kape Kota Gorontalo)”

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Persaingan Usaha

Kata "persainan" berasal dari bahasa Inggris dan mengacu pada acara kompetitif seperti kompetisi olahraga. Sebaliknya, menurut kamus manajemen, persaingan adalah bisnis dari dua atau lebih organisasi, yang masing-masing secara aktif bersaing untuk mendapatkan pesanan dengan memberikan harga atau persyaratan terbaik.⁴

Definisi kamus hukum ekonomi tentang "persaingan bisnis" adalah "persaingan antara pengusaha dalam mempengaruhi konsumen atau pemberi untuk prodak tertentu." Sementara kompetisi dalam praktek usaha adalah perilaku yang umum dilakukan oleh para pelaku usaha dalam memproduksi atau memasarkan usahanya, baik dalam kegiatan usaha yang sama maupun dalam kegiatan usaha yang berbeda. Namun, kompetisi usaha harus dilakukan dengan baik agar tidak ada pihak yang dirugikan.⁵

Hukum persaingan usaha adalah kerangka hukum koersif yang mengatur persaingan antara pelaku bisnis di pasar. Hukum Persaingan Usaha didefinisikan sebagai suatu kumpulan peraturan

⁴ B.N. Marbun, (2003), *Kamus Manajemen*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan

⁵ Sri Rejeki Hatono dkk, (2010), *Kamus Hukum Ekonomi*, Bogor: Ghalia Indonesia

Tinjauan Persaingan Usaha Dagang Antar Warung Kopi Tradisional Dan Warung Kopi Modern Berdasarkan Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 (Studi Kasus, Warung Kopi Kape Kota Gorontalo)

yang mengatur semua aspek persaingan usaha, termasuk apa yang boleh dilakukan oleh pelaku usaha dan apa yang tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha.⁶

2. Pengertian Warung Kopi Tradisional

Warung adalah usaha sederhana milik keluarga yang berbentuk pub, kios, butik, atau restoran sederhana. Warung adalah kata yang digunakan di Malaysia dan Indonesia. Salah satu komponen penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia dan salah satu usaha mikro adalah warung. Sedangkan sembako dan kopi bisa didapatkan di stand makanan pada umumnya. Kata "warung" adalah akar dari frasa lain dan juga dapat digunakan untuk menggambarkan toko atau kedai. Salah satu contohnya adalah kedai kopi, yang berasal dari istilah kedai dan ditambahkan kata kopi.⁷

Warung, atau usaha kecil-kecilan, adalah kedai kopi yang hanya mempekerjakan keluarga pemiliknya dan dioperasikan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari pemiliknya. Dalam penelitian ini, penulis memberikan pedoman khusus untuk kedai kopi berdasarkan ide kedai dengan tambahan istilah "kopi". Pedoman ini akan menjadi bahan penelitian di daerah tersebut. Kedai kopi adalah tempat di mana klien dapat membeli minuman kopi dasar atau sejenisnya untuk dikonsumsi.

Termasuk coffee shop yang berasal dari kata shop dan ditambahkan kata coffee di dalamnya. Tujuan utama dari usaha bisnis adalah untuk menghasilkan keuntungan. Karena keyakinan atau keragaman agama yang cukup besar di masyarakat Indonesia, tampaknya satu tujuan lagi, yang disebut ibadah, dapat ditambahkan ke tujuan tersebut di atas.⁸

Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan parameter-parameter yang tepat mengenai kedai kopi yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian di lapangan berdasarkan ide kedai yang dilekatkan dengan istilah kopi. Kedai kopi adalah tempat minuman kopi sederhana atau sejenisnya ditawarkan untuk dikonsumsi oleh pelanggan dan memiliki identitas yang berbeda, seperti teks atau gambar sederhana di sampingnya di luar bisnis.

Bagi anak muda untuk bersosialisasi, baik dalam bentuk kumpul-kumpul untuk membahas isu-isu penting maupun sekedar tertawa dan mengisi waktu, kedai kopi telah menjadi tempat pertemuan tradisional baik di kota maju maupun berkembang. Namun, sejumlah kedai kopi juga dimanfaatkan sebagai lokasi untuk mendapatkan layanan tertentu, kadang disebut layanan wi-fi, yang memungkinkan masyarakat menghubungkan laptop dan smartphone (HP) dengan akses internet tanpa menutup mata terhadap perkembangan zaman. Warung kopi kini berkembang pesat dan bermunculan hampir di setiap wilayah kota Gorontalo.

Menurut pengamatan budaya, banyak kedai kopi berfungsi sebagai pusat interaksi sosial. Kedai kopi dipandang sebagai tempat di mana anggota sosial dapat bertemu, mengobrol, menulis,

⁶ Hermansyah, (2009), *Pokok Pokok Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, Jakarta: Kencana

⁷ Firdayanti Abbas, (2015), 'Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen (Pada Home Industry Moshimoshi Cake Samarinda)', *E-Jurnal Adbisnis*, 3, 248

⁸ Francis Tantri, (2009), *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, Hal 9-10

membaca, menghibur satu sama lain, atau sekadar menghabiskan waktu sendirian atau dalam kelompok. Kedai kopi ini memiliki area khusus bagi penikmatnya seiring perkembangannya.

Gaya hidup baru berkembang dan secara signifikan mempengaruhi budaya konsumtif masyarakat Kota Watampone bersamaan dengan kedai kopi yang terus berubah untuk memenuhi kebutuhan para penikmat kopi. Hal ini ditunjukkan dengan menjamurnya kedai kopi di kota ini, banyak di antaranya yang masih terbilang baru. Dalam hal ini, hal itu juga memengaruhi keputusan penduduk lokal tertentu tentang kedai kopi.

3. Pengertian Umum Tentang *Café* (Kopi Modern)

Kafe adalah lokasi yang dioperasikan secara komersial, historis atau kontemporer yang dimaksudkan menyerupai restoran, dan menawarkan layanan minuman dan makanan ringan dengan pilihan minuman yang lebih dari sekadar makanan.

Salah satu industri di Indonesia yang perkembangannya kini semakin pesat adalah kedai kopi (kedai kopi modern). Di berbagai kota besar di Indonesia, kedai kopi yang sering disebut *cafe* atau *coffee shop* menjamur.⁹ Berikut pengaruh modernisasi yang terlihat pada *cafe*. Yang pertama adalah perubahan tujuan kafe dari sekadar tempat makan dan minum menjadi tempat yang nyaman dengan berbagai fasilitas termasuk *wi-fi*, musik, suasana yang ramah dengan ide kafe yang bervariasi, dan sebagainya. Yang kedua adalah perubahan gaya hidup; *cafe* menjadi gaya hidup penduduk kota dan semacam tempat makan yang dipandang mampu merepresentasikan status sosial ekonomi dan gaya hidup.

Sementara kafe dipandang sebagai area publik yang menunjukkan kelas sosial, restoran, sebaliknya, lebih menekankan pada tujuannya. *Cafe* telah menjadi komponen vital kehidupan modern metropolitan dan tidak dapat dipisahkan dari kemanusiaan modern.

Saat ini, memiliki *Cafe* sudah menjadi mode. Selain berlokasi di mal atau hotel, kafe juga dapat ditemukan di rumah-rumah dan di pinggir jalan sehingga persaingan semakin ketat. Gorontalo saat ini memiliki beberapa kafe yang menjadi pemandangan khas. melalui berbagai nama, seperti *Cafe*, kedai kopi, toko, dan kedai kopi.

Generasi *cafe* memasuki era baru. Gaya hidup warga Gorontalo tidak lepas dari kehidupan malam, termasuk nongkrong di kafe dan tempat umum lainnya. Mereka semua bersatu untuk membentuk satu masyarakat yang mewakili modernisasi budaya. Sesuai dengan kebutuhan modernisasi, kafe bukan hanya tempat nongkrong anak muda; itu juga bisa menjadi tempat sarapan dan makanan cepat saji, serta lokasi yang menyenangkan dan tidak terbatas untuk menyelesaikan tugas sekolah. Remaja sering mengunjungi *cafe* pada malam hari, terutama pada hari Sabtu.

Cafe muncul sebagai hub baru untuk kontak sosial di kota maju dan berkembang, baik dalam bentuk pertemuan bisnis atau kumpul-kumpul untuk percakapan ringan. Selain sebagai tempat bersantai, *cafe* juga dimanfaatkan sebagai lokasi untuk mengakses fasilitas seperti *wi-fi* yang menghubungkan komputer dan *handphone* (seperti HP) dengan internet. Saat ini

⁹ Anang Firmansyah, (2018), Analisa strategi produk, harga, promosi, dan tempat terhadap kepuasan pelanggan warung giras di Surabaya, Jurnal Eksekutif, Vol 15, No 1, Hal 282

Tinjauan Persaingan Usaha Dagang Antar Warung Kopi Tradisional Dan Warung Kopi Modern Berdasarkan Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 (Studi Kasus, Warung Kopi Kape Kota Gorontalo)

perkembangan *cafe* semakin pesat, khususnya di Kota Gorontalo yang diibaratkan jamur saat musim hujan.

Sebagai tempat bersosialisasi, *cafe* ini menyediakan berbagai layanan. *Cafe* tampaknya memberi kesempatan kepada anggota sosial untuk bertemu, mengobrol, menulis, membaca, menghibur satu sama lain, atau sekadar menghabiskan waktu sendirian atau dalam kelompok. Bagi warga Kota Gorontalo, sekadar bersantai di *cafe* merupakan hobi yang memiliki ganjaran tersendiri.

Cafe dianggap sebagai tempat makan yang *stylish* yang dapat memberikan suasana tenang yang diinginkan. Selain bertemu dengan rekan bisnis dan bersantai bersama teman atau keluarga, beberapa orang mengunjungi kafe untuk mencari suasana menyendiri. Saat ini, makan di *Cafe* sudah menjadi kebiasaan atau cara hidup baru bagi semua lapisan masyarakat, tidak hanya bagi kalangan bisnis.

Cafe tersebut memiliki spot tersendiri bagi para pencintanya seiring perkembangannya. Menjamurnya *cafe* yang banyak diantaranya masih terbilang baru di kota Bumi Arung Palakka dengan beragam konsep *cafe* mulai dari konsep tradisional hingga modern menjadi contoh bagaimana era *cafe* terus mengalami perubahan dan betapa pesatnya perubahan tersebut. mempengaruhi masyarakat kota Gorontalo khususnya para remaja.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini berupa penelitian hukum empiris adalah penelitian atau pengamatan di lapangan atau *field research* yang penelitian menitikfokuskan untuk mengumpulkan data empiris dilapangan. Dalam pendekatan yuridis-empiris yang meneliti tentang Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, diman pada implementasinya tidak sesuai yang terjadi dilapangan yang justru dimanfaatkan oleh oknum-oknum yang menguntungkan diri sendiri dan menciptakan persaingan usaha menjadi tidak sehat. Penelitian ini dilakukan di beberapa warung kopi dan instansi terkait yang ada di gorontalo salah satunya warung kopi Kape yang beralamat di Kompleks Pasar Murni, Kelurahan Biawao, Kecamatan Kota Selatan, Kota Gorontalo. Serta mengamati langsung apakah pelaku usaha sudah menerapkan Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Terjadinya persaingan usaha dagang antar warung kopi tradisional dan modern di Kota Gorontalo

Warung kopi merupakan bagian dari jenis usaha mikro yang menjadi komponen terpenting dalam hajat sehari-hari. Seiring dengan perluasan fasilitas saat ini, warung kopi terus bertumbuh dengan menyajikan tempat yang memiliki desain modern. Warung kopi di Gorontalo secara tidak langsung menjadi prospek ekonomi yang layak bagi pemilik usaha. Ini dikarenakan kedai kopi penyedia fasilitas bagi pengunjung dari berbagai unsur masyarakat di Kota Gorontalo.

Kata "persaingan" berasal dari bahasa Inggris dan mengacu pada acara kompetitif seperti kompetisi olahraga. Sebaliknya, menurut kamus manajemen, persaingan adalah bisnis dari dua atau lebih organisasi, yang masing-masing secara aktif bersaing untuk mendapatkan pesanan dengan memberikan harga atau persyaratan terbaik. Definisi kamus hukum ekonomi tentang "persaingan bisnis" adalah "persaingan antara pengusaha dalam mempengaruhi konsumen atau pemberi untuk produk tertentu." Sementara kompetisi dalam praktek usaha adalah perilaku yang umum dilakukan oleh para pelaku usaha dalam memproduksi atau memasarkan usahanya, baik dalam kegiatan usaha yang sama maupun dalam kegiatan usaha yang berbeda. Namun, kompetisi usaha harus dilakukan dengan baik agar tidak ada pihak yang dirugikan.

Kebutuhan tren gaya hidup nongkrong, menyelesaikan tugas/kerja menjadikan warung kopi baik secara tradisional maupun modern semakin banyak apalagi di Kota Gorontalo. Semakin banyaknya warung kopi menyebabkan persaingan tersendiri antara warung kopi tradisional maupun modern. Sehingga menyebabkan banyak warung kopi yang menawarkan promo atau lain sebagainya agar supaya menarik pelanggan/konsumen. Selain itu bagaimana cerdasnya para pemilik warung kopi tradisional maupun pemilik warung kopi modern untuk bergerak cepat dalam hal menarik pelanggan/konsumen dan juga menyusun strategi keberlanjutan usaha mereka, sehingga perlu mencermati perilaku konsumen dan pelaku bisnis harus mengerti apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Namun kadang kala, ada cara persaingan usaha yang dilakukan secara tidak sehat dilakukan oleh pemilik warung kopi.

Persaingan usaha tidak sehat dapat dilihat sebagai keadaan persaingan yang tidak berfungsi dengan baik antar pelaku usaha. Menurut UU No. 5 Tahun 1999 yang melarang perilaku monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, terdapat tiga tanda terjadinya persaingan tidak sehat:

1. Persaingan usaha yang dilaksanakan secara tidak jujur.
2. Persaingan usaha yang dilaksanakan dengan cara melanggar hukum.
3. Persaingan usaha yang dilaksanakan dengan cara mencegah terjadinya persaingan diantara pelaku usaha.

Persaingan usaha Warung kopi di Kota Gorontalo jika dilihat dari sudut pandang pemilik adalah persaingan usaha yang cukup sehat dimana dari segi pengunjung tidak terjadi suatu permasalahan serius oleh keberadaan warung kopi tradisional maupun warung kopi modern yang baru. Di karenakan tiap warung kopi yang ada di Kota Gorontalo mempunyai pelanggannya masing-masing yang bisa di bilang mempunyai pasarnya sendiri. Seperti bapak Fahri jelaskan pemilik dari warung kopi kape kompleks murni ini biasanya pengunjung rata-rata usianya 30 tahun ke-atas dan jam datang biasa pukul delapan pagi. Sedangkan menurut Arif husain barista dari warung kopi modern *cartel caffe* jalan Mayor Dullah, Talumolo pengunjung coffee shop tersebut kebanyakan remaja dan dewasa jam datangnya pun pukul empat sore dan waktu ramainya pukul Sembilan malam, mereka datang dengan kepentingannya masing-masing ada yang mau kerja tugas mumpung *wifi* gratis, nongkrong sama teman-teman, ada juga yang melakukan pertemuan di tempat tersebut atau hanya sekedar minum kopi.¹⁰

¹⁰ Hasil wawancara pemilik warung kopi kape, Fahri (diakses 2023)

Tinjauan Persaingan Usaha Dagang Antar Warung Kopi Tradisional Dan Warung Kopi Modern Berdasarkan Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 (Studi Kasus, Warung Kopi Kape Kota Gorontalo)

Perbedaan utama antara kedai kopi tradisional dan kedai kopi kontemporer adalah bahwa kedai kopi tradisional adalah kedai kopi yang telah beroperasi sejak tahun 1990-an dan mempertahankan dekorasi aslinya, yang tidak terlalu mewah. Fasilitas kedai kopi tradisional relatif sederhana, hanya terdiri dari kursi dan meja konvensional. Menu kedai kopi tradisional terbatas pada kopi hitam yang dibuat dengan air panas dan dimaniskan dengan gula atau susu. Dalam menyajikan kopi, cangkir kecil dan piring kecil sering digunakan, berbeda dengan kedai kopi modern yang sebagian besar baru pada tahun 2016. Dari segi ruang kedai kopi Modern ini terkesan elegan dan didesain dengan rapi, juga memamerkan kopi dengan inovasi baru. Terakhir, dalam hal fasilitas kedai kopi Modern, disediakan akses internet gratis untuk digunakan pelanggan selama berada di kedai kopi.

Namun, persaingan usaha yang cukup sehat ini harusnya ditunjang dengan adanya perolehan bahan baku kopi yang mudah kepada para pelaku usaha. Berdasarkan hasil temuan di lapangan, berbagai macam faktor menyebabkan persaingan usaha ini menjadi tidak sehat. Tidak sehatnya persaingan usaha terjadi dilakukan oleh pelaku usaha baik secara kelompok maupun individu dalam rangka menciptakan kondisi yang bisa memberi untung pengusaha itu sendiri. Faktor-faktor yang menimbulkan bersaingnya usaha secara tidak sehat dapat timbul akibat terdapat sesuatu keadaan yang memberi untung pelaku usaha dan memanfaatkannya untuk kepentingan dan keuntungan pelaku usaha tersebut, sekalipun pada akhirnya menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha lainnya.

Peneliti menemukan adanya praktek persaingan usaha tidak sehat terjadi pada distribusi bahan pokok kopi pinogu. Sulitnya mendapatkan bahan baku kopi pinogu di Kota Gorontalo menimbulkan adanya persaingan tidak sehat antara pelaku usaha. Lantaran, kopi pinogu yang harusnya menjadi kopi andalan dan menjadi icon kopi Gorontalo justru sangat sulit ditemui di banyak warung kopi di Gorontalo. Ini disebabkan sulitnya mendapatkan bahan baku. Padahal, kopi pinogu adalah kopi asli Gorontalo. Hanya beberapa warung kopi yang menyajikan kopi pinogu dengan harga murah. Lainnya menyediakan kopi pinogu dengan harga yang mahal. Persaingan usaha dagang ikut terjadi kopi pinogu ini. Padahal, pemerintah harusnya mengambil kebijakan strategisnya untuk distribusi bahan pokok kopi pinogu kepada masyarakat pelaku usaha.

Persaingan usaha tidak sehat yang terjadi saat ini terdapat pada ketersediaan bahan baku, yang peneliti ketahui dan sudah di wawancarai bersama bapak kris usman¹¹ selaku petani kopi pinogu. di Gorontalo ada 5 jenis biji kopi di berbagai Kabupaten yang ada di Gorontalo yaitu

- Kopi dulamayo, Kec. Dulamayo Utara, Kab. Gorontalo.
- Kopi Tolinggula, Kec. Tolinggula, Kab. Gorontalo Utara
- Kopi Taluditi, Kec. Taluditi, Kab. Pohuwato.
- Kopi Pabuto Kec. Wonosari, Kab. Boalemo.
- Kopi Pinogu, Kec. Pinogu, Kab. Bone Bolango.

Masing-masing kopi tersebut adalah jenis kopi *robusta*. Biji kopi yang paling populer di provinsi Gorontalo adalah kopi pinogu tidak heran jika kopi pinogu pernah dapat undangan di

¹¹ Wawancara bapak Kris usman, petani sekaligus penyangrai (2023)

istana presiden. Kompas.com. kopi pinogu, dari belantara hutan menuju istana presiden. ”kopi pinogu ini akan disajikan di istana bogor pada 1 oktober. Kopi ini menjadi salah satu dari 7 kopi yang diundang dalam peringatan hari kopi internasional kata hamim pou, bupati bone bolango, rabu (27/9/2017)¹². Bisa dilihat dari prestasi produk kopi pinogu tidak heran jika kopi ini adalah kopi yang populer. Dinas pertanian bone bolango mencatat, saat ini lahan kebun kopi robusta di pinogu mencapai 225 hektare yang tersebar di 5 desa yakni pinogu induk, pinogu permai, tilongkabila, bangiyo dan dataran hijau. otsamanicoffee.com.¹³ Kopi yang tumbuh organik ini berada dalam hutan lindung yang dataran tinggi, untuk mencapainya setidaknya dibutuhkan perjalanan delapan jam atau lebih menembus hutan di Taman Nasional Bogani Nani Wartabone kopi pinogu ditanam secara alami tanpa menggunakan pupuk atau pestisida. Zaman dahulu kopi pinogu dibawa keluar hutan dengan cara dibopong atas pundak, kini orang-orang mengangkutnya dengan motor dan biaya angkutnya 5.000 Rupiah/kg ucap bapak kris usman.

Di lain sisi, akses mobilitas dan distribusi kopi Pinogu menuju Kota Gorontalo menjadi salah satu faktor mahal nya kopi pinogu. Kecamatan Pinogu terletak sekitar 30 km dari desa Tulabolo, kecamatan Suwawa Timur, yang merupakan pintu masuk satu-satunya ke pinogu. Ada tiga cara mencapai pinogu berjalan kaki menembus hutan dan melalui lereng gunung, naik ojek motor dengan ongkos sekitar 1juta rupiah pulang-pergi atau helikopter sebagai matra udara. Dengan adanya ojek para petani tidak lagi memikul kopi dipundak akan tetapi tarif ojek mempengaruhi harga jual kopi tersebut biasanya bapak kris usman menurunkan 100kg ongkosnya bisa sampai 500.000 Rupiah harga tesebut akan naik sampai 50% ketika musim hujan dikarenakan akses jalan yang sulit dilewati. Karena belum adanya sarana jalan yang memadai hal ini berakibat pada pemasaran kopi Pinogu banyak terkendala perkembangannya.

Sulitnya menuju lokasi menyebabkan petani kopi enggan menggunakan pupuk dan pestisida selain dari kesuburan tanah yang tinggi daun gugur dibiarkan terurai oleh mikroorganisme secara otomatis menjadi pupuk alami bagi kopi.

Terjadinya peningkatan harga tidak hanya dipengaruhi oleh distribusi dari Pinogu menuju Kota Gorontalo saja. Melainkan, faktor pengepul yang mengumpulkan hampir semua biji kopi Pinogu dari petani kopi dan dijual dalam bentuk produk individu yang memiliki merek sendiri dan dijual kepada pengusaha kopi di Kota Gorontalo. Ini sebabnya para pengusaha kopi sulit memperoleh kopi pinogu dengan harga murah karena tidak memeperolehnya dari petani langsung.¹⁴

Dari 5 jenis biji kopi yang ada di gorontalo para pelaku usaha warung kopi justru lebih memilih biji kopi dari luar daerah gorontalo, seperti warung kopi *Cartel Caffè* lebih tertarik dengan biji kopi yang ada di pulau jawa di karenakan harga yang di tawarkan lebih murah di banding dengan kopi yang ada di daerah Gorontalo dan juga lebih mudah didapatkan. Kebutuhan warung kopi

¹² Kompas 'Kopi Pinogu, dari Belantara Hutan menuju Istana Presiden' (<https://amp.kompas.com/regional/read/2017/09/27/20160461/kopi-pinogu-dari-belantara-hutan-menuju-istana-presiden>) (diakses 2023)

¹³ Otsmani, 'Kopi Pinogu, Kopi Yang Melegenda Sejak Abad 18' (<https://otsmanicoffee.com/kopi-pinogu-kopi-yang-melegenda-sejak-abad-18/>) (diakses 2023)

¹⁴ Wawancara penyangrai kopi sekaligus petani kopi pingou, Kris Usman (2022)

Tinjauan Persaingan Usaha Dagang Antar Warung Kopi Tradisional Dan Warung Kopi Modern Berdasarkan Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 (Studi Kasus, Warung Kopi Kape Kota Gorontalo)

tersebut bukan hanya kopi jenis robusta, kopi ada 3 jenis *Robusta*, *Arabika* dan *Liberika*. Pemilik dari warkop *Cartel Caffè* juga membutuhkan kopi *arabika*, ketersediaan dari kopi jenis arabika ini belum di pasarkan di Gorontalo menurut bapak Kris Usman sebagai petani sekaligus penyanggrai kopi pinogu pohon dari kopi arabika ini belum di budidayakan di kec. Pinogu akan tetapi pohon kopi arabika tersebut sudah ada tengah hutan alias pohon liar begitu ujar dari seorang petani biji kopi pinogu tersebut. Sedangkan dari warung *kopi kape* justru hanya menggunakan kopi lokal gorontalo yaitu kopi pinogu, bapak fahri¹⁵ selaku pemilik usaha mendapatkan bahan baku tersebut di karenakan mempunyai keluarga yang tinggal di kecamatan pinogu tersebut. Dengan hal ini peneliti menemukan bahwa adanya penguasaan pada bahan baku di karenakan dari banyaknya warung kopi di Gorontalo hanya beberapa warung kopi saja yang menggunakan kopi asli gorontalo tersebut.

Fenomena Warung Kopi di Kota Gorontalo menunjukkan bahwa suatu daerah mengalami kemajuan karena *Café* dan Warung kopi ini merupakan ruang publik atau sarana berinteraksi antara warga Masyarakat. Tapi banyaknya usaha-usaha yang muncul harus di barengi oleh pemerintah setempat, contoh kecilnya adalah mempermudah pelaku usaha untuk mendapatkan bahan baku agar menciptakan persaingan usaha yang sehat. Gorontalo punya potensi besar kembangkan kopi setiap kabupaten di Gorontalo, punya khas berdasarkan wilayah masing-masing. Namun potensi kopi di Gorontalo kurang diperhatikan pemerintah, petani-petani perlu adanya pendampingan dan pelatihan budidaya kopi agar meningkatkan kualitas dan kuantitas agar bisa bersaing di pasar lokal. Pasar kopi sudah sangat terbuka lebar karena sudah menjadi gaya hidup, kopi di Gorontalo perlu dikembangkan untuk membantu meningkatkan perekonomian.

4.2 Bentuk persaingan usaha antara warung kopi tradisional dan warung kopi modern di tinjau dari undang undang nomor 5 tahun 1999

Berdasarkan rumusan masalah yang dikaji oleh peneliti melihat bagaimana peran yang dilakukan oleh para pelaku usaha dalam menerapkan undang undang nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha secara tidak sehat. Jika dilihat dari pasal 13 tentang oligopsoni dan bagaimana para pelaku usaha dalam menerapkan undang-undang ini.

Aturan undang undang nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha secara tidak sehat seyogyanya melindungi hak kepada para pelaku usaha dalam menjalankan usaha yang sehat. Di Kota Gorontalo sendiri hadirnya aturan ini menjadi acuan para pelaku usaha warung kopi tradisional dan warung kopi modern dalam menjalankan usahanya. Adanya aturan ini menjadi acuan pelaku usah dalam menjalankan usaha warung kopi yang sehat baik usaha secara memperoleh bahan pokok kopi hingga disajikan kepada konsumen.

Aturan tentang larangan persaingan usaha tidak sehat ini telah ada dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Aturan ini tidak sekedar dibuat dalam memberi perlindungan terhadap konsumen saja. Namun lebih luas aspeknya yaitu memberi perlindungan terhadap pelaku usaha dari praktek persaingan usaha yang tidak sehat. Aturan ini melarang pelaku usaha yang memiliki niatan

¹⁵ Wawancara Pemilik warung kopi kape, Fahri (2023)

melakukan suatu kompetisi usaha yang tidak sehat sehingga mengakibatkan kerugian terhadap pengusaha lainnya.

Undang-undang ini membedakan istilah “monopoli” dan “praktek monopoli”. Kata monopoli adalah kata yang bermakna netral, yaitu penguasaan atas produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha. Penguasaan demikian tidak harus berarti negatif. Ada jenis monopoli tertentu yang tidak bisa dihindari demi alasan efisiensi (*natural monopoly*) atau karena dilindungi oleh undang-undang (*statutory monopoly*). Yang dilarang adalah praktek monopoli, yang oleh undang-undang ini diartikan sebagai monopoli yang menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum. Jadi, monopoli bisa berdampak positif dan bisa negatif. Sayangnya, UU No. 5 Tahun 1999 tidak cukup konsisten untuk menggunakan perbedaan dua istilah di atas. Hal itu terlihat dari pemakaian judul Bagian Pertama dari Bab IV tentang Kegiatan yang Dilarang. Di situ dicantumkan istilah “monopoli” sebagai salah satu jenis kegiatan yang dilarang, yang seharusnya tertulis “praktek monopoli”.

Sekalipun UU No. 5 Tahun 1999 sering diberi nama lain sebagai UU Antimonopoli, pada dasarnya monopoli hanya salah satu jenis kegiatan yang disebut-sebut dalam undang-undang ini. Di samping ada bentuk-bentuk kegiatan yang dilarang, juga ada bentuk-bentuk perjanjian yang dilarang. Penyebutan UU Antimonopoli—seperti gagasan DPR saat itu—untuk menyebut UU No. 5 Tahun 1999, dengan demikian, menjadi kurang tepat. Akan lebih baik jika digunakan istilah UU Larangan Persaingan Usaha Tidak Sehat atau UU Antipersaingan Curang.

Terminologi yang ditampilkan untuk menunjuk kepada bentuk-bentuk perjanjian atau kegiatan yang dilarang dalam UU No. 5 Tahun 1999 ini sebenarnya tidak tersusun secara sistematis. Pengertian suatu istilah seringkali tumpang tindih dengan istilah lainnya. Kartel untuk mengontrol harga, misalnya, dapat saja berarti sama dengan penetapan harga (*price fixing*). Perjanjian tertutup (*exclusive dealing*) bisa saja isinya merupakan pemboikotan. Uraian berikut ini akan membantu kita dalam menyederhanakan pengertian tentang jenis perjanjian dan kegiatan yang dilarang dalam UU No. 5 Tahun 1999 tersebut. Sifat pendekatan per se atau *rule of reason* yang disebutkan pada tiap-tiap bentuk perjanjian/kegiatan adalah asumsi sementara dengan sekadar melihat pada indikator rumusan kalimat pasal-pasal yang mengaturnya.

Perjanjian yang dilarang:

1. Oligopoli, sifatnya *Rule of reason*

Perjanjian untuk menguasai produksi dan/atau pemasaran barang atau menguasai penggunaan jasa oleh 2 s.d. 3 pelaku usaha atau 2 s.d. 3 kelompok pelaku usaha tertentu.

Contoh: Produksi mie instan yang dipasarkan di Indonesia, 75% berasal dari kelompok pelaku usaha A, B, dan C. Ini berarti keterikatan pelaku usaha A, B, dan C itu sudah oligopoli.

2. Penetapan harga (*price fixing*), sifatnya *per se*

Perjanjian di antara pelaku usaha yang seharusnya bersaing, sehingga terjadi koordinasi (kolusi) untuk mengatur harga. Hal ini bisa juga disebut kartel harga.

Contoh: beberapa perusahaan taksi sepakat bersama-sama menaikkan tarif.

Tinjauan Persaingan Usaha Dagang Antar Warung Kopi Tradisional Dan Warung Kopi Modern Berdasarkan Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 (Studi Kasus, Warung Kopi Kape Kota Gorontalo)

Catatan: penetapan harga adalah salah satu bentuk perjanjian pengaturan harga. Di luar itu ada bentuk perjanjian price discrimination (diskriminasi terhadap pesaing), predatory pricing (bantingharga), dan resale price maintenance (mengatur harga jual kembali atas suatu produk).

3. Pembagian wilayah, sifatnya *rule of reason*

Perjanjian di antara pelaku usaha yang seharusnya bersaing, untuk berbagi wilayah pemasaran.

Contoh: perusahaan A hanya menjual produknya di Jawa Tengah dan perusahaan B hanya di Jawa Timur.

4. Pemboikotan, sifatnya *per se* dan *rule of reason*

Perjanjian di antara beberapa pelaku usaha untuk:

- a) menghalangi masuknya pelaku usaha baru (entry barrier);
- b) membatasi ruang gerak pelaku usaha lain untuk menjual atau membeli suatu produk.

Contoh: Asosiasi produsen rokok bersepakat dengan asosiasi petani tembakau agar para petani menjual tembakau mereka kepada produsen rokok anggota asosiasi itu saja.

5. Kartel, sifatnya *per se*

Perjanjian di antara pelaku usaha yang seharusnya bersaing, sehingga terjadi koordinasi (kolusi) untuk mengatur kuota produksi, dan/atau alokasi pasar. Kartel juga bisa dilakukan untuk harga (menjadi price fixing).

Contoh: beberapa perusahaan semen sepakat untuk mengurangi produksi selama 2 bulan agar pasokan menipis

6. Trust, sifatnya *rule of reason*

Perjanjian kerja sama di antara pelaku usaha dengan cara menggabungkan diri menjadi perseroan lebih besar, tetapi eksistensi perusahaan masing-masing tetap ada.

Contoh: Dua pelaku usaha yang bersaing (A dan B) menyatakan penggabungan perusahaan mereka, tapi sebenarnya A dan B tetap dikelola sebagai dua perusahaan tersendiri.

7. Oligopsoni, sifatnya *rule of reason*

Perjanjian untuk menguasai penerimaan pasokan barang/jasa dalam suatu pasar oleh 2 s.d. 3 pelaku usaha atau 2 s.d. 3 kelompok pelaku usaha tertentu.

Contoh: Perusahaan mie A, B, dan C bersama-sama berjanji untuk menyerap 75% pasokan terigu nasional.

8. Integrasi vertikal (*vertical integration*), sifatnya *rule of reason*

Perjanjian di antara perusahaan-perusahaan yang berada dalam satu rangkaian jenjang produksi barang tertentu, namun semuanya berada dalam kontrol satu tangan (satu afiliasi), untuk secara bersama-sama memenangkan persaingan secara tidak sehat.

Contoh: Satu perusahaan di hulu mengakuisisi perusahaan di hilirnya. Akuisisi ini menyebabkan terjadi posisi dominan, yang kemudian disalahgunakan untuk memenangkan persaingan secara tidak sehat.

9. Perjanjian tertutup (*exclusive dealing*), sifatnya *per se*

Perjanjian di antara pemasok dan penjual produk untuk memastikan pelaku usaha lainnya tidak diberi akses memperoleh pasokan yang sama atau barang itu tidak dijual ke pihak tertentu.

Contoh: Perjanjian antara produsen terigu A dan produsen mie B, bahwa jenis terigu yang dijual kepada B tidak boleh dijual kepada pelaku usaha lain.

10. Perjanjian dengan luar negeri

Semua bentuk perjanjian yang dilarang tidak hanya dilakukan antarsesama pelaku usaha dalam negeri, tetapi juga dengan pelaku usaha dari luar negeri.

Kegiatan yang Dilarang:

a. Monopoli

Kegiatan menguasai atas produksi dan/atau pemasaran barang atau menguasai penggunaan jasa oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha tertentu.

Contoh: Produksi mie instan yang dipasarkan di Indonesia, 50% berasal dari kelompok pelaku usaha A. Ini berarti pelaku usaha A sudah monopoli (tetapi belum tentu melakukan praktek monopoli).

b. Monopsoni, sifatnya *rule of reason*

Kegiatan menguasai atas penerimaan pasokan barang/jasa dalam suatu pasar oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha tertentu.

Contoh: Perusahaan mie A sendirian telah menyerap 50% produksi terigu yang ada di suatu pasar.

c. Penguasaan pasar, sifatnya *rule of reason*

Ada beberapa kegiatan yang termasuk kategori kegiatan penguasaan pasar yang dilarang:

- 1) menolak/menghalangi masuknya pelaku usaha baru (*entry barrier*);
- 2) menghalangi konsumen berhubungan dengan pelaku usaha saingannya;
- 3) membatasi peredaran/penjualan barang/jasa pelaku usaha lain;
- 4) melakukan praktek diskriminasi terhadap pelaku usaha lain;
- 5) menjual rugi (banting harga).

Contoh: Pelaku usaha A menetapkan biaya produksi secara tidak jujur, sehingga harga jual produknya di bawah biaya produksi sebenarnya.

d. Persekongkolan, sifatnya *per se* dan *rule of reason*

Kegiatan (konspirasi) dalam rangka memenangkan suatu persaingan usaha secara tidak sehat, dalam bentuk:

- 1) persekongkolan untuk memenangkan tender;
- 2) persekongkolan mencuri rahasia perusahaan saingan;
- 3) persekongkolan merusak kualitas/citra produk saingan.

Tinjauan Persaingan Usaha Dagang Antar Warung Kopi Tradisional Dan Warung Kopi Modern Berdasarkan Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 (Studi Kasus, Warung Kopi Kape Kota Gorontalo)

Contoh: pelaku usaha bersekongkol dengan pimpinan proyek agar dimenangkan dalam tender. Atau, pelaku usaha yang satu dibayar oleh pelaku usaha yang lain untuk sengaja mengalah dalam tender.¹⁶ business-law.binus.ac.id catatan seputar hukum persaingan usaha

Berangkat dari uraian mengenai jenis perjanjian dan kegiatan yang dilarang dalam UU No. 5 Tahun 1999 tersebut. Maka peneliti menemui adanya praktek larangan persaingan usaha yang terjadi dari aspek persaingan usaha dagang tidak sehat oligopsoni. Yaitu perjanjian penguasaan penerimaan pasokan barang/jasa dalam suatu pasar oleh dua sampai dengan tiga pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha tertentu. Penguasaan pengusaha yang dimaksud adalah kelompok pengepul kopi Pinogu dari petani kopi di Kecamatan Pinogu. Para pengepul mengambil harga murah dari petani dan selanjutnya dibuat merek milik pribadi/kelompok dan dijual bijinya kepada pengusaha kopi baik tradisional maupun modern dengan harga yang cukup tinggi. Ini menjadikan harga menjadi tidak wajar dan menimbulkan persaingan tidak sehat.

Jelas, siapa yang memiliki modal yang lebih besar bisa membeli kopi pinogu dalam jumlah yang besar. Hal ini tentu mempengaruhi persaingan usaha. Akibatnya memperoleh kopi pinogu. Peneliti sendiri melakukan penelitian di beberapa warung kopi di Kota Gorontalo baik warung kopi tradisional maupun warung kopi modern antara lain:

- Warung kopi tradisional
 - 1) Warung Kopi Kape, Kompleks pertokoan murni, Jl Nani Wartabone
 - 2) Warkop Jack kopi, Jl D.I Panjaitan.
 - 3) Warkop JDS 35, Jl. Pangeran Hidayat
 - 4) Warkop Amal, Jl. Prof. Dr. H.B Jassin
 - 5) Warkop Kawsar, Jl. Jamaludin Malik
- Warung Kopi Modern/*Coffee shop*
 - 1) Cartel Caffé, Jl. Mayor Dullah
 - 2) Community House, Jl. S. Parman
 - 3) Everyday Coffee, Jl. Prof. Dr. H.B Jassin
 - 4) KopiLabs, Jl. Budi Utomo
 - 5) Sociology Coffee, Jl. Rusli Datau

Dari semua warung kopi yang peneliti kunjungi hanya warung kopi kape yang menggunakan biji kopi lokal Gorontalo atau kopi pinogu. Pemilik warung kopi Fahri mengatakan, biji kopi Pinogu karena memiliki akses dengan petani kopi pinogu langsung yang ketebatan masih memiliki ikatan keluarga dengan para pemilik lahan kopi di Pinogu. Dengan demikian, penguasaan pasar terhadap kopi pinogu hanya dikuasai oleh salah satunya warung kopi kape ini. Apabila ada kebutuhan terhadap kopi pinogu, makan kedai atau warung kopi lainnya akan membeli biji kopi di kopi kape dengan tentunya harga yang lebih tinggi yaitu Rp190 ribu/kilogram.

¹⁶ Business law 'catatan seputar hukum persaingan usaha: <https://business-law.binus.ac.id/2013/01/20/catatan-seputar-hukum-persaingan-usaha/> (diakses 2023)

Alternatif warung kopi lainnya membeli biji kopi pingou di warung kopi kape bukan tanpa alasan, tidak hanya menyangkut kelangkaan kopi pinogu saja, melainkan akses yang jauh dan harga yang mahal serta kopi yang dijual belum berupa kopi yang siap disajikan.

Tak hanya warung kopi yang peneliti kunjungi tempat penyangrai kopi juga peneliti kunjungi untuk mencari tau harga pasaran kopi pinogu. salah satunya adalah Natteya Kopi dan bapak Kris Usman sebagai pemilik harga kopi pinogu beliau 160.000 ribu per/kilo, harga tersebut dikarenakan akses jalan yang sulit dan kelangkaan bahan baku tersebut. Setelah ditelusuri ternyata ada oknum yang menjadi pengepul kopi pinogu dengan alasan mengeksport dalam negeri maupun luar negeri hal ini jelas menguntungkan akan tetapi di Gorontalo juga banyak permintaan komoditas tersebut yang menyebabkan penyebaran tidak merata. Tentunya hal ini bisa di bilang oligopsoni pasal 13 undang-undang nomor 5 tahun 1999 berbunyi tentang;

- 1) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang bertujuan untuk secara bersama-sama menguasai pembelian atau penerimaan pasokan agar dapat mengendalikan harga atas barang atau jasa dalam pasar bersangkutan, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat
- 2) Pelaku usaha patut diduga atau dianggap secara bersama-sama menguasai pembelian atau penerimaan pasokan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) apabila 2 (dua) atau 3 (tiga) pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 75% (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

Kopi pinogu sudah ada indikasi geografis semua data petani ada, sebelum didistribusikan ada komunitas yang mendata hasil dari lahan mana dan petaninya siapa ucap bapak Iwan Sondakh S.H, M.H Kepala Bidang Perdagangan Dinas Koperasi Dan UMKM Provinsi Gorontalo¹⁷. Dan penulis menyimpulkan bahwa dengan adanya indikasi geografis yang dimanfaatkan oleh oknum untuk menguasai kopi tersebut sebab sebelum tersebar luas kopi tersebut harus didata dan langsung dibeli dengan harga yang murah oleh oknum tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Dalam Prespektif Persaingan yang ada, temuan yang ditemukan penulis lebih tertuju pada bentuk keseimbangan dari Kopi yang disediakan dari dua jenis Warkop yang ada dalam ranah penelitian, Dari berbagai jenis kopi yang coba disuguhkan oleh Beberapa Warkop itu sendiri justru ada kecenderungan Pengepul yang coba memanipulasi pasar, dan kedepannya inilah yang akan dinilai sebagai bentuk persaingan yang tidak sehat.

¹⁷ Hasil wawancara bapak Iwan Sondakh S.H, M.H Kepala Bidang Perdagangan Dinas Koperasi Dan UMKM Provinsi Gorontalo (2023)

Tinjauan Persaingan Usaha Dagang Antar Warung Kopi Tradisional Dan Warung Kopi Modern Berdasarkan Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 (Studi Kasus, Warung Kopi Kape Kota Gorontalo)

2. Bentuk Monopoli yang timbul dalam persaingan usaha yang ada dalam ranah penelitian, menjadi alasan penulis untuk menelisik lebih lanjut dalam menerapkan undang undang nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha secara tidak sehat. Jika dilihat dari pasal 13 tentang oligopsoni dan bagaimana para pelaku usaha dalam menerapkan undang-undang ini bahwa dengan adanya indikasi geografis yang dimanfaatkan oleh oknum untuk menguasai kopi tersebut sebab sebelum tersebar luas kopi tersebut harus didata dan langsung dibeli dengan harga yang murah oleh oknum tersebut

Saran

1. Persaingan usaha tidak sehat yang telah diatur dalam Undang-undang nomor 5 Tahun 1999 menjadi warning bagi pelaku usaha supaya melakukan usaha dagang yang sehat. Namun begitu, di hasil penelitian ditemui adanya penguasaan terhadap bahan pokok kopi pinogu yang menyebabkan kopi asli Gorontalo ini justru mahal di daerah Gorontalo. Pemerintah harusnya meberi dukungan dengan pemberian akses seluas-luasnya kepada pelaku usaha dalam rangka memperoleh bahan pokok usaha dagang berupa biji kopi pinogu dengan pemberian subsidi untuk mempermudah distribusi kopi pinogu dari pelosok Pinogu menuju Gorontalo
- 2- Perlu adanya pengawasan yang ketat oleh Pemerintah dalam hal ini Dinas Perdagangan dan Industri dalam rangka distribusi hasil pertanian kopi pinogu supaya hak pentani memperoleh harga yang sesuai terpenuhi dan pengusaha kopi yang mencari biji kopi pinogu bisa memperoleh dengan mudah dan dengan harga yang bisa dijangkau oleh setiap pelaku usaha baik pengusaha warung kopi modern maupun tradisonal.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Sri Rejeki Hatono dkk, (2010), *Kamus Hukum Ekonomi* , Bogor: Ghalia Indonesia
- B.N. Marbun, (2003), *Kamus Manajemen*, jakarta: Pustaka Sinar Harapan
- Hermansyah, (2009), *Pokok Pokok Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia* , jakarta: kencana
- Ahmad Rafdi Qastari, (2016), 'Persaingan Usaha Kafe Dan Warung Kopi Di Kota Watampone (Suatu Tinjauan Antropologi Hukum)', Hal 33.
- Galuh Puspaningrum, (2013), *Hukum Persaingan Usaha*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo hal 46
- Francis Tantri, (2009), *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, Hal 9-10
- Mukhtie.Fadjar dan Yulianto, (2016), Achmad.*Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*.Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Hal 36
- Peter.Mahmud, (2010), *Penelitian Hukum*, Jakarta: Prenada Media Group.Hal 97

JURNAL

- Anang Firmansyah, (2018), Analisa strategi produk, harga, promosi, dan tempat terhadap kepuasan pelanggan warung giras di Surabaya, *Jurnal Eksekutif*, Vol 15, No 1, Hal 282
- Firdayanti Abbas, (2015), 'Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen (Pada Home Industry Moshimoshi Cake Samarinda)', *E-Jurnal Adbisnis*, 3, 248
- Irwanti Said (2017), WARUNG KOPI DAN GAYA HIDUP MODERN, *Jurnal Al-Khitabah*, Vol. III, No. 1 hal. 34

Nila Yani Hardiyanti Dan Ratih Puspa, (2021), "Coffe culture Indonesia, pola konsumsi konsumen pengunjung kafe, kedai kopi dan warung kopi di gresik", *Medicom jurnal meida dan komunikasi*, Vol 1, No 2 hal 94

INTERNET

Business law 'catatan seputar hukum persaingan usaha: <https://business-law.binus.ac.id/2013/01/20/catatan-seputar-hukum-persaingan-usaha/> (diakses 2023)

KBBI <https://kbbi.web.id/warung>, diakses (2022)

Kompas 'Kopi Pinogu, dari Belantara Hutan menuju Istana Presiden' (<https://amp.kompas.com/regional/read/2017/09/27/20160461/kopi-pinogu-dari-belantara-hutan-menuju-istana-presiden>) (diakses 2023)

Otsmani, 'Kopi Pinogu, Kopi Yang Melegenda Sejak Abad 18' (<https://otsmanicoffee.com/kopi-pinogu-kopi-yang-melegenda-sejak-abad-18/>) (diakses 2023)

Undang-undang

UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Hasil Wawancara

Wawancara penyangrai kopi sekaligus petani kopi pingou, Kris Usman (2023)

Hasil wawancara bapak Iwan Sondakh S.H, M.H Kepala Bidang Perdagangan Dinas Koperasi Dan UMKM Provinsi Gorontalo (2023)

Wawancara Pemilik warung kopi kape, Fahri (2023)