

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini dunia usaha semakin dinamis dan berkembang dengan sangat pesat dan luar biasa dinegara tercinta kita. Dalam perkembangan usaha ini jelas diperlukan peran dan sosok yang dapat menjaga perkembangan usaha tersebut tetap di jalurnya. Peran dan sosok tersebut adalah hukum. Tujuannya tentu untuk kemanfaatan, keadilan dan kepastian dalam melakukan kegiatan bisnis. Perkembangan dunia usaha jika tidak diikuti dengan pengaturan yang jelas akan berpotensi banyak terjadi pelanggaran yang berdampak pada praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dalam menjalankan aktivitas bisnis.

Perkembangan usaha atau bisnis tersebut menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat menjadi suatu kebutuhan yang baru. Kondisi seperti ini tentunya di satu sisi mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi namun di sisi lainnya perkembangan variasi barang dan jasa tersebut tidak dukung dengan adanya variasi harga yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen. kondisi seperti inilah yang membuat konsumen menjadi korban karena begitu merasa ketergantungannya terhadap suatu produk dan tingkat konsumtif yang tinggi membuat permintaan akan produk terus bertambah.

Pada dasarnya konsumen dengan pelaku usaha berada pada posisi yang seimbang dengan ukuran penawaran dan permintaan (*demand and supply*). Namun pada praktiknya kedudukan ini menjadi tidak seimbang hingga mengakibatkan konsumen berada pada posisi yang lebih lemah. Lemah karena konsumen yang menjadi objek aktivitas bisnis bagi pelaku usaha untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya dengan berbagai cara penjualan, promosi produk dan bahkan membuat perjanjian antar pelaku usaha dalam memproduksi barang dan jasa. Memperoleh keuntungan sebesar-besarnya adalah tujuan utama pelaku usaha dan itu sudah merupakan hakikat dari bisnis.

Pada dasarnya pelaku usaha tidak dapat menentukan secara sepihak harga atas produk dan/atau jasa melainkan harga tercipta melalui mekanisme pasar berdasarkan ekuilibrium permintaan dan penawaran (*supply and demand*). Mekanisme pasar yang seimbang dan ideal tercermin dari struktur pasar persaingan sempurna, dengan struktur pasar persaingan sempurna seperti ini melindungi konsumen. Struktur pasar persaingan sempurna membuat konsumen sebagai pembuat harga (*price maker*) pelaku usaha sebagai penerima harga (*price taker*).

Dengan perbandingan jumlah pelaku usaha dan konsumen yang seimbang, kondisi pasar seperti ini mengakibatkan variasi harga atas suatu produk barang dan/atau jasa. Kondisi pasar seperti ini mendukung terciptanya rivalitas antar pelaku usaha selaku produsen terhadap suatu produk di pangsa pasar dan hukum persaingan usaha bertujuan mengawal

rivalitas tersebut. Namun struktur pasar persaingan sempurna seperti ini hampir tidak pernah terjadi di setiap negara dan sama halnya dengan di Indonesia.

Dinamika pasar di Indonesia jika dilihat dari jenis barang atau jasa tertentu pada umumnya berbentuk pasar oligopoli. Bahkan kondisi pasar Indonesia dapat dikatakan jauh dari pasar persaingan sempurna oleh karena itu sadar akan dampak itu, ditanggulangi dengan adanya Undang-Undang No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat. Tentu dengan Undang-Undang No.5 Tahun 1999 tersebut diharapkan dapat memayungi dan mengawal persaingan usaha dalam mencegah praktek penciptaan pasar monopoli dan persaingan tidak sehat, dan berorientasi pada pasar persaingan sempurna.

Melihat bahwa mencari keuntungan yang sebesar-besarnya adalah tujuan utama pelaku usaha, maka para pelaku usaha berlomba-lomba untuk menciptakan iklim pasar monopoli. Struktur pasar seperti ini merupakan perbandingan terbalik dari pasar persaingan sempurna. Namun praktek bisnis yang berdampak pada monopoli telah dilarang dengan sangat jelas melalui Undang-Undang No.5 Tahun 1999.

Melihat kondisi pelarangan praktek pasar monopoli dan hampir tidak mungkin terjadinya struktur pasar persaingan sempurna melahirkan struktur pasar oligopoli yang menjadi titik tengah diantara pasar persaingan sempurna dan monopoli. Pasar oligopoli merupakan pembagian monopoli atau *share monopoly*, dapat dikatakan lahirnya pasar

oligopoli mempunyai implikasi positif dan negatif. Positifnya pasar oligopoli membatasi adanya penguasaan pasar secara monopoli dan menciptakan adanya rivalitas terhadap suatu pangsa pasar.

Adapun yang disebut dengan pasar oligopoli adalah pasar yang terdiri dari hanya beberapa produsen saja (*few sellers*). Untuk mengetahui pasar oligopoli tidak hanya dengan jumlah produsen semata, namun ada beberapa indikasi yang menjadi corak pasar oligopoli. Dalam pasar oligopoli pelaku usaha mempunyai kekuasaan menentukan harga ada kalanya lemah dan ada kalanya sangat tangguh. Setiap pelaku usaha yang ada di dalam pasar yang sama memiliki kekuatan yang cukup besar untuk mempengaruhi harga pasar dan perilaku setiap perusahaan akan mempengaruhi perilaku perusahaan lainnya dalam pasar. Dengan sedikitnya jumlah pemain ini juga menyebabkan adanya saling ketergantungan (*mutual interdependence*).¹ Saling ketergantungan (*mutual interdependence*) tersebut membuat iklim persaingan antar produsen atau perusahaan jadi lemah atau bahkan tidak terjadi. Karena dalam pasar oligopoli sangat mungkin terjadi antar pelaku usaha yang ada akan saling mempengaruhi untuk menentukan harga pasar, menentukan angka produksi barang dan jasa yang kemudian dapat mempengaruhi pelaku usaha lainnya, baik yang sudah ada dalam pasar (*existing firms*) maupun pelaku usaha yang masih di luar pasar (*potential firms*).

¹ Andi Fahmi Lubis, dkk, 2009, *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks dan Konteks*, Jakarta, ROV Creative Media, hlm. 88.

Pelaku usaha menjadi *powerfull* dapat dan mungkin saja terjadi dalam pasar oligopoli apabila dalam pasar oligopoli tidak menunjukkan terminologi adanya kompetisi atau rivalitas. Rivalitas ditandai dengan adanya tingkat posisi dominan antar pelaku usaha dalam posisi dominan tidak berselisih jauh dalam satu pangsa pasar. Dengan begitu posisi dominan merupakan indikator bagi pelaku usaha dalam menentukan harga. Dengan penguasaan market power dan keunggulan komparatif dalam hal financial, jangkauan akses, efisiensi optimal, teknologi mutakhir, keterampilan manajerial dan sebagainya dapat membuat suatu pelaku usaha memiliki posisi yang dominan di suatu pasar tertentu. Khususnya dalam struktur pasar oligopoli hal itu dapat dan berpotensi terjadi.

Pelaku usaha yang mempunyai posisi dominan yang tinggi membuat pelaku usaha lain dalam pangsa pasar yang sama menjadi lemah dan pelaku usaha itu menjadi tidak mempunyai pesaing yang berarti di pasar bersangkutan. Posisi dominan pelaku usaha diukur dengan kemampuan keuangan, kemampuan akses pada pasokan atau penjualan, serta kemampuan untuk menyesuaikan pasokan atau permintaan barang atau jasa tertentu.

Posisi dominan merupakan prestasi tersendiri bagi pelaku usaha, namun penyalahgunaan posisi dominan (*abuse of dominant position*) adalah dilarang dan merupakan pelanggaran hukum. Posisi dominan merupakan suatu prestasi karena pelaku usaha yang memiliki posisi dominan dapat mempengaruhi dinamika pasar (penawaran dan

permintaan). Pelaku usaha yang mempunyai posisi dominan tinggi dapat mempengaruhi dinamika pasar yang berdampak pada harga baik secara langsung maupun tidak langsung. Pelaku usaha dapat melakukan tindakan sendiri atau yang disebut tindakan unilateral dan tanpa harus melakukan perjanjian tertentu dengan pelaku usaha lain dalam mengatur harga dari dinamika pasar yang terjadi.

Penyalahgunaan posisi dominan telah diatur dalam Undang-Undang No.5 Tahun 1999 khususnya pada Bab V yaitu Pasal 25 sampai Pasal 29. Menurut Undang-Undang No.5 Tahun 1999, posisi dominan satu atau sekelompok pelaku usaha menguasai 50% atau lebih dalam pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu, atau dua atau tiga pelaku usaha/sekelompok menguasai 75% atau lebih pangsa pasar. Penyalahgunaan posisi dominan tersebut digunakan baik secara langsung atau tidak langsung. Dengan posisi dominan pasar oligopoli semakin meluas dan membuat pasar persaingan sempurna semakin rapuh untuk terjadi.

Persaingan sempurna menjadi tercederai jika terdapat perilaku (*behavior*) dan sistem pasar yang tidak kondusif bagi para pelaku usaha. Posisi dominan menjadi indikator pergerakan pelaku usaha dalam pasar oligopoli, karena setiap pelaku usaha dalam pasar oligopoli saling mempengaruhi satu sama lain. Posisi dominan dalam kondisi pasar hanya terdapat beberapa pelaku usaha lain akan sangat riskan terjadi perjanjian antar pelaku usaha dalam pangsa pasar yang sama. Perjanjian tersebut bisa

saja perjanjian yang dilarang menurut Undang-Undang No.5 Tahun 1999 yang bisa berdampak pada tidak terciptanya variasi harga terhadap suatu barang.

Persaingan menjadi tidak sempurna jika persaingan dilalui oleh suatu perjanjian baik secara tertulis maupun tidak tertulis, dan mengeliminasi persaingan diantara mereka dengan cara-cara tertentu. Khususnya perjanjian yang berdampak pada penetapan harga (*price fixing*) diantara para pelaku usaha yang harga ditetapkan sama diantara para pelaku usaha dengan sengaja.

Terjadinya kerjasama atau kolusi pada pasar oligopoli dapat terjadi secara sengaja atau secara diam-diam tanpa adanya kesepakatan diantara para pelaku usaha (*tacit collusion*). Kolusi secara diam-diam dapat terjadi karena adanya "*meeting of mind*" diantara para pelaku usaha untuk kebaikan mereka bersama untuk menetapkan harga atau produksi suatu barang.² *Meeting of mind* antar pelaku usaha mencegah variasi harga karena variasi produk dan biaya-biaya yang merupakan pemberitahuan rencana penetapannya suatu harga atas produk. Dengan jumlah pelaku usaha yang sedikit dalam pasar oligopoli memudahkan para pelaku usaha dalam pangsa pasar yang sama *meeting of mind* yang diaplikasikan baik secara tertulis ataupun tidak tertulis atau diam-diam.

Perjanjian secara diam-diam dalam pasar oligopoli sangat mungkin terjadi, dapat diaplikasikan dalam bentuk perjanjian penetapan harga antar

² *Ibid.*

pelaku usaha, perjanjian pemboikotan dan perjanjian kartel. Perjanjian tersebut berimplikasi tidak terciptanya suatu persaingan yang sehat dan tidak terciptanya kompetitif diantara para pelaku usaha.

Pada akhirnya anti kompetitif dalam suatu pasar tidak akan melindungi kepentingan konsumen dan melanggar hak-hak konsumen. Pelaku usaha yang seharusnya memperhatikan kepentingan konsumen (*consumer interest*) sebagai penentu dalam mekanisme pasar, kini menjadi obyek dari pelaku usaha yang menciptakan kondisi pasar sendiri. Hak-hak dasar konsumen yang harus dilindungi dan merupakan tujuan dalam konsideran lahirnya Undang-Undang No.5 Tahun 1999. Struktur pasar oligopoli jika tidak didukung dengan pengaturan hukum persaingan usaha yang kompleks maka yang dirugikan adalah konsumen. Apalagi kalau masyarakat atau konsumen yang kurang atau bahkan tidak mau tahu akan hak-hak nya sebagai konsumen, hal ini semakin mendukung tidak terciptanya kondisi pasar yang sempurna karena dari konsumen sendiri tidak memperjuangkan posisi tawarnya. Hal ini tentu kita sadari bahwa konsumen Indonesia sangat apatis, berbeda dengan negara maju yang gencar mensosialisasikan pendidikan konsumen. Pendidikan konsumen yang minim direalisasikan di Indonesia membuat hak-hak konsumen yang mendasar tidak diketahui oleh konsumen.

Variasi harga suatu produk tidak tercipta, jika persaingan usaha yang tidak sehat membuat konsumen kehilangan hak nya dalam memilih suatu produk berdasarkan variasi harga. Produk tersebut merupakan *social*

good, tentu akan sangat mempengaruhi konsumen karena ketergantungan terhadap barang dan kehilangan hak memilih. Jika saja mempunyai hak untuk memilih suatu produk, juga belum tentu melindungi hak konsumen atas suatu barang. karena bisa saja variasi harga tersebut tercipta dari strategi persaingan usaha yang tidak sehat.

Hal ini bukanlah merupakan suatu problema yang baru, karena hampir setiap negara bahkan negara maju menganggap ini sebagai suatu tantangan tersendiri yang harus ditanggulangi dengan hukum persaingan usaha dan anti monopoli apalagi dengan negara berkembang. Banyaknya celah-celah dalam hukum persaingan usaha dalam pengaturannya yang dapat mengakibatkan hukum itu menjadi pemangsa bagi tuannya sendiri yaitu konsumen atau rakyat.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dirumuskan masalah:

1. Apakah dalam struktur pasar oligopoli menurut Undang-Undang No.5 Tahun 1999 dapat mengakibatkan terjadi variasi harga?
2. Apakah harga yang sama terhadap barang atau jasa bersifat *social good* memberikan perlindungan bagi konsumen?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui apakah dengan struktur pasar oligopoli menurut UU No.5 Tahun 1999 mendukung terjadinya variasi harga suatu barang atau jasa.
2. Untuk mengetahui apakah harga yang sama terhadap barang atau *social good* memberikan perlindungan bagi konsumen.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Objektif

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu hukum pada umumnya, khususnya dalam bidang hukum ekonomi bisnis dan hukum perlindungan konsumen dalam hal indikasi terjadinya penetapan harga dalam penggunaan posisi dominan dalam pasar oligopoli dan perjanjian diantara pelaku usaha yang berdampak pada kerugian dan pelanggaran hak-hak konsumen.

2. Manfaat Subyektif

a) Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi para konsumen untuk bisa kritis dan tidak pasif dalam memperjuangkan hak-haknya sebagai konsumen yang sering dilanggar oleh pelaku usaha dalam aktivitas bisnis baik disadari maupun tidak disadari sehingga tidak terjadi pembiaran terus-menerus.

b) Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi para pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas bisnis untuk bisa memperhatikan pengaturan yang terkait mengenai hukum Ekonomi Bisnis di Indonesia, khususnya dalam regulasi yang dilarang dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penelitian ini juga diharapkan memberikan peringatan bagi pelaku usaha di Indonesia untuk mengindahkan persaingan usaha yang sehat dan motivasi untuk berkembang dalam menghadapi pasar Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) di tahun 2015.

c) Bagi penulis

Penelitian ini dapat mengembangkan ilmu hukum ekonomi bisnis dan hukum perlindungan konsumen yang telah diperoleh selama masa kuliah secara formal maupun informal dan mengembangkan rangsangan kritis terhadap penerapan suatu ilmu pengetahuan yang telah diperoleh penulis dalam penerapan masyarakat sebagai konsumen yang sadar akan hak-haknya., penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana hukum dan diharapkan penelitian ini dapat mendorong penulis untuk kembali melakukan penelitian penelitian lainnya dalam mengembangkan ilmu hukum.

E. Keaslian Penelitian

Penulisan hukum dengan judul “PERLINDUNGAN HAK KONSUMEN TERHADAP INDIKASI DALAM PASAR OLIGOPOLI (DITINJAU DARI UU NO.5 TAHUN 1999) ” ini benar-benar merupakan hasil karya dan buah pemikiran asli penulis sendiri, bukan merupakan duplikasi ataupun plagiasi dari karya penulis lain. Letak kekhususan karya tulis ini adalah penelitian dan pembahasan yang menekankan pada indikasi dalam pasar oligopoli yang tidak memberikan perlindungan bagi konsumen dalam faktor dan hal yang mempengaruhi variasi harga. pelaku usaha dalam menggunakan posisi dominannya dalam pasar oligopoli yang berujung mengakibatkan perjanjian yang dilarang. Hal ini yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang ada sebelumnya.

Beberapa penulis sebelumnya memang telah melakukan penelitian dengan tema, konsep, variabel, atau metode penelitian yang sama, tetapi baik judul penelitian, tujuan penelitian, maupun hasil penelitiannya pun berbeda.

Penulis-penulis tersebut, antara lain:

1. Nama Penulis : Ardy Hartoyo

Asal Universitas : Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Judul : KAJIAN YURIDIS PUTUSAN KOMISI
PENGAWAS PERSAINGAN USAHA NOMOR
10/KPPU-L/2009 TERKAIT PEMBATALAN

PERJANJIAN PENETAPAN HARGA (STUDI KASUS ASATIN).

Penulis melakukan penelitian mengenai pembatalan perjanjian penetapan harga oleh komisi pengawas persaingan usaha dengan putusan Nomor 10/KPPU-L/2009 dengan studi kasus ASATIN. Penelitian tersebut merumuskan permasalahan mengenai pertimbangan hukum yang diberikan majelis komisi pengawas persaingan usaha dalam pembatalan perjanjian penetapan harga yang dibuat oleh ASATIN dan mengkualifikasikan putusan PKPU dengan Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Penulis dalam penelitian tersebut memberi kesimpulan bahwa pada rumusan masalah pertama, bahwa dalam menginterpretasikan harga dalam penetapan harga harus secara luas dan perjanjian yang dibuat pihak ASATIN tidak mempengaruhi harga jual tiket ke konsumen. Kesimpulan dalam rumusan masalah kedua, bahwa perjanjian penetapan besaran komisi yang dilakukan pihak ASATIN tidak dapat dikualifikasikan sebagai perjanjian penetapan harga dalam Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

2. Nama Penulis : Yulia Hasmarawaty Has

Asal Universitas : Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Judul : EFEKTIVITAS KETENTUAN PASAL 4 UU
NO.5 TAHUN 1999 UNTUK MENCEGAH
PRAKTEK MONOPOLI DI INDONESIA.

Penulis melakukan penelitian tentang ketentuan Pasal 4 UU No.5 Tahun 1999 dapat mencegah terjadinya praktek monopoli dan bagaimanakah efektivitas Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) untuk menegakkan Pasal 4 UU No.5 Tahun 1999 dengan didukung oleh ketentuan dari Pasal 35 dan Pasal 36 UU No.5 Tahun 1999. Penulis memberi kesimpulan dalam penelitiannya bahwa ketentuan Pasal 4 UU No.5 Tahun 1999 tidak efektif dalam mencegah praktek monopoli jika pelaku usaha mempunyai kedudukan dominan didalam pasar. Dalam permasalahan yang kedua, penulis memberi kesimpulan bahwa dalam UU No.5 Tahun 1999 fungsi KPPU dalam mengawasi jalannya persaingan usaha sudah memadai dan efektif, sedangkan kewenangan KPPU dalam menegakkan UU No.5 Tahun 1999 kekuatan hukum yang dimiliki oleh KPPU masih lemah sehingga tidak efektif dalam menegakkan Pasal 4 UU No.5 Tahun 1999.

3. Nama Penulis : Kristian Ady Nugroho

Asal Universitas : Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Judul : IMPLIKASI REGULASI PEMERINTAH
MENGENAI PENETAPAN HARGA TABUNG

GAS 3 KG BESERTA ISINYA DIWILAYAH KABUPATEN KLATEN UNTUK MENCEGAH PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT.

Penulis melakukan penelitian tentang pelaksanaan perjanjian penetapan harga tabung gas 3kg beserta isinya di wilayah Kabupaten Klaten oleh para pelaku usaha bertentangan dengan Undang-Undang No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Penulis memberi kesimpulan dalam penelitiannya bahwa penetapan harga oleh pelaku usaha tabung gas 3kg dilarang dan bertentangan dengan UU No.5 Tahun 1999, namun ada pengecualian terhadap perjanjian penetapan harga dalam Pasal 50 UU No.5 Tahun 1999 untuk pelaku usaha melakukan penetapan harga bersamaan.

F. Batasan Konsep

Dalam melakukan penelitian dan pembahasan mengenai penulisan ini, Penulis membatasi konsep masalah dengan melakukan peninjauan, yaitu:

1. Konsumen menurut Pasal 1 Angka 2 dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

2. Berindikasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah mempunyai tanda-tanda yang menarik perhatian, petunjuk terjadi sesuatu.³
3. Pasar menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dirumuskan dalam Pasal 1 angka (9) adalah suatu lembaga ekonomi dimana para pembeli dan penjual baik secara langsung maupun tidak langsung dapat melakukan transaksi perdagangan barang dan jasa.
4. Pasar oligopoli menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah suatu keadaan pasar yang produsen penjual barang hanya sedikit sehingga mereka atau seseorang dari mereka dapat mempengaruhi harga.⁴

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif adalah jenis penelitian hukum yang membutuhkan data sekunder sebagai data utama. Data sekunder terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang berupa peraturan perundang-undangan dan bahan hukum sekunder

³ Suharso dan Ana Retnoningsih, 2012, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Widya karya, Semarang, hlm. 180.

⁴ *Ibid.*, hlm.344.

merupakan pendapat hukum yang dapat diperoleh dari buku, internet, surat kabar, majalah, tabloid, hasil penelitian orang lain, dan jurnal.

2. Sumber Data

Sumber data penelitian ini diperoleh dari data sekunder yang terdiri dari:

a) Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang berupa peraturan perundang-undangan. Pada penulisan ini, penulis menggunakan bahan hukum primer antara lain:

- 1) Pasal 33 ayat (4) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang telah diamandemen.
- 2) *Burgelijk Wetboek* atau Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- 3) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33.
- 4) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

b) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum Sekunder merupakan pendapat hukum yang dapat diperoleh dari buku, internet, surat kabar, majalah, tabloid, hasil penelitian orang lain dan jurnal.

c) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yang merupakan bahan yang diperoleh dari kamus-kamus dan ensiklopedia.

3. Cara Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan studi kepustakaan, dengan mempelajari bahan hukum primer dan sekunder.

4. Metode Analisis

Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif menggunakan analisis kualitatif, yaitu terhadap bahan hukum primer dilakukan diskripsi hukum positif, yaitu dengan memaparkan atau menguraikan isi dan struktur hukum positif yang terkait dengan indikasi perjanjian penetapan harga dengan menggunakan posisi dominan dalam struktur pasar oligopoli. Analisis penelitian ini dilakukan dengan penelitian terhadap sistematik hukum. penggunaan bahan-bahan hukum primer, sekunder dan tersier dalam menganalisis penelitian hukum ini. Menganalisis dengan kerangka acuan pada pengertian dasar dalam sistem hukum. Pengertian-pengertian tersebut adalah masyarakat hukum, subyek hukum, hak dan kewajiban, peristiwa hukum dan hubungan hukum dan obyek hukum.

Melalui bahan hukum sekunder, penulis menganalisis dengan mencari kesamaan dan perbedaan pendapat dari beberapa ahli hukum, menganalisis dari sudut pandang sosial dan ekonomi juga menjadi satu keterkaitan dalam menganalisis indikasi kerugian dan dampak, serta dengan membandingkan pendapat hukum yang relevan dan mendukung penelitian hukum yang terkait atau berindikasi terjadi perjanjian penetapan harga dalam pasar oligopoli.

5. Proses Berpikir

Dalam penarikan kesimpulan, menggunakan proses berpikir deduktif. penarikan suatu kesimpulan berdasarkan peraturan perundang-undangan dan pendapat-pendapat hukum. Dalam penelitian ini, penulis akan menarik kesimpulan yang berawal dari peraturan terkait tentang pasar oligopoli dalam aktivitas bisnis yang merugikan konsumen mengenai kemungkinan-kemungkinan terjadi perjanjian penetapan harga dalam pasar oligopoli dan berakhir pada suatu kesimpulan yang menuju analisis tentang perjanjian penetapan harga yang mengakibatkan tidak adanya variasi harga dalam struktur pasar oligopoli yang ditinjau atau dilihat dari peraturan perundang-undangan, pendapat-pendapat hukum dan memberikan suatu pandangan yang baru dari penulis terkait perkembangannya.

I. Sistematika Skripsi

Sistematika skripsi berupa:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, keaslian penelitian, batasan konsep, metode penelitian, dan sistematika skripsi.

BAB II PEMBAHASAN

Bab ini berisi tinjauan tentang hukum persaingan usaha, tinjauan tentang struktur pasar oligopoli, tinjauan tentang perlindungan konsumen, analisis struktur pasar oligopoli menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun terhadap terjadinya variasi harga, analisis pelanggaran hak konsumen terhadap tidak terciptanya variasi harga.

BAB III PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan atas hasil rangkuman penelitian yang merupakan jawaban atas permasalahan. Bab ini juga berisi saran dan ide yang diajukan berdasarkan persoalan-persoalan yang ditemukan ketika melakukan penelitian hukum.