



The Issue Of Business Competition Among Padang Restaurants According To Law Number 5 Of 1999

Permasalahan Persaingan Usaha Rumah Makan Padang Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999

Ghea Premarsha Sherinda ¹⁾; Erniwati ²⁾; Sakinah Agustian ³⁾

^{1,2,3)} Universitas IBA, Palembang

Email: ¹⁾ ghafirmsah@gmail.com ; ²⁾ ernidiswan167@gmail.com ; ³⁾ sakinahagustina@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [18 Agustus 2025]

Revised [01 Oktober 2025]

Accepted [06 Oktober 2025]

KEYWORDS

Padang Restaurant; Business Competition; Law No. 5 of 1999.

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



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 yakni adanya persaingan yang tidak sehat dalam usaha rumah makan padang dan upaya penyelesaian hukum yang dapat di ambil apabila terjadi sengketa antar rumah makan padang. Permasalahan ini dipicu oleh sebuah video viral berdurasi 38 detik yang menunjukkan aksi sejumlah orang yang mencopot label "Masakan Padang" di desa sukadana yang menjual makanan dengan harga di bawah pasaran yakni hanya Rp 9000 per porsi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Normatif. Hasil analisis menunjukkan 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.

ABSTRACT

One of the food businesses that has high competitiveness is Padang restaurants. Padang restaurants are known as delicious restaurants that 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 existence of unhealthy competition in the Padang restaurant business and legal settlement efforts that can be taken if a dispute occurs between Padang restaurants. This problem was triggered by a 38-second viral video showing the actions of a number of people removing the "Padang Cuisine" label in Sukadana Village which sells food at prices below market prices, which are only IDR 9,000 per portion. 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.

PENDAHULUAN

Makanan adalah kebutuhan dasar bagi setiap individu. Asupan makanan yang aman, bergizi, dan mencukupi tidak hanya berperan dalam menjaga dan meningkatkan kesehatan, kecerdasan, serta kualitas hidup seseorang, tetapi juga mencerminkan meningkatnya tingkat kesejahteraan dan standar hidup masyarakat (Pertiwi & Agustina, 2023). Setiap manusia membutuhkan kecukupan materi untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Bekerja baik formal maupun informal seperti berbisnis dapat meningkatkan taraf hidup. Dengan demikian, bisnis menjadi bagian integral bagi pelaku usaha dari sistem ekonomi yang memenuhi kebutuhan masyarakat dan mengingatkan perekonomian. Para pelaku usaha menurut Pertiwi & Agustina (2023) juga memahami keberlangsungan bisnis sangat bergantung

pada konsumen dan berkewajiban menghasilkan produk dan layanan yang berkualitas serta memenuhi kepuasan konsumen

Salah satu bisnis makanan yang memiliki kualitas dan 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 (Nawawi, 2022). 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 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. 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 (Kompas, 2020). Karena itu, rumah makan Padang bukan sekadar tempat menikmati makanan (AntaraneWS, 2021), melainkan simbol budaya, nilai-nilai hidup, dan keberhasilan perantau Minang dalam mempertahankan identitas mereka di perantauan.

Namun, karena tingginya jumlah pengusaha minangkabau yang mendirikan rumah makan Padang di berbagai daerah menyebabkan terjadinya kompetisi bisnis. Persaingan ini juga menimbulkan tantangan seperti praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat. Menurut Joni, Erniwati, & Putri (2024) fenomena persaingan usaha yang menyimpang dari etika bisnis memunculkan kekhawatiran serius akan pentingnya penerapan sistem ekonomi yang sehat di Indonesia

Hakikatnya 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 (Meisonya, Indrawati, & Sunardi, 2022). Persaingan usaha di Indonesia memainkan peran penting dalam pengembangan sistem ekonomi, yang diwujudkan 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. Maka dari itu, perhatian terhadap implementasi dan penegakan undang-undang ini sangat penting demi menjaga tingkat persaingan usaha di Indonesia terlaksana dengan objektif dan transparan (Abdullah, 2023).

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). Dengan adanya regulasi ini, diharapkan dapat memberikan kepastian hukum dan perlakuan yang adil bagi seluruh pelaku usaha. Menurut Meyliana (2019) 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.

Dalam Undang-Undang No.5 Tahun 1999 diatur mengenai larangan praktik penjualan barang atau jasa dengan harga sangat rendah (predatory pricing). Tercantum pada Pasal 20, bahwa pelaku usaha tidak diperbolehkan memasok barang atau jasa dengan penetapan harga di bawah biaya produksi atau dengan harga yang sangat murah, dengan tujuan untuk menyingkirkan pesaing dalam kelangsungan usaha pesaing di pasar yang sama, karena menimbulkan usaha yang tidak adil (Joni, Erniwati, & Putri, 2024). Dengan demikian, UU No. 5 Tahun 1999 hadir untuk menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan kompetitif, serta melindungi kepentingan konsumen dan pelaku usaha kecil dan menengah. Menurut Suhasril & Makarao (2020) 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.

Dengan demikian, hukum persaingan usaha (Nugroho, 2014) berperan penting dalam menciptakan ekosistem bisnis yang sehat dan berkeadilan. 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. Dalam Pasal 382 bis KUH Pidana menyebutkan bahwa seseorang bisa di kenai hukuman pidana apabila melakukan tindakan "persaingan yang tidak jujur". Menurut Sari & Simaunsong (2017) Terdapat sejumlah syarat yang dapat di kategorikan sebagai tindak pidana yaitu:

a) Terdapat perbuatan yang dapat di klasifikasikan sebagai bentuk persaingan yang curang



- b) Tindakan tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh, mempertahankan, atau memperluas keuntungan dari hasil usaha atau kegiatan bisnis
- c) Adanya perusahaan yang diuntungkan dalam persaingan curang tersebut baik pelaku ataupun perusahaan lain
- d) Tindakan persaingan curang dilakukan 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.

Namun, regulasi ini dianggap kurang efektif dalam menangani praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang semakin kompleks. Dengan demikian, UU No. 5 Tahun 1999 hadir dengan regulasi yang lebih spesifik dan jelas, diharapkan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dapat di minimalisir, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan berkeadilan (Suhastri & Makarao, 2020). Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menetapkan tiga kriteria untuk mengidentifikasi persaingan usaha yang tidak sehat, dalam (Rokan, 2017) 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.

LANDASAN TEORI

Landasan teori dalam penelitian ini berakar pada konsep hukum persaingan usaha dan teori-teori ekonomi tentang persaingan. Secara normatif, kerangka hukum yang digunakan adalah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang mengatur prinsip dasar untuk menciptakan iklim usaha yang adil, efisien, dan transparan. UU ini menekankan larangan terhadap praktik monopoli, oligopoli, persekongkolan, diskriminasi harga, maupun tindakan lain yang dapat merugikan persaingan sehat. Dalam perspektif hukum persaingan usaha, keberadaan regulasi tersebut merupakan bentuk intervensi negara guna menyeimbangkan kepentingan pelaku usaha dengan perlindungan hak konsumen.

Dari sisi ekonomi, teori persaingan usaha menjelaskan bahwa persaingan yang sehat mendorong efisiensi alokasi sumber daya, inovasi, serta peningkatan kualitas produk maupun layanan. Teori persaingan sempurna menggambarkan kondisi ideal ketika banyak pelaku usaha menawarkan produk serupa, sehingga harga ditentukan oleh mekanisme pasar. Namun, dalam kenyataannya, bentuk pasar sering kali mendekati persaingan monopolistik, di mana produk relatif homogen tetapi tetap memiliki diferensiasi, misalnya dalam cita rasa, pelayanan, atau lokasi usaha. Dalam konteks rumah makan Padang, meskipun menampilkan kesamaan menu khas Minang, strategi pemasaran, variasi harga, serta lokasi usaha menjadi faktor diferensiasi yang menentukan daya saing.

Selain itu, teori monopoli dan oligopoli juga relevan untuk dianalisis, karena praktik kolusi harga atau penguasaan pasar oleh kelompok tertentu dapat menciptakan distorsi pasar yang merugikan konsumen maupun pelaku usaha lain. Teori ini sejalan dengan tujuan UU No. 5 Tahun 1999, yaitu mencegah dominasi usaha oleh segelintir pihak dan menjaga iklim kompetisi yang wajar. Dengan demikian, landasan teori penelitian ini mencakup dimensi hukum dan ekonomi, yang keduanya memberikan kerangka analisis untuk mengkaji sejauh mana permasalahan persaingan usaha rumah makan Padang sesuai dengan prinsip persaingan sehat menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999..

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif (normative legal research) merupakan metode penelitian yang menitikberatkan analisis pada bahan hukum sekunder, yakni berupa peraturan perundang-undangan, doktrin, literatur hukum, maupun hasil penelitian terdahulu yang relevan. Fokus utama dari penelitian hukum normatif adalah bagaimana hukum dipahami sebagai suatu sistem norma yang berlaku dan mengikat masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini tidak mengkaji perilaku masyarakat secara langsung sebagaimana penelitian empiris, melainkan lebih pada telaah mendalam terhadap aturan hukum yang berlaku, dalam hal ini Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, serta penerapannya terhadap kasus persaingan usaha rumah makan Padang.

Menurut Muhaimin (2020), penelitian hukum normatif sering juga disebut sebagai penelitian hukum kepustakaan, karena sumber data utamanya diperoleh melalui penelusuran literatur dan dokumen hukum. Adapun bahan hukum dalam penelitian ini terbagi menjadi: (1) bahan hukum primer, yaitu Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dan peraturan terkait; (2) bahan hukum sekunder, yaitu

literatur, buku teks, jurnal ilmiah, serta pandangan para ahli hukum dan ekonomi tentang persaingan usaha; dan (3) bahan hukum tersier, yaitu kamus hukum, ensiklopedia, maupun sumber penunjang lainnya yang memberikan penjelasan tambahan terhadap bahan hukum primer dan sekunder.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif normatif, yaitu dengan menguraikan ketentuan-ketentuan hukum yang relevan, kemudian menghubungkannya dengan teori persaingan usaha serta praktik yang terjadi pada rumah makan Padang. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai kesesuaian praktik bisnis rumah makan Padang dengan prinsip-prinsip persaingan usaha sehat sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

HASIL DAN PEMBAHASAN

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

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 (Detik, 2024). Berikut penulis paparkan bentuk-bentuk persaingan usaha rumah makan padang berdasarkan analisis data yang penulis lakukan:

Persaingan Harga

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. Salah satu contoh bentuk persaingan harga pada sebuah video viral berdurasi 38 detik yang menunjukkan aksi sejumlah orang mencopot Label "Masakan Padang" yang terpasang di sebuah rumah makan di Desa Sukadana, Kecamatan Pabuaran, Cirebon. 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 (Detik, 2024). 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." Berdasarkan pasal tersebut dapat di simpulkan bahwa 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 menetapkan harga yang jauh lebih rendah dari rata-rata harga pasaran per porsi di rumah makan Padang lainnya, yang berpotensi menimbulkan persaingan yang tidak sehat di pasar, sehingga dapat merugikan para pemilik atau pengusaha rumah makan padang tersebut.

Persaingan Kualitas

Bahan baku yang baik menjadi fondasi utama dalam menciptakan masakan berkualitas. Penggunaan bahan yang kurang berkualitas dapat berdampak negatif terhadap cita rasa dan keseluruhan kualitas hidangan (Nutapos, 2024). Namun, pada akhir tahun 2024, terjadi persaingan antar rumah makan Padang yang memunculkan kontroversi terkait harga, kualitas, dan keaslian masakan khas Padang. Disebabkan oleh sebuah video viral berdurasi 38 detik yang menampilkan beberapa orang mengenakan kaos bertuliskan (PRMPC) Perhimpunan Rumah Makan Padang Cirebon, mereka tampak mencabut stiker bertuliskan "Masakan Padang" dari Rumah Makan Padang Bintang Minang yang terletak di Desa Sukadana, Kecamatan Pabuaran, Cirebon, Jawa Barat. Erlinus Thahar, selaku penasehat PRMPC, menjelaskan bahwa PRMPC tidak melarang orang yang bukan berasal dari Minang untuk menjual masakan khas Sumatra Barat, mereka hanya meminta agar penjual di Bintang Minang tidak menjual masakan Padang dengan harga di bawah standar. Erlinus juga khawatir harga yang terlalu rendah dapat mengurangi keaslian kuliner Minangkabau. Bertujuan supaya masakan Minang kembali dikenal dengan cita rasa asli yang tinggi, bukan hanya karena harga murah. Meski harga murah di



perbolehkan, mengingat naiknya biaya bahan baku dan bumbu, sulit untuk mempertahankan keaslian kuliner jika harga jual terlalu rendah (BBCNews, 2024).

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.

Persaingan pelayanan dan kenyamanan

Layanan yang cepat, ramah, dan tempat yang bersih dan nyaman menjadi keunggulan bagi rumah makan Padang untuk memenangkan persaingan.

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.

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.

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 (Suara.com, 2024).

Upaya Hukum Yang Dapat Di Ambil Apabila Timbul Sengketa Antar Usaha Rumah Masakan Padang

Persaingan dalam dunia usaha bertujuan untuk mencapai yang terbaik dan dapat berlangsung secara sehat maupun tidak sehat. Persaingan yang sehat dalam (Rizki & Rosadi, 2019) membawa dampak positif karena membantu kelancaran kegiatan ekonomi dalam sistem pasar. Namun kenyataannya, persaingan yang semakin kuat sering kali mendorong praktik-praktik tidak jujur, termasuk pelanggaran hukum demi keuntungan besar. Untuk mengatasi hal tersebut, lahirlah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Penyelesaian sengketa dalam praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat menurut Rokan (2019) adalah penting untuk menjaga keadilan dan keberlanjutan pasar hal ini membutuhkan kerjasama antara pemerintah, badan pengawas, dan pihak terkait lainnya. Bentuk-bentuk penyelesaian sengketa apabila terjadi sengketa antar rumah makan padang:

Penyelesaian sengketa melalui Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU)

(KPPU) berfungsi sebagai badan independen di atur dalam "Pasal 30 ayat 1 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999". Komisi 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*." (Sirait, 2022). Lembaga ini memiliki wewenang untuk mengawasi dan menindak pelaku usaha yang terbukti melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999, dalam pelaksanaan tugasnya, KPPU bertanggung jawab secara langsung kepada Presiden (Sumarab, 2021). Menurut Hilmiah (2019) mekanisme penanganan perkara tersebut diperjelas bahwa 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 penyelesaian perkara persaingan usaha. Tata cara penanganan perkara apabila terjadi sengketa antar rumah makan padang diatur berdasarkan "pasal 38 hingga 41 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999". 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.

“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.”
- 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.”

Proses pengajuan keberatan terhadap putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) telah diatur dalam Peraturan Mahkamah Agung Nomor 3 Tahun 2005. Sebelum ketentuan ini mulai berlaku, mekanisme yang digunakan masih merujuk pada Keputusan Presiden Nomor 75 Tahun 1999 (Hilmiah, 2019), belum ada ketentuan yang secara khusus mengatur tata cara pengajuan keberatan. Pada November 2024, kasus rumah makan Padang di Cirebon yang menawarkan menu dengan harga lebih terjangkau menjadi sasaran razia oleh sekelompok individu yang mengatasnamakan organisasi masyarakat. 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 (Sumsel.idntimes, 2024).

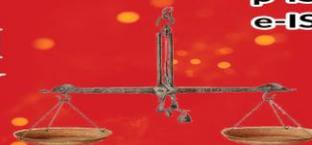
Penyelesaian sengketa melalui mediasi

Mediasi menurut Nugroho (2019) 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. 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.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat berbagai bentuk persaingan tidak sehat dalam usaha rumah makan Padang yang berpotensi menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Bentuk-bentuk persaingan tersebut meliputi persaingan harga, persaingan kualitas, persaingan lokasi, persaingan pelayanan dan kenyamanan, persaingan inovasi menu, persaingan melalui branding serta



waralaba, hingga persaingan dalam aspek digitalisasi dan pemasaran online. Adapun upaya hukum yang dapat ditempuh apabila timbul sengketa antar usaha rumah makan Padang, berdasarkan temuan penulis di lapangan, adalah melalui mekanisme mediasi antara pihak PRMPC dengan pemilik usaha rumah makan Padang, sehingga dapat dicapai penyelesaian secara damai dan adil bagi para pihak yang bersengketa..

Saran

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

- Abdullah, B. (2023). Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Praktik Jual Rugi Penjualan Smartphone Di Kabupaten Pali. *Jurnal Hukum Justicia*, 7.
- AntaraneWS. (2021, Oktober 1). *Perantau Minang di Belanda yang Berhasrat Meminangkan Eropa*. Retrieved from AntaraneWS.com: <https://www.antaraneWS.com/berita/2429077/perantau-minang-di-belanda-yang-berhasrat-me-minangkan-eropa>
- BBCNews. (2024, November 3). *Polemik RM Padang di Cirebon - Dari Masalah Keaslian Kuliner Minang, Narasi Etnis, Hingga Persaingan Bisnis*. Retrieved from BBC News Indonesia: <https://www.bbc.com/indonesia/articles/ckg0yz7455no.amp>
- CNNIndonesia. (2024, Oktober 31). *Polisi Mediasi Terkait Razia RM Padang Non Minang di Cirebon*. Retrieved from CNNIndonesia: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20241031142748-12-1161629/polisi-mediasi-terkait-razia-rm-padang-non-minang-di-cirebon/amp>
- Detik. (2024, Oktober 31). *Nasi Padang Harga Miring Yang Picu Kontroversi di Cirebon*. Retrieved from Detik.com: <https://www.detik.com/jabar/berita/d-7613652/nasi-padang-harga-miring-yang-picu-kontroversi-di-cirebon>
- Detik. (2024, Oktober 29). *Viral Ormas Copot Label RM Padang di Cirebon Ini Kronologinya*. Retrieved from Detik.com: <https://www.detik.com/jabar/cirebon-roya/d-7612389/viral-ormas-copot-label-rm%20%20padang-di-cirebon-ini-kronologinya/amp>
- Hilmiah. (2019). Proses Penyelesaian Perkara Persaingan Usaha. *Repository Uin Auladin*, 14.
- Indonesia, P. R. (1999). *Pasal 20 Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999*. Jakarta: Lembaran Negara Republik Indonesia.
- Indonesia, P. R. (1999). *Pasal 44 ayat 1-5 dan Pasal 45 ayat 1-4 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999*. Jakarta: Lembaran Negara Republik Indonesia.
- Joni, Erniwati, & Putri, S. A. (2024). "Tinjauan Yuridis Predatory Pricing oleh Operator Seluler Indosat Ooredoo terkait Tarif Layanan Suara RP.1/Detik ke Semua. *Justici Fakultas Hukum Universitas IBA*, 50-55.
- Kompas. (2020, Desember 28). *Serba Serbi Rumah Makan Padang*. Retrieved from Kompas.com: <https://www.kompas.com/food/gallery/detail/43/serba-serbi-rumah-makan-padang>
- Meisonya, D., Indrawati, T. P., & Sunardi, H. (2022). Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pemeliharaan dan Pembocoran Rahasia Dagang di Kalangan Pengusaha Kecil Kuliner Kota Mataram. *Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 27.
- Meyliana, D. (2019). *Studi Konsep Pembuktian Terhadap Perjanjian penetapan Harga Dalam Persaingan Usaha*. Malang: Setara Press.
- Muhaimin. (2020). *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press.
- Nasution, A. M., & Elihami, Z. M. (2022). Pemanfaatan Sosial Media Tiktok sebagai Strategi Promosi dalam Berwirausaha Perspektif Ekonomi Islam. *Jikem: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 3155-3163.
- Nawawi, Z. M. (2022). Pemanfaatan Sosial Media Tiktok Sebagai Strategi Promosi Dalam Berwirausaha Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen:Febi UIN-SU*.
- Nugroho, S. A. (2014). *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*. Jakarta: Prenada Media.

- Nugroho, S. A. (2019). *Manfaat Mediasi Sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa*. Jakarta: Kencana Publisher.
- Nutapos. (2024, Desember 6). *Faktor Kualitas Makanan*. Retrieved from Nutapos.com: <https://nutapos.com/post/faktor-kualitas-makanan/>
- Pertiwi, M. D., & Agustina, S. (2023). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Muslim dalam Mendapatkan Jaminan Halal pada Aplikasi Layanan Food Delivery. *Justici Jurnal Hukum Universitas IBA*, 44-45.
- Rizki, M., & Rosadi, I. (2019). Penyelesaian Perkara Persaingan Usaha Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha Di Era Revolusi Industri 4. *Jurnal Rehtidee*, 32.
- Rokan, M. K. (2017). *Hukum Persaingan Usaha*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Rokan, M. K. (2019). *Hukum Persaingan Usaha*. Depok: Rajawali Pers.
- Sari, E. K., & Simaunsong, A. (2017). *Hukum Dalam Ekonomi*. Jakarta: Grasindo.
- Sirait, A. E. (2022). Penyelesaian Sengketa Persaingan Usaha Tidak Sehat Tentang Persekongkolan Dalam Pelaksanaan Tender Pengadaan Barang Dan Jasa (Studi Tiga Tentang Persekongkolan Dalam Pelaksanaan Tender Pengadaan Barang Dan Jasa . *Unsri Repository*, 3.
- Suara.com. (2024, Oktober 31). *Sejarah Nama Rumah Makan Padang Beraitan Dengan Pemberontakan PRRI*. Retrieved from Suara.com: <https://www.suara.com/news/2024/10/31/154502/sejarah-nama-rumah-makan-padang-berkaitan-dengan-pemberontakan-prri>
- Suhasril, & Makarao, M. T. (2020). *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumarab, M. (2021). Sengketa Persaingan Usaha Dalam Kegiatan Perdagangan Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Lex Privatum*, 67.
- Sumsel.idntimes. (2024, November 06). *Ormas Larang Jual Masakan Padang Padang KPPU Melanggar Undang- Undang*. Retrieved from Sumsel.idntimes: <https://sumsel.idntimes.com/news/sumatera-selatan/ormas-larang-jual-masakan-padang-padang-kppu-melanggar-undang-undang-00-6srcb-vx247p>