

***ANALISIS YURIDIS EKONOMI KREATIF SEKTOR
PARIWISATA BERDASARKAN KETENTUAN
UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999
TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN
PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT***

Milda Dwi Lenita

mildalenita62@gmail.com

Fakultas Hukum Universitas Trunojoyo Madura

Rhido Jusmadi

rhido.jusmadi@trunojoyo.ac.id

Fakultas Hukum Universitas Trunojoyo Madura

ABSTRAK

Ekonomi kreatif sektor pariwisata merupakan penciptaan nilai tambah ekonomi yang mengandalkan kreativitas manusia dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan termasuk warisan budaya dan teknologi yang kemudian menghasilkan karya kekayaan intelektual dengan mempunyai ciri khas budaya lokal tempat wisata. Terdapat permasalahan persaingan usaha dalam ekonomi kreatif sektor pariwisata yaitu monopoli, pembatasan untuk masuk ke dalam pasar karena adanya persekongkolan, pembagian wilayah dan *predatory pricing*.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah hukum normatif, menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual, terdiri dari bahan hukum primer, sekunder dan tersier, teknik pengumpulan bahan hukum dengan melakukan studi kepustakaan dan menggunakan metode analisis bahan hukum preskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekonomi kreatif sektor pariwisata dengan persaingan usaha tidak sehat mempunyai hubungan yang saling berkaitan berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yaitu hubungan secara yuridis formal, hubungan secara sistem kelembagaan struktur ekonomi dan hubungan filosofi secara konstitusi. Lebih lanjut ekonomi kreatif sektor pariwisata termasuk ketentuan yang dikecualikan dalam Pasal 50 Huruf H dengan syarat memiliki kekayaan bersih minimal Rp.50.000.000,00 (Lima puluh juta rupiah) dan maksimal Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan minimal Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) dan maksimal Rp.2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah). Namun bila usaha ekonomi kreatif sektor pariwisata telah dikategorikan usaha menengah dan usaha besar secara aset ekonominya tidak termasuk ketentuan yang dikecualikan.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif Sektor Pariwisata, Pelaku Usaha, Pengecualian, UU Persaingan Usaha.

ABSTRACT

The creative economy in the tourism sector is the creation of added economic value that relies on human creativity by utilizing knowledge, including cultural heritage and technology, which then produces works of intellectual property that have the characteristics of the local culture of tourist attractions. There are



business competition problems in the creative economy in the tourism sector, namely monopoly, restrictions on entry into the market due to collusion, territorial division and predatory pricing.

The type of research used in this research is normative law, using a statutory approach and a conceptual approach, consisting of primary, secondary and tertiary legal materials, techniques for collecting legal materials by conducting literature studies and using prescriptive legal material analysis methods.

The results of the research show that the creative economy in the tourism sector with unhealthy business competition has an interrelated relationship based on the provisions of Law Number 5 of 1999 concerning Prohibition of Monopoly Practices and Unfair Business Competition, namely formal juridical relationships, institutional systems, economic structures and relationships. constitutional philosophy. Furthermore, the creative economy in the tourism sector includes provisions that are excluded in Article 50 Letter H with the requirement of having a minimum net worth of IDR 50,000,000.00 (Fifty million rupiah) and a maximum of IDR 500,000,000.00 (five hundred million rupiah) not including land and buildings where the business is located or has annual sales proceeds of a minimum of IDR 300,000,000.00 (three hundred million rupiah) and a maximum of IDR 2,500,000,000.00 (two billion five hundred million rupiah). However, if creative economy businesses in the tourism sector have been categorized as medium businesses and large businesses, their economic assets do not fall under the exempt provisions.

Keywords: *Tourism Sector Creative Economy, Business Actors, Exceptions, Business Competition Law.*

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif sektor pariwisata merupakan penciptaan nilai tambah ekonomi yang mengandalkan kreativitas manusia dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan termasuk warisan budaya dan teknologi yang kemudian menghasilkan karya kekayaan intelektual dengan mempunyai ciri khas budaya lokal tempat wisata. Adanya ekonomi kreatif sektor pariwisata dapat menciptakan kesempatan kerja, meminimalisir adanya pengangguran dan dapat menghasilkan pendapatan. Oleh sebab itu perlunya setiap warga negara mempunyai kesempatan yang sama untuk berpartisipasi di dalam proses produksi, distribusi dan pemasaran produk dalam iklim usaha sektor ekonomi kreatif yang sehat.

Pada tanggal 5 Maret Tahun 1999 telah disahkannya Undang-Undang Nomor 5 Tahun

1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (selanjutnya disebut dengan UU Persaingan Usaha) sebagai landasan untuk membuat iklim usaha yang sehat agar terdapat jaminan terwujudnya kesempatan berusaha yang sama.¹ Lebih lanjut pada praktiknya terdapat kategori pelaku usaha ekonomi kreatif sektor pariwisata usaha mikro, kecil dan menengah.² Kendati demikian masih terdapat usaha besar. Usaha besar dalam bidang ekonomi kreatif banyak berdiri terutama yang berkaitan dengan digital, contohnya periklanan, usaha desain, film animasi dan video yang kesemuanya merupakan usaha besar bidang ekonomi kreatif yang secara fisik asetnya tidak terlihat akan tetapi hasil dari usaha tersebut sangat besar dan merupakan subsektor dalam ekonomi kreatif khususnya yang berkaitan dengan dunia

¹ Mustafa Kamal Rokan, Hukum Persaingan Usaha: Teori dan Praktiknya di Indonesia, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2017), hlm 24.

² Nadia, Feby Artharini. (2022) *Perlindungan Bagi UMKM Terhadap*

Persaingan Usaha Tidak Sehat. Jurnal Program Magister Hukum FHUI . Volume 2 Nomor 3. Hlm 1404.

digital. Selanjutnya dalam ekonomi kreatif sektor pariwisata terdapat usaha besar bila dilihat secara kelembagaan yaitu Sentra Industri Kecil Menengah (selanjutnya disebut dengan IKM) apabila dilihat secara terpisah di dalamnya masuk sebagai kategori usaha kecil dan menengah, akan tetapi apabila dilihat secara kelembagaan yaitu kesatuan di dalam IKM maka termasuk sebuah usaha besar. Permasalahan yang timbul dalam konteks usaha besar secara kelembagaan yang berkaitan dengan persaingan usaha adalah kegiatan yang dilarang berupa monopoli. Secara kronologis bisa dijelaskan sebagai berikut misalkan A adalah pelaku usaha yang tidak bergabung ke dalam IKM dan A berkeinginan untuk bergabung, akan tetapi oleh kelompok pelaku usaha yang berada di dalam IKM menolaknya. Contoh permasalahan seperti ini merupakan adanya sebuah pembatasan terhadap pelaku usaha untuk masuk ke dalam pasar yaitu dalam kelembagaan Sentra IKM. Tidak hanya itu juga terjadi monopoli disebabkan kelompok pelaku usaha dalam sentra IKM menguasai pangsa pasar di daerah tersebut.

Ekonomi kreatif sektor pariwisata pada pelaksanaannya usaha yang dibangun bersifat menetap dan melekat pada sektor wisata yang menjadi primadona dari sebuah daerah. Contohnya di Kabupaten Bangkalan memiliki tempat wisata religi yaitu Makam Syaikhona KH Kholil Bangkalan yang mana telah berkembang sebuah ekonomi kreatif sektor pariwisata dan termasuk yang terbesar di daerah Kabupaten Bangkalan. Namun tentu saja di dalam ekonomi kreatif sektor pariwisata juga mempunyai berbagai permasalahan yang berkaitan dengan persaingan usaha. Contohnya mayoritas pelaku usaha ekonomi kreatif sektor pariwisata yang berada ditempat wisata A cenderung tidak diperbolehkan masuk ke kawasan ekonomi kreatif sektor pariwisata di daerah B untuk

mengembangkan usahanya. Hal tersebut disebabkan adanya pembagian wilayah usaha dan oleh karena itu termasuk bentuk dari pembatasan untuk masuk ke dalam pasar. Tidak terbatas sampai disini masih adanya pelaku usaha ekonomi kreatif sektor pariwisata menerapkan harga yang sama terkait satu bidang usaha dalam kawasan wisata tertentu, akan tetapi kesepakatan untuk menjual dengan harga yang sama hanya disepakati secara lisan bukan tertulis. Tidak hanya itu dalam pelaksanaan *event* masih terdapat pelaku usaha ekonomi kreatif sektor pariwisata yang mencari jalur khusus untuk membuat produknya laku besar dengan cara melakukan kerjasama di luar peraturan ataupun membangun kesepakatan dengan pihak ketiga yaitu panitia untuk memberikan fasilitas promosi khusus. Permasalahan seperti ini tentu saja telah melanggar UU Persaingan Usaha karena termasuk bentuk dari kegiatan yang dilarang berupa persekongkolan.

Setiap pelaku usaha dalam menjalankan usahanya harus berpedoman pada UU Persaingan usaha. Adapun sebagaimana seperti suatu kaidah hukum yang lain di samping adanya ketentuan yang berlaku umum maka juga terdapat ketentuan bersifat pengecualian. Pertimbangan yang dijadikan alasan dalam pemberian pengecualian disebabkan adanya latar belakang secara filosofis yuridis berdasarkan Pasal 33 ayat (1) Undang-Undang Dasar Tahun 1945 (selanjutnya disebut dengan UUD 1945) bahwa: "*Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan*" dan Pasal 33 ayat (4) bahwa: "*Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi*



nasional”.³ Adapun pertimbangan lain yaitu adanya instruksi atau perintah dari UUD 1945, instruksi atau perintah dari undang-undang ataupun peraturan perundangan lainnya dan instruksi ataupun pengaturan berdasarkan regulasi suatu badan administrasi.⁴

Secara umum pengecualian dalam UU Persaingan Usaha tidak berlaku untuk perusahaan negara, perjanjian yang sifatnya untuk perbaikan ekonomi nasional, usaha kecil dan lain sebagainya. Namun dalam menentukan itu semua terdapat sebuah analisis secara hukum dan ekonomi yang akan menilai unsur-unsur tersebut. Oleh sebab itu pemberian pengecualian ini tidak sembarangan bisa menilai bahwa sebuah usaha bila melakukan pelanggaran masuk ke dalam pengecualian. Pengecualian yang dimaksud terdapat pada Pasal 50 dan 51. Adanya pengecualian dimaksudkan untuk menghindari terjadinya benturan dengan berbagai kebijakan yang saling bertolak belakang namun sama-sama diperlukan dalam menata perekonomian nasional. Adapun pengecualian yang menarik untuk dikaji berkaitan dengan penelitian ini terdapat pada Pasal 50 Huruf H bahwa: “*Yang dikecualikan dari ketentuan undang-undang ini adalah pelaku usaha yang tergolong dalam usaha kecil*”.⁵ Pengecualian ini memberikan kebebasan kepada pelaku usaha kecil untuk melakukan kegiatan dan perjanjian yang dilarang dalam UU Persaingan Usaha. Tidak hanya itu juga berakibat setiap perbuatan pelaku usaha kecil yang mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha

tidak sehat tidak dapat dikatakan sebuah pelanggaran.⁶ Dalam konteks ekonomi kreatif sektor pariwisata tidak hanya terdapat usaha kecil yang kesemuanya perlu mendapatkan perlindungan dari pemerintah. Hal ini disebabkan setiap pelaku usaha pasti mempunyai tujuan untuk mencari keuntungan sebanyak mungkin dan untuk mencapai tujuan tersebut akan berpotensi mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat ditarik suatu rumusan permasalahan adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana hubungan ekonomi kreatif sektor pariwisata dengan adanya persaingan usaha tidak sehat berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat?
- b. Apakah ekonomi kreatif sektor pariwisata termasuk ketentuan yang dikecualikan dalam Pasal 50 Huruf H Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat?

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu hukum normatif, merupakan penelitian hukum yang meletakkan hukum sebagai sebuah bangunan sistem norma dari peraturan perundang-undangan.⁷ Terdapat dua pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan perundang-undangan (*statute*

Usaha Kecil Menurut Hukum Persaingan Usaha Indonesia Dengan Perlindungan Konsumen. Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia. Volume 4 Nomor 1. Hlm 15.

⁷ Mukti, Fajar dan Yulianto, Achmad. (2019). *Dualisme Penelitian Hukum: Normatif dan Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hlm 34 dan 187.

³ Lihat Pasal 33 ayat (1) dan ayat (4) UUD NRI Tahun 1945.

⁴ Andi, Fahmi Lubis. Dkk. (2017). *Hukum Persaingan Usaha (Edisi Kedua)*. Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha. Hlm 291.

⁵ Lihat Pasal 50 Huruf H UU Persaingan Usaha.

⁶ Desi, Apriani dan Syafrinaldi. (2022). *Konflik Norma Antara Perlindungan*

approach) merupakan pendekatan yang dilakukan dengan cara menelaah semua peraturan perundang-undangan dan regulasi yang bersangkutan paut dengan penelitian⁸ dan menggunakan pendekatan konseptual (*conceptual approach*) merupakan pendekatan yang beranjak dari pandangan dan doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum, dimana pandangan dan doktrin tersebut akan melahirkan definisi, konsep dan asas hukum yang relevan sebagai acuan dalam membangun suatu argumentasi hukum untuk memecahkan isu hukum yang dihadapi⁹ Bahan hukum yang digunakan yaitu bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang diperoleh dari sumber utamanya yaitu suatu peraturan perundang-undangan.¹⁰ bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer atau bisa dikatakan sebagai bahan pendukung dan bahan hukum tersier merupakan bahan hukum yang digunakan untuk menerangkan dari pada bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Teknik pengumpulan bahan hukum dengan cara melakukan studi kepustakaan (*library research*) terhadap bahan hukum yang berkaitan dengan penelitian yang selanjutnya dikumpulkan dan dirumuskan secara sistematis serta menggunakan metode analisis preskriptif yang dimaksudkan untuk memberikan argumentasi atas hasil penelitian yang telah dilakukan.

HASIL PEMBAHASAN

1. Bentuk-Bentuk Hubungan Ekonomi Kreatif Sektor Pariwisata Dengan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Bentuk hubungan ekonomi kreatif sektor pariwisata dengan persaingan usaha tidak sehat antara lain sebagai berikut:

1. Hubungan secara sistem ekonomi yaitu hubungan dimana dalam setiap entitas ekonomi mempunyai sistem ekonomi untuk dapat menjalankan roda perekonomian masing-masing, sehingga di dalam sistem ekonomi tersebut mengandung sebuah potensi kecurangan dalam melakukan kendali mempermainkan ekonomi. Ekonomi kreatif sektor pariwisata memiliki sistem ekonomi sederhana yaitu dari produsen langsung kepada konsumen atau produsen kepada distributor terlebih dahulu baru kepada konsumen.
2. Hubungan secara prinsip ekonomi yaitu berdasarkan prinsip ekonomi tentu saja pelaku usaha ekonomi kreatif sektor pariwisata memiliki prinsip bahwa dalam menjalankan usaha sedapat mungkin mengeluarkan modal sedikit tetapi mendapatkan keuntungan yang sebanyak mungkin.
3. Hubungan secara objek kondisi ekonomi yaitu suatu letak kondisi potensi ekonomi yang paling diminati oleh konsumen di dalam suatu wisata tertentu. Pada ekonomi kreatif sektor pariwisata produk yang diminati oleh konsumen yakni oleh-oleh khas daerah wisata.
4. Hubungan secara moral diantara pelaku ekonomi yaitu apabila pelaku ekonomi memiliki moral yang tidak baik maka setiap perbuatan yang dilakukan berpotensi menimbulkan persaingan usaha tidak sehat. Hal itu terjadi karena pelaku usaha tersebut

⁸ Ibid, Hlm 185.

⁹ Peter, Mahmud Marzuki. (2005). *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana. Hlm 133.

¹⁰ Muhaimin. (2020). *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press. Hlm 59.

selalu ingin mendapatkan keuntungan sebanyak mungkin, mengeluarkan modal usaha sedikit mungkin dan tidak berfikir apakah perbuatan tersebut telah merugikan pihak lain atau tidak.

5. Hubungan secara yuridis formal yaitu UU Persaingan Usaha diciptakan untuk kesejahteraan ekonomi termasuk ekonomi kreatif sektor pariwisata karena dapat memberikan perlindungan yang sama bagi setiap pelaku usaha ekonomi kreatif sektor pariwisata dalam upaya untuk membuat persaingan usaha yang sehat dan memberikan suatu jaminan kepastian hukum untuk lebih mendorong pembangunan ekonomi dalam upaya meningkatkan kesejahteraan umum.

2. Contoh Persaingan Usaha Tidak Sehat Dalam Ekonomi Kreatif Sektor Pariwisata

Pada ekonomi kreatif sektor pariwisata terdapat persaingan usaha tidak sehat karena pelaku usaha satu dengan yang lain berlomba-lomba agar produk mereka yang akan dibeli oleh wisatawan dengan harapan bisa mendapatkan keuntungan. Seperti pelaku usaha pada umumnya tentu saja pelaku usaha ekonomi kreatif sektor pariwisata ingin mendapatkan keuntungan sebanyak mungkin yang berpotensi menyebabkan persaingan usaha tidak sehat. UU Persaingan Usaha memberikan tiga indikator untuk menyatakan terjadinya persaingan usaha tidak sehat yaitu Persaingan usaha yang dilakukan dengan cara tidak jujur dapat diartikan sebagai suatu tingkah laku yang tidak sesuai dengan itikad baik ataupun kejujuran. Contohnya Pelaku usaha A dan B melakukan kerja sama agar pelaku usaha yang lain tidak bisa berjualan di daerah kawasan strategis pariwisata yang memiliki potensi untuk mengembangkan usahanya. Selanjutnya persaingan usaha yang dilakukan dengan cara melawan hukum dapat dilihat dari cara pelaku usaha bersaing dengan

pelaku usaha lain yakni dengan melanggar ketentuan perundang-undangan yang berlaku, kondisi seperti ini dapat dilihat pada pelaku usaha yang mendapatkan fasilitas khusus sehingga menjadikan pasar bersaing secara tidak kompetitif. Adapun persaingan dengan cara menghambat terjadinya persaingan diantara pelaku usaha yaitu pelaku usaha di wisata tertentu yang telah ada sebelumnya akan menghalangi pesaingnya untuk masuk ke dalam pasar, seperti pelaku usaha A dipersulit untuk memasuki wilayah tertentu dengan cara pelaku usaha yang lama melakukan kerja sama agar calon pelaku usaha baru tidak dapat memasuki kawasannya dengan cara memberikan persyaratan yang tidak wajar.

3. Karakteristik Sistem Ekonomi Kreatif Sektor Pariwisata Yang Menimbulkan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Karakteristik sistem ekonomi kreatif sektor pariwisata yang menimbulkan persaingan usaha tidak sehat antara lain sebagai berikut:

1. Sentralisasi kekuatan sistem ekonomi bergantung pada kekuatan sektor pariwisata yaitu pada praktiknya terdapat wisata yang sedikit pengunjung tetapi ada juga yang banyak pengunjung, dimana keduanya memiliki potensi untuk menyebabkan persaingan usaha tidak sehat. Contohnya apabila dalam wisata hanya terdapat sedikit pengunjung maka pelaku usaha yang ada akan bersaing agar produk yang mereka jual akan dibeli oleh wisatawan, mengingat hanya terdapat sedikit pengunjung yang ada maka persaingan semakin ketat. Sedangkan apabila terdapat banyak pengunjung wisata, tentu saja pelaku usaha lebih berambisi untuk mendapatkan keuntungan yang sebanyak mungkin, hal ini sesuai dengan prinsip ekonomi mengatakan “modal sedikit mungkin dengan harapan mendapatkan



keuntungan sebanyak-banyaknya” sehingga pelaku usaha akan menggunakan berbagai macam cara untuk memenangkan persaingan seperti menjual produknya dengan harga yang lebih murah dari pasaran (*predatory pricing*).

2. Komoditas produknya tunggal yang selalu menggambarkan tempat pariwisata berada yaitu umumnya mayoritas produk yang dijual oleh pelaku usaha ekonomi kreatif sektor pariwisata memiliki nilai komersial yang masih rendah, sebab memiliki komoditas produk tunggal yang selalu menggambarkan tempat wisata berada seperti baju yang bertulisan nama tempat wisata. Hal seperti ini yang menyebabkan persaingan usaha tidak sehat terjadi artinya dengan produk tunggal secara jenis dan keunikan maka potensi pelanggaran monopolinya besar karena pemegang modal besar yang akan menang dan berkuasa.
3. Kekuatan ekonomi dikuasai oleh orang lokal dengan sistem budaya yaitu pada umumnya pelaku usaha ekonomi kreatif sektor pariwisata didominasi oleh orang lokal yang tinggal di daerah tempat wisata tersebut. Hal itu disebabkan orang lokal tidak memberikan peluang orang lain berstatus luar daerah untuk membuka usaha di tempat wisata itu, karena mereka beranggapan semakin banyak pelaku usaha yang ada maka peluang untuk mendapatkan keuntungan yang sebanyak mungkin akan sangat minim.
4. **Hubungan Ekonomi Kreatif Sektor Pariwisata Dengan Persaingan Usaha Tidak Sehat Berdasarkan Ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999**

Bentuk hubungan ekonomi kreatif sektor pariwisata dengan persaingan usaha tidak sehat berdasarkan ketentuan UU Persaingan Usaha antara lain sebagai berikut:

1. Hubungan yuridis formal merupakan hubungan secara peraturan perundang-undangan dalam konteks ini adalah UU Persaingan Usaha yang memuat substansi ekonomi yang berkaitan dengan ekonomi kreatif sektor pariwisata. Ekonomi kreatif sektor pariwisata dengan persaingan usaha tidak sehat mempunyai hubungan yang saling berkaitan berdasarkan ketentuan UU Persaingan Usaha, mengingat asas dari UU Persaingan Usaha pada Pasal 2 berbunyi: *“Pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum”*.¹¹ Demokrasi ekonomi yang dimaksud yaitu terdapat keseimbangan dan keadilan dalam meraih kesempatan tiap individu untuk dapat terlibat dalam proses produksi ataupun pemasaran barang dan jasa .
2. Hubungan sistem kelembagaan struktur ekonomi merupakan hubungan yang menerangkan kategori-kategori ekonomi yang ada dalam ekonomi kreatif sektor pariwisata yang disebabkan adanya peran pemerintah dalam pembangunan di bidang ekonomi salah satunya diwujudkan dengan menumbuhkan, mengembangkan dan melindungi usaha kecil dan menengah atau biasa disebut dengan Industri, Kecil, Menengah (IKM).
3. Hubungan filosofi secara konstitusi merupakan hubungan yang mengulas tentang landasan-landasan konstitusional

¹¹ Lihat Pasal 2 UU Persaingan Usaha

terkait pembentukan sistem ekonomi dalam ekonomi kreatif dan lahirnya UUD Tahun 1945. Pembangunan ekonomi Indonesia berdasarkan Pasal 33 ayat (1) bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat secara keseluruhan dengan prinsip keadilan, bukan kesejahteraan personal, kelompok atau golongan tertentu. Lebih lanjut Pasal 33 ayat (4) mengamanatkan bahwa "*Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional*".¹² Pada bidang perekonomian sebagaimana yang telah diamanatkan dalam UUD Tahun 1945 menghendaki adanya kemakmuran kepada masyarakat secara merata, tidak kemakmuran secara individual.

5. Materi Muatan Substansi Dalam Pasal 50 Huruf H Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Yang Berkaitan Dengan Ekonomi Kreatif Sektor Pariwisata

Pasal 50 Huruf H UU Persaingan Usaha memiliki substansi yang berkaitan dengan ekonomi kreatif sektor pariwisata antara lain sebagai berikut:

1. Moral dalam menjalankan usaha yaitu Pasal 50 Huruf H UU telah mengamanatkan bagi pelaku usaha untuk bersikap yang baik sesuai kaidah moral hukum yang ada. Pentingnya moral dalam menjalankan usaha yaitu dapat menjadikan nilai unggul dalam menuju ketatnya persaingan. Pada praktiknya moral dalam menjalankan usaha akan memberikan keuntungan kepada pelaku usaha untuk kesinambungan jangka panjang. Moral dalam

menjalankan usaha disini perlu dimiliki oleh usaha kecil, terlebih dengan adanya pengecualian bagi usaha kecil untuk tidak diberlakukannya UU Persaingan Usaha atau dengan kata lain usaha kecil perlu memiliki moral dalam menjalankan usaha dan negara telah percaya kepada moral usaha kecil dalam menjalankan usaha dengan tidak menyalahgunakan status ataupun posisi yang telah dimiliki.

2. Adanya perlindungan usaha kecil dari negara yaitu negara memberikan perhatian khusus kepada usaha kecil sehingga dikecualikan dari pengaturan hukum persaingan usaha, namun diatur dalam undang-undang secara tersendiri. Pada praktiknya usaha kecil sering mengalami tindakan persaingan usaha tidak sehat yang dilakukan oleh usaha besar. Oleh sebab itu negara memberikan keistimewaan dalam rangka melindungi usaha kecil yang terdapat pada Pasal 50 Huruf H yang berupa pengecualian dari berlakunya undang-undang tersebut. Lebih lanjut perlindungan usaha kecil diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (selanjutnya disebut dengan UU UMKM) pada Pasal 7 sampai 15.
3. Keadilan kepada usaha kecil yaitu Pasal 50 Huruf H mengecualikan usaha kecil dari hukum persaingan usaha adalah suatu langkah yang tepat mengingat usaha kecil bertujuan mencari keuntungan hanya untuk mencukupi kebutuhan dan tidak semuanya untuk mencari kekayaan serta prinsip-prinsip menjalankan bisnis yang baik masih dipegang teguh. Adanya keadilan untuk usaha kecil dalam persaingan usaha di Indonesia guna memberikan peluang kepada usaha kecil untuk memajukan dan mengembangkan

¹² Lihat Pasal 33 ayat (4) UUD NRI Tahun 1945.



kegiatan usaha yang dijalaninya. Pemberian keadilan kepada usaha kecil dibuktikan dengan adanya pemberian sanksi yang ditujukan kepada pelaku usaha apabila telah melanggar ketentuan yang diatur dalam UU Persaingan Usaha yaitu sanksi administratif pada Pasal 47 dan pidana tambahan pada Pasal 49 sedangkan dalam UU UMKM yaitu sanksi administratif pada Pasal 39 dan sanksi pidana pada Pasal 40.

4. Legalitas pengakuan kepada usaha kecil yaitu pengecualian untuk usaha kecil dari pengaturan hukum persaingan usaha adalah sebuah legalitas hukum bagi usaha kecil agar dalam menjalankan usaha tidak merasa khawatir dijerat dengan UU Persaingan Usaha.
5. Pengembangan usaha kecil yaitu dengan dikecualikannya usaha kecil dari pengaturan hukum persaingan usaha membuat pelaku usaha kecil leluasa dalam menjalankan usahanya. Namun perlu diingat dalam pengembangan usaha harus dilakukan dengan etika moral yang baik dan berpegang teguh pada undang-undang dan moral etika dalam masyarakat. Pengembangan usaha kecil menjadi sebuah hal yang bersifat krusial mengingat usaha kecil memiliki peran yang penting untuk pertumbuhan ekonomi di Indonesia.
6. **Pengklasifikasian Aset Dalam Filosofi Dasar Tentang Ekonomi Kreatif Sektor Pariwisata Berdasarkan Pasal 50 Huruf H Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999**

Pengklasifikasian aset secara filosofi dasar dalam Pasal 50 Huruf H UU Persaingan Usaha antara lain sebagai berikut:

1. Pengklasifikasian aset sesuai undang-undang yang berlaku yaitu definisi aset secara umum

merupakan barang atau sebuah barang yang memiliki nilai ekonomi, komersil ataupun tukar yang dimiliki oleh pelaku usaha. Pengklasifikasian aset terdapat pada UU UMKM antara lain sebagai berikut:

- a. Pasal 6 ayat (1) yaitu usaha mikro mempunyai kekayaan bersih maksimal Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau mempunyai hasil penjualan tahunan maksimal Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
 - b. Pasal 6 ayat (2) yaitu usaha kecil mempunyai kekayaan bersih minimal Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) dan maksimal Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau mempunyai hasil penjualan tahunan minimal Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) dan maksimal Rp.2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).
 - c. Pasal 6 ayat (3) yaitu usaha menengah mempunyai kekayaan bersih minimal Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) dan maksimal Rp.10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau mempunyai hasil penjualan tahunan minimal Rp.2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) dan maksimal Rp.50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah)¹³
2. Pengklasifikasian aset berdasarkan sifatnya yaitu sebuah usaha pada dasarnya mempunyai aktiva atau aset. Adapun arti

¹³ Lihat Pasal 6 UU UMKM

penting dari pengklasifikasian ini terletak pada penguasaan, penyerahan, daluarsa dan pembebanan. Pengklasifikasian aset berdasarkan sifatnya antara lain sebagai berikut:

- a. Aset bergerak merupakan aset yang karena sifatnya dapat dipindah dan berpindah dari satu tempat ke tempat lain contohnya adalah modal usaha, simpanan dan hutang.
 - b. Aset tidak bergerak merupakan aset yang menurut sifatnya tidak dapat dipindah atau berpindah dari satu tempat ke tempat lain contohnya tanah dan bangunan. Adapun aset tidak bergerak juga dapat diartikan sebagai aset yang melekat dengan tanah ataupun bangunan meskipun tidak mempunyai sifat permanen dengan mempunyai tujuan untuk mengikuti tanah ataupun bangunan tersebut untuk waktu yang lama seperti gerobak.
3. Pengklasifikasian aset berdasarkan bentuk fisiknya yaitu dari segi ekonomi, pengklasifikasian aset berdasarkan bentuk fisiknya antara lain sebagai berikut:
- a. Aset berwujud (*tangible assets*) merupakan aset dengan bukti fisik nyata, sehingga dapat disaksikan dan dikelola dengan panca indera. Aset berwujud umumnya dapat dikuantifikasi dan diukur kualitasnya dengan mudah dan rentan mengalami depresiasi (penyusutan nilai). Beberapa contoh aset berwujud adalah properti dan uang tunai
 - b. Aset tidak berwujud (*intangible assets*) merupakan kebalikan dari aset berwujud karena bentuknya abstrak dan tidak dapat dianalisa dengan panca indera. Contoh aset tidak berwujud

antara lain brand, hak cipta, paten, merek dagang dan *franchising*.

7. Analisis Pelanggaran Persaingan Usaha Tidak Sehat Yang Termasuk Dalam Muatan Pasal 50 Huruf H Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999

- A. Contoh pelanggaran yang terjadi dalam konteks usaha kecil di lingkungan ekonomi kreatif sektor pariwisata antara lain sebagai berikut:
1. Monopoli yaitu pelaku usaha yang memiliki modal usaha cukup akan melakukan penguasaan produksi dan pemasaran barang dan jasa. Para pelaku usaha tersebut menggunakan modal yang dimiliki untuk melakukan penguasaan produksi dengan membeli secara tidak wajar (harga tinggi) selanjutnya produk yang dibeli akan ditimbun dengan tujuan setelah produk langka produk tersebut akan dijual kembali dengan harga yang tinggi dari sebelumnya sehingga dapat menguasai pemasaran barang dan atau jasa di daerah tempat wisata tertentu. Mengingat produk yang dihasilkan memiliki keunikan tersendiri karena terdapat kreativitas dan inovasi dalam produknya dimana pada umumnya memiliki ciri khas dari tempat wisata tertentu sehingga produk tersebut tidak bisa disubsitusi dan apabila pelaku usaha melakukan monopoli maka mengakibatkan adanya penurunan jumlah output yang dihasilkan dan tingginya harga yang harus dibayar oleh konsumen.
 2. Pembatasan untuk masuk ke dalam pasar karena adanya persekongkolan yaitu A adalah pelaku usaha yang tidak bergabung ke dalam kelembagaan IKM dan berkeinginan untuk bergabung, akan tetapi oleh kelompok pelaku usaha yang berada di dalam IKM menolaknya dengan alasan yang tidak jelas dan menetapkan persyaratan yang tidak wajar.



Adanya pelanggaran seperti ini tentu saja diakibatkan karena pelaku usaha yang telah bergabung ke dalam kelembagaan IKM ingin mendapatkan keuntungan yang sebanyak mungkin dengan cara tidak memperbolehkan pelaku usaha lain untuk bergabung ke dalam IKM, hal itu disebabkan pelaku usaha yang berada di IKM beranggapan apabila semakin banyak pelaku usaha yang ada maka untuk mendapatkan keuntungan sebanyak mungkin akan sulit tercapai. Sehingga pelaku usaha yang berada di dalam IKM melakukan kerja sama agar dapat menguasai pasar bersangkutan untuk kepentingan mereka.

3. Pembagian wilayah yaitu pelaku usaha yang berada di tempat wisata A cenderung tidak diperbolehkan masuk ke kawasan ekonomi kreatif sektor pariwisata di daerah B untuk mengembangkan usahanya. Pelanggaran ini terjadi karena pelaku usaha tersebut mempunyai tujuan untuk membagi wilayah pemasaran ataupun alokasi pasar terhadap suatu produk barang dan jasa, dimana pelaku usaha meniadakan dan mengurangi persaingan dengan cara membagi wilayah pasar. Lebih lanjut pembagian wilayah merupakan strategi agar dapat menghindari terjadinya persaingan diantara pelaku usaha yang lain, sehingga pelaku usaha dapat menguasai wilayah pemasaran ataupun alokasi pasar yang menjadi bagiannya tanpa harus melakukan persaingan. Adanya pelanggaran ini telah merugikan konsumen dimana konsumen tidak memiliki pilihan karena hanya terdapat beberapa pelaku usaha di wilayahnya, sehingga pelaku usaha tersebut dapat menentukan harga barang dan jasa seenaknya sendiri.
4. Jual rugi (*predatory pricing*) yaitu A adalah pelaku usaha kuliner es bambo, pelaku usaha tersebut memiliki banyak pesaing maka untuk

dapat menjaga jualannya laku secara efektif dan untung besar pelaku usaha A melakukan strategi untuk menjual es bambo di bawah harga pasar (60% lebih murah) dari harga pelaku usaha lain, akan tetapi hal tersebut hanya bertahan selama 2 bulan, dimana setelah mayoritas pesaingnya bangkrut, selanjutnya pelaku usaha A menaikkan harga es bambo menjadi 3 kali lipat dari harga sebelumnya. Pelanggaran ini mempunyai tujuan utama dapat menyingkirkan pelaku usaha pesaing dari pasar dan mencegah pelaku usaha yang berpotensi menjadi pesaing untuk masuk ke dalam pasar yang sama, selanjutnya apabila telah berhasil mengusir pelaku usaha pesaing dan menunda masuknya pelaku usaha pendatang baru, kemudian pelaku usaha yang melakukan *predatory pricing* dapat menaikkan harga kembali dan memaksimalkan keuntungan yang mungkin didapatkan.

Dari keseluruhan contoh pelanggaran persaingan usaha tidak sehat dalam ekonomi kreatif sektor pariwisata di atas, apabila dilihat secara unsurnya maka telah memenuhi kualifikasi pelanggaran yang diatur oleh masing-masing pasal yang terdapat dalam UU Persaingan Usaha mengingat secara asumsi analisis pasar bersangkutan saling berkaitan. Contoh jangkauan wilayah dalam konteks ekonomi kreatif sektor pariwisata yaitu tempat lingkungan wisata itu sendiri, kemudian secara barang atau produk ekonomi kreatif sektor pariwisata bersifat unik dan berciri khas tempat wisata, oleh sebab itu apabila dikuasai satu pelaku usaha sudah tidak ada substitusi karena barang/produk itu khas tempat wisata. Akan tetapi berdasarkan Pasal 50 Huruf H, maka terhadap pelaku usaha kecil yang melanggar ketentuan UU Persaingan Usaha dikecualikan dari sanksi baik sanksi berupa tindakan administratif, pidana pokok maupun pidana tambahan.



Pemberian keistimewaan terhadap pelaku usaha kecil yang berupa pengecualian dari berlakunya UU Persaingan Usaha, dimaksudkan karena bagaimanapun pelaku usaha kecil masih memerlukan perlindungan agar usahanya dapat berkembang dan adanya alasan sosial ekonomi bahwa posisi dari pelaku usaha kecil masih lemah. Akan tetapi dalam fakta di lapangan terdapat banyak pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha kecil, dimana adanya penyalahgunaan status ataupun posisi yang dimiliki oleh pihak-pihak yang mengambil keuntungan dengan berlindung pada posisi tersebut yang dapat merugikan pelaku usaha lain, namun disisi lain adanya pengecualian terhadap pelaku usaha kecil untuk dikecualikan dari UU Persaingan Usaha sebagaimana yang terdapat pada Pasal 50 Huruf H.

B. Analisis Isu Krusial Terkait Pasal 50 Huruf H UU Persaingan Usaha

Berdasarkan uraian di atas maka terdapat isu krusial yang berkaitan dengan Pasal 50 Huruf H yaitu A adalah pelaku usaha ekonomi kreatif sektor pariwisata dengan kategori usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Agar usahanya dapat maju pemilik usaha ini menggunakan aset terpisah atau menggunakan uang pribadi sebesar Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) yang dimiliki untuk digunakan melakukan penguasaan pasar di wilayah wisata B dengan cara *predatory pricing* (jual rugi), monopoli dan lain sebagainya. Dalam kasus tersebut yang perlu dipahami bahwa aset usaha dan pemilik usaha dalam dimensi usaha UMKM yang tidak berbadan hukum maka aset tersebut menjadi 1 (satu) dalam usaha tersebut. Maka status usaha kecil itu sudah berganti menjadi usaha menengah karena asetnya Rp.200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah)

ditambah Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) maka secara total sudah Rp. 1.200.000.000,00 (satu miliar dua ratus juta rupiah). Dalam prinsip *good corporate governance* (tata kelola perusahaan), sebenarnya usaha kecil, menengah dan besar sebaiknya memisahkan aset untuk memastikan nilai laba dan rugi bisa diidentifikasi dengan mudah untuk mengukur perkembangan usaha dan mengurangi risiko kerugian besar. Beralihnya status usaha A yang semula usaha kecil ke usaha menengah maka secara yuridis formalistik maka sudah tidak masuk ke dalam muatan substansi rumusan Pasal 50 Huruf H yang mengecualikan usaha kecil dari tindakan sanksi UU Persaingan Usaha. Oleh sebab itu tindakan yang dilakukan oleh Usaha A yang melakukan tindakan pelanggaran seperti cara *predatory pricing* (jual rugi), monopoli dan lain sebagainya dapat dikenakan UU Persaingan Usaha.

8. Pengecualian Ekonomi Kreatif Sektor Pariwisata Berdasarkan Ketentuan Pasal 50 Huruf H Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999

Terdapat poin-poin penting dalam pengecualian ekonomi kreatif sektor pariwisata berdasarkan ketentuan Pasal 50 Huruf H UU Persaingan Usaha antara lain sebagai berikut:

1. Kondisi Ekonomi Kreatif Di Indonesia

Kondisi ekonomi kreatif di Indonesia dalam pelaksanaannya masih terdapat persaingan usaha tidak sehat yang terjadi diantara para pelaku usaha sebagaimana yang telah dijelaskan di atas. Oleh sebab itu masih diperlukannya kesadaran terhadap setiap pelaku usaha dalam menjalankan usahanya agar dapat dilakukan secara benar dan tidak melanggar ketentuan perundang-undangan yang terkait. Selain itu ekonomi kreatif di Indonesia perlu untuk terus dikembangkan, hal itu disebabkan dapat menciptakan iklim bisnis yang kondusif sebab

dapat menciptakan (lapangan usaha, pemasaran dan dampak bagi sektor lainnya) dan mendorong inovasi serta kreativitas karena dapat memunculkan ide-ide baru dan gagasan yang mempunyai peran dalam penciptaan nilai tambah.

2. Pendapat Para Ahli Tentang Penafsiran Pasal 50 Huruf H UU Persaingan Usaha

Menurut Andi Fahmi Lubis dan kawan-kawan tentang Penafsiran Pasal 50 Huruf H dalam bukunya yang berjudul “Hukum Persaingan Usaha Edisi Kedua” mengatakan bahwa sektor UKM seringkali menjadi perhatian politik ekonomi Indonesia, adanya Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia No.XVI/MPR/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka demokrasi ekonomi telah mengamanatkan bahwa pembangunan ekonomi nasional didasarkan pada ekonomi kerakyatan yang melibatkan pengembangan bagi usaha mikro, kecil dan menengah. Lebih lanjut dalam TAP MPR RI No. IV/MPR/1999 dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2000 tentang Program Pembangunan Nasional tahun 2000 sampai 2004, pemerintah Indonesia telah memastikan bahwa pembangunan ekonomi nasional berdasarkan pada ekonomi kerakyatan, dimana pembangunan ekonomi kerakyatan yang dimaksud adalah pembangunan ekonomi kerakyatan dengan memiliki arah kebijakan yang berorientasi pada pengusaha kecil terutama dalam hal perlindungan usaha yang tidak sehat.

3. Penjelasan Pasal 50 Huruf H sesuai Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 9 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 50 Huruf H Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Terdapat dua unsur dari Pasal 50 Huruf H yaitu unsur pelaku usaha dan unsur tergolong usaha kecil. Unsur pelaku usaha berdasarkan Pasal 1 angka 5 berbunyi pelaku usaha merupakan setiap orang perorangan atau badan usaha baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia baik yang dilakukan sendiri ataupun bersama-sama melalui perjanjian untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.¹⁴ Sedangkan unsur tergolong usaha kecil berdasarkan penjelasan Pasal 50 Huruf H berbunyi pelaku usaha tergolong usaha kecil adalah sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil (selanjutnya disebut dengan UU Usaha Kecil) lebih jauh sesuai ketentuan Pasal 42 UU UMKM mengatur bahwa pada saat UU UMKM mulai berlaku UU Usaha Kecil telah dicabut dan dinyatakan tidak berlaku. Oleh sebab itu penafsiran terminologi dari usaha kecil harus mengacu pada UU UMKM.

Usaha kecil yang perlu dilindungi merupakan usaha kecil sebagaimana yang dimaksud pada Pasal 6 ayat (2) UU UMKM¹⁵ Adapun usaha mikro yang skalanya lebih kecil dari usaha kecil juga diberikan pengecualian sesuai dengan Pasal 50 Huruf H. Selanjutnya di dalam Pasal 1 angka 2 UU UMKM usaha mikro dan usaha kecil dinyatakan sebagai usaha produktif yang berdiri sendiri milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha lebih besar yang memenuhi kriteria dari masing-masing

¹⁴ Lihat Pasal 1 angka 5 UU Persaingan Usaha

¹⁵ Lihat Pasal 6 ayat (2) UU UMKM

usaha mikro dan usaha kecil. Kriteria dari usaha mikro terdapat pada Pasal 6 ayat (1) UU UMKM.¹⁶ Usaha mikro dan usaha kecil yang memenuhi ketentuan Pasal 6 UU UMKM namun tidak memenuhi ketentuan Pasal 1 angka 2 UU UMKM maka tidak dapat diberikan pengecualian sesuai ketentuan Pasal 50 Huruf H. Lebih jauh usaha mikro dan usaha kecil yang dapat diberikan pengecualian sesuai dengan ketentuan Pasal 50 Huruf H merupakan usaha yang berdiri sendiri secara organisasi dan manajemen sehingga tidak termasuk usaha yang berbentuk cabang sebuah usaha menengah dan atau besar serta anak sebuah usaha menengah dan atau besar.¹⁷

KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah yang diteliti serta penjelasan yang telah diuraikan di atas maka dapat ditarik sebuah kesimpulan sebagai berikut:

1. Ekonomi kreatif sektor pariwisata dengan persaingan usaha tidak sehat mempunyai hubungan yang saling berkaitan berdasarkan ketentuan UU Persaingan Usaha, pertama hubungan secara yuridis formal dapat diartikan bahwa dalam UU Persaingan Usaha memuat substansi yang berkaitan dengan ekonomi kreatif sektor pariwisata pada Pasal 2 dan 3. Kedua hubungan secara sistem kelembagaan struktur ekonomi artinya dalam ekonomi kreatif sektor pariwisata terdapat usaha mikro, kecil, menengah dan besar dimana Pasal 50 Huruf H telah mengecualikan usaha kecil untuk tidak diberlakukan UU Persaingan Usaha dan terakhir hubungan filosofi secara konstitusi artinya adanya UU Persaingan Usaha dalam rangka untuk menciptakan landasan ekonomi

yang kuat sesuai amanat UUD Tahun 1945 dan sesuai dengan nilai-nilai kaidah hukum yang bertujuan menjaga persaingan agar bisa kompetitif dengan harapan dapat menciptakan perekonomian yang efisien dan fleksibel.

2. Ekonomi kreatif sektor pariwisata termasuk ketentuan yang dikecualikan dalam Pasal 50 Huruf H. Mengingat kondisi ekonomi kreatif di Indonesia rata-rata di dominasi oleh usaha mikro dan kecil dengan memiliki kekayaan bersih minimal Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) dan maksimal Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan minimal Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) dan maksimal Rp.2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah). Namun bila usaha ekonomi kreatif sektor pariwisata sudah menjadi usaha menengah dan besar melakukan pelanggaran seperti monopoli, pembatasan untuk masuk ke dalam pasar karena adanya persekongkolan, pembagian wilayah dan *predatory pricing* tidak termasuk ketentuan yang dikecualikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, Desi dan Syafrinaldi. (2022). Konflik Norma Antara Perlindungan Usaha Kecil Menurut Hukum Persaingan Usaha Indonesia Dengan Perlindungan Konsumen. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia* 4 (1).
- Apriani, Desi dan Zulherman Idris. (2020). Relevansi Pengecualian Terhadap Pelaku Usaha Kecil Menurut Hukum Persaingan Usaha

¹⁶ Lihat Pasal 6 ayat (1) UU UMKM.

¹⁷ Lihat Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 9 Tahun 2011

tentang Pedoman Pasal 50 Huruf H UU Persaingan Usaha.

- di Indonesia di Era Globalisasi Ekonomi. *Jurnal Legislasi Indonesia* 17 (4).
- Artharini, Nadia Feby. (2022). Perlindungan Bagi UMKM Terhadap Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Jurnal Program Magister Hukum FHUI* 2 (3).
- Fadhillah Meita. (2019). Penegakan Hukum Persaingan Usaha Tidak Sehat Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Kerangka Ekstrateritorial. *Jurnal Wawasan Yuridika* 3 (1).
- Fajar, Mukti dan Yulianto Achmad. (2019). *Dualisme Penelitian Hukum: Normatif dan Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Lubis, Andi Fahmi. Dkk. (2009). *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks dan Konteks*. Jakarta: Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH.
- Lubis, Andi Fahmi. Dkk. (2017) *Hukum Persaingan Usaha (Edisi Kedua)*. Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha.
- Marzuki, Peter Mahmud. (2005). *Penelitian Hukum Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Muhaimin. (2020). *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press.
- Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 9 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 50 Huruf H Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
- Purnomo, Rochmat Aldy. (2016). *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta: Ziyad Visi Media.
- Rokan, Mustafa Kamal. *Hukum Persaingan Usaha: Teori dan Praktiknya di Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017.
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

