



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 2 Tahun 2023 Page 6277-6288

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Tinjauan Yuridis Industri Peternakan Ayam Yang Kelola Oleh Perusahaan Secara Penguasaan Pasar

Rahmat Suhargon

Program Akuntansi, STIE Muhammadiyah Asahan

Email: [argonharahap@gmail.com](mailto:argonharahap@gmail.com)

### Abstrak

perusahaan industri sangat mempengaruhi perdagangan ayam hal ini perlu perhatian dalam bidang hukum, sebab ini terkait adanya penguasaan pasar oleh perusahaan industri dapat membantu ketersediaan ayam di pasar. Praktek penguasaan pasar oleh perusahaan industri diharapkan tidak membuat kesepakatan harga terhadap perdagangan ayam di pasaran. Terkait dengan penguasaan pasar oleh perusahaan industri ayam, belum diketahui bagaimana tinjauan yuridis industri peternakan ayam yang dikelola oleh perusahaan secara penguasaan pasar, bagaimana praktek penguasaan pasar oleh perusahaan industri ayam, dan bagaimana tanggung jawab bagi pelaku usaha penguasaan pasar oleh perusahaan industri ayam. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis normatif dengan menggunakan data yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan (library research), yaitu peraturan perundang-undangan, buku-buku, jurnal-jurnal dan dokumen-dokumen lain yang berkaitan dengan penelitian ini serta media elektronik. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa Berdasarkan hasil penelitian diperoleh, kajian hukum mengenai penguasaan pasar yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, praktek penguasaan pasar oleh perusahaan industri ayam memungkinkan adanya keuntungan yang terlalu besar (excess profit) yang dinikmati oleh para pelaku usaha atau perusahaan industri ayam dalam jangka panjang, dan diperlukan tanggung jawab bagi pelaku usaha penguasaan pasar oleh perusahaan industri yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Kajian hukum terhadap praktek penguasaan pasar oleh perusahaan industri ayam masih belum jelas disebabkan lemahnya pengawasan Pemerintah.

Kata Kunci : *Tinjauan, Yuridis, Industri, Ayam*

## Abstract

Industrial companies greatly affect the chicken trade. This requires attention in the legal field, because this is related to market control by industrial companies which can help the availability of chickens in the market. The practice of controlling the market by industrial companies is expected not to make price agreements on the chicken trade in the market. With regard to market control by chicken industry companies, it is not yet known how the juridical review of the chicken farming industry is managed by companies in a market control manner, what are the practices of market control by chicken industry companies, and what are the responsibilities of business actors controlling the market by chicken industry companies. This study uses a normative juridical approach using data obtained through library research, namely laws and regulations, books, journals and other documents related to this research and electronic media. The results of the discussion show that based on the research results obtained, legal studies regarding market control regulated in Law Number 5 of 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition, the practice of market control by chicken industry companies allows for excessive profits (excess profit). ) that are enjoyed by business actors or chicken industry companies in the long term, and it is necessary for business actors to dominate the market by industrial companies as regulated in Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. Legal studies on market control practices by chicken industry companies are still unclear due to weak government oversight.

Keywords: *Review, Juridical, Industry, Chicken*

## PENDAHULUAN

Salah satu komoditas peternakan yang memiliki potensi yang cukup tinggi di Indonesia adalah peternakan ayam potong (ras). Hal ini karena daging ayam cenderung lebih banyak dikonsumsi oleh masyarakat karena harga daging ayam per kilogramnya lebih murah dari pada harga daging sapi, kerbau atau daging kambing. Selain itu, daging ayam sangat mudah didapatkan karena saluran distribusinya hingga ke tingkat pengecer yang langsung menyalurkan kepada konsumen. Realitas ini mengindikasikan bahwa pengembangan peternakan mempunyai harapan yang baik dimasa depan. Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk, peningkatan pendapatan dan peningkatan kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi pangan yang bergizi tinggi maka permintaan akan bahan-bahan yang berasal dari ternak pun akan terus meningkat.

Pada sisi lain pembangunan peternakan ternyata dihadapkan pada berbagai tantangan dari lingkungan dalam negeri maupun lingkungan global. Dinamika lingkungan dalam negeri berkaitan dengan permintaan produk peternakan, penyedia bibit ternak, kualitas bibit, berbagai wabah penyakit ternak, serta tuntutan perubahan manajemen sejalan dengan pelaksanaan otonomi daerah dan partisipasi masyarakat. Sedangkan lingkungan global berkaitan dengan liberalisasi perdagangan global dan ketidakadilan perdagangan internasional, perubahan sistem dan

manajemen produksi, konsumsi global, tuntutan terhadap perwujudan ketahanan pangan dan pengentasan kemiskinan (*Millenium, Development Goal*) serta adanya kemajuan pesat dalam penemuan dan pemanfaatan teknologi.

Dengan besarnya kebutuhan masyarakat akan Unggas Ayam Ras bisa memicu terjadinya penguasaan pasar yang dilakukan para pelaku usaha. Adanya kebutuhan yang besar terkadang membuat para pelaku usaha untuk mencari keuntungan yang lebih besar. Banyak para pelaku usaha yang melakukan segala cara agar apa yang menjadi tujuannya dapat tercapai, seperti terjadinya persekongkolan dalam harga pasar. Tentunya ini melanggar Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Penguasaan pasar oleh perusahaan sangat mempengaruhi perdagangan ayam, akan tetapi juga dirasa bermanfaat bagi para peternak adanya perusahaan industri dapat membantu ketersediaan ayam di pasar. Praktek penguasaan pasar oleh perusahaan industri diharapkan tidak membuat kesepakatan harga terhadap perdagangan ayam di pasaran.

Pabrik dengan sengaja menciptakan kemiskinan untuk mengawali perbudakan dari kualitas bibit, pakan dan obat-obatan serta harga jual yang di monopoli. Menguasai pasar secara monopoli, karena peternak pasti miskin dan menjadi budak belian pabrik dengan memelihara tanpa memperhatikan lagi kualitas bibit, pakan, dan obat-obatan. Penguasaan pasar merupakan suatu organisasi resmi dari para penjual yang secara bersama menentukan harga, kuantitas, dan diferensiasi produk secara bersama-sama untuk memaksimalkan keuntungan industri tersebut. Sedangkan dalam Undang-undang Anti Monopoli Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, dijelaskan perjanjian yang bersifat kartel sebagai berikut : Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian, dengan pelaku usahasaingannya, yang bermaksud mempengaruhi harga dengan mengatur produksi dan atau pemasaran suatu barang dan atau jasa, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Dalam Undang-undang obyek perjanjian yang dilarang untuk dibuat antara pelaku usaha dengan pelaku usaha lain diatur dalam (pasal 4 ayat 1) adalah sebagai berikut : Secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan atau pemasaran barang dan jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Adapun beberapa masalah pokok yang menjadi fokus dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana tinjauan yuridis industri peternakan ayam yang dikelola oleh perusahaan secara penguasaan pasar ?
2. Bagaimana praktek penguasaan pasar oleh perusahaan industri ayam ?
3. Bagaimana tanggung jawab bagi pelaku usaha penguasaan pasar oleh perusahaan industri

ayam.

Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tinjauan yuridis industri peternakan ayam yang dikelola oleh perusahaan secara penguasaan pasar.
2. Untuk mengetahui praktek penguasaan pasar oleh perusahaan industri ayam.
3. Untuk mengetahui tanggung jawab bagi pelaku usaha penguasaan pasar oleh perusahaan industri ayam.

### METODE PENELITIAN

Jenis penelitian normatif yaitu sebuah bentuk/jenis penelitian yang mengandalkan data dan informasi tentang hukum, baik bahan hukum primer, bahan hukum sekunder maupun bahan hukum tersier. Penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif. Sumber data bahan hukum primer yaitu bahan hukum yang sifatnya mengikat dan berkaitan erat dengan masalah-masalah yang akan diteliti, berupa peraturan perundang-undangan seperti Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945, dan yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer, yaitu hasil karya di kalangan hukum yang ada relevansinya dengan masalah-masalah yang akan diteliti berupa buku-buku, pendapat-pendapat para sarjana yang berhubungan dengan jurnal ini. Bahan hukum tersier atau bahan hukum penunjang yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk atau penjelasan bermakna terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, yaitu kamus hukum, ensiklopedia, majalah, media massa, internet dan sebagainya.

Metode Pengumpulan Data Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan suatu penelitian Kepustakaan (*library research*). Dalam hal ini penelitian hukum dilakukan dengan cara melakukan penelitian terhadap berbagai sumber bacaan, buku-buku, berbagai literatur dan juga peraturan perundang-undangan. Metode *library research* adalah mempelajari sumber-sumber atau bahan-bahan tertulis yang dijadikan bahan dalam penelitian ini. Data yang telah diperoleh selanjutnya dicatat, diedit, dipelajari, kemudian diambil inti sarinya baik berupa teori, ide, konsep maupun ketentuan-ketentuan hukum yang terkait. Selanjutnya data tersebut dikumpulkan dan disusun, serta dikelompokkan sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Pengolahan data didahului dengan mengadakan seleksi terhadap data yang sudah terkumpul, baik bahan data primer, skunder, dan tersier.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Tinjauan Yuridis Industri Peternakan Ayam Yang Dikelola Oleh Perusahaan Secara Penguasaan

## Pasar

Penguasaan pasar merupakan suatu organisasi resmi dari para penjual yang secara bersama menentukan harga, kuantitas, dan diferensiasi produk secara bersama-sama untuk memaksimalkan keuntungan industri tersebut. Sedangkan dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat atau kita menyebutnya Anti Monopoli, dijelaskan perjanjian yang bersifat kartel sebagai berikut : "Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian, dengan pelaku usaha saingannya, yang bermaksud mempengaruhi harga dengan mengatur produksi dan atau pemasaran suatu barang dan atau jasa, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat".

Dalam pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyatakan bahwa : "Monopoli adalah penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha."

Jadi dalam pasal tersebut mendefinisikan monopoli sebagai suatu penguasaan atas sebuah usaha atau bisnis tertentu. Hal tersebut tentu dapat memperkuat posisinya dan melemahkan posisi pesaingnya, sehingga semakin lama ia akan semakin menguasai pasaran. Monopoli ini dapat dilakukan baik perseorangan maupun kelompok. Kata "*monopoli*" berasal dari kata Yunani yang berarti "*penjual tunggal*". Disamping itu istilah monopoli sering disebut juga "*Antitrust*" untuk pengertian yang sepadan dengan istilah "*antimonopoli*" atau istilah "*dominasi*" yang dipakai oleh masyarakat Eropa yang artinya sepadan dengan arti istilah "*monopoli*" dikekuatan pasar. Dalam praktek keempat istilah tersebut yaitu istilah monopoli, antitrust, kekuatan pasar dan istilah dominasi saling ditukarkan pemakaiannya. Keempat istilah tersebut dipergunakan untuk menunjukan suatu keadaan dimana seseorang menguasai pasar, dimana pasar tersebut tidak tersedia lagi produk substitusi atau produk substitusi yang potensial dan terdapatnya kemampuan pelaku pasar tersebut untuk menerapkan harga produk tersebut yang lebih tinggi, tanpa mengikuti hukum persaingan pasar atau hukum tentang permintaan pasar.

Jadi ketika seseorang telah mampu menguasai pasar atau berhasil melakukan monopoli, maka orang tersebut dapat menaikkan harga sesuai keinginannya tanpa melihat permintaan pasar, hal ini dapat dilakukan karena tidak adanya pesaing yang berarti baginya. Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 pasal 1 ayat (6) UU menyatakan bahwa : "Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antara pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha." Jadi persaingan usaha tidak sehat adalah suatu persaingan usaha dalam berbisnis yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau curang atau melawan hukum yang

tindakannya tersebut telah menghambat pesaingnya dalam melakukan usaha yang serupa.

Salah satu yang diatur oleh Undang-undang Anti Monopoli diantaranya adalah dilarangnya perjanjian-perjanjian tertentu yang dianggap dapat menimbulkan monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. Oleh sebab di Kabupaten Asahan khususnya Pemerintah Daerah melalui Dinas Peternakan Kabupaten Asahan selalu menjaga harga pasar dan menghindari permainan-permainan pasar yang nantinya merugikan konsumen ayam. Mengenai apa yang dimaksud dengan kata "perjanjian", tidak berbeda dengan pengertian perjanjian pada umumnya, yakni sebagaimana dimaksud dalam KUH Perdata pasal 1313 adalah "Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih". Dengan demikian sangat sulit untuk dibuktikan, perjanjian lisanpun secara hukum sudah dapat dianggap sebagai suatu perjanjian yang sah dan sempurna hal tersebut dipertegas lagi dalam pasal 1 ayat 7 dari Undang-undang Anti Monopoli yang menyebutkan bahwa : "Maksud dari perjanjian adalah suatu perbuatan dari satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikatkan diri terhadap satu atau lebih pelaku usaha lain dengan nama apapun, baik tertulis maupun tidak tertulis".

Praktek Penguasaan Pasar Oleh Perusahaan Industri Ayam

Adapun model-model yang umum kita kenal antara lain :

Oligopoly adalah struktur pasar di mana secara relatif terdapat beberapa perusahaan yang cukup mempunyai kekuatan pasar sehingga mereka tidak dapat dianggap sebagai penerima harga, akan tetapi mempunyai cukup saingan sehingga mereka tidak dapat menganggap kurva permintaan pasar sebagai kurva permintaan atas produk mereka saja. Biasanya masuk atau keluar dari perusahaan tersebut tidaklah begitu mudah.

Duopoly adalah keadaan khusus di mana dalam pasar oligopoly hanya ada dua perusahaan. dan ini dikembangkan untuk melihat lebih tajam interaksi antar perusahaan dalam pasar oligopoly.

Model Cournot menganggap, bahwa setiap perusahaan bertindak seakan-akan output perusahaan saingannya adalah tetap. Perusahaan tersebut kemudian berusaha untuk memaksimalkan keuntungan pada sisa pasar.

Model Edgeworth ini didasarkan pada 2 asumsi yaitu: Perusahaan menganggap harga perusahaan saingannya tetap. Masing masing perusahaan menghadapi kendala output maksimumnya. Sesuai dengan asumsi-asumsi tersebut, perusahaan saingan akan menjual produknya dengan harga yang lebih murah dalam usahanya untuk menguasai bagian pasar yang lebih besar.

Kurva Permintaan Patah merupakan permintaan yang menunjukkan ketegaran harga jika suatu perusahaan menurunkan harga, perusahaan lain dalam industri tersebut juga ikut

menurunkan harga. Tetapi jika perusahaan menaikkan harga, perusahaan lain tidak akan mengubah harganya. Jika sebuah perusahaan menaikkan harganya dan tidak ada orang yang mengikutinya, perusahaan tersebut kehilangan porsi pasarnya dan penjualannya akan menurun dengan tajam.

Penentuan Harga perusahaan yang dominan tersebut, menentukan harga tertentu untuk memaksimalkan keuntungannya. Perusahaan-perusahaan yang kecil diperbolehkan untuk menjual kuantitas, yang mereka inginkan pada tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan yang dominan.

Harga monopoli : menurut pendapat umum harga monopoli lebih tinggi dari harga kompetisi, dan hasil yang dibuat oleh seorang yang melakukan monopoli lebih rendah dari pada yang dibuat di bawah kondisi yang bersaing, yaitu persaingan tidak sempurna. Kurva yang diperlukan dalam menghadapi tiap-tiap penjual sangat elastis dan dia terus memproduksi dan menjual hasil tambahan sampai pendapatan marjinal sama dengan harga. Tetapi seorang yang melakukan monopoli harus menghadapi kurva keperluan yang dapat dibandingkan dengan yang tidak elastis, karena dia memproduksi dan menjual hasil produksi tambahan, maka harga dipasaran turun. Pendapatan marjinalpun akan kurang dari harga dan seorang yang melakukan monopoli dan memproduksi sampai biaya marjinalnya sama dengan pendapatan marjinal. Oleh karena itu pada umumnya, produksi monopoli lebih rendah dari pada produksi kompetitif, dan harga monopoli lebih tinggi dari pada harga kompetitif. Sedangkan keputusan harga dan output suatu perusahaan kartel tergantung pada kesepakatan yang telah disepakati bersama.

Adapun hal – hal yang dikecualikan dari Undang-Undang anti monopoli, antara lain perjanjian-perjanjian yang dikecualikan, perbuatan yang dikecualikan, dan perjanjian yang dikecualikan. Perjanjian yang dikecualikan Perjanjian yang berkaitan dengan hak atas kekayaan intelektual, termasuk lisensi, paten, merek dagang, hak cipta, desain produk industri, rangkaian elektronik terpadu, dan rahasia dagang.

Perjanjian yang berkaitan dengan waralaba. Perjanjian penetapan standar teknis produk barang dan atau jasa yang tidak mengekang dan atau menghalangi persaingan.

Perjanjian dalam rangka keagenan yang isinya tidak memuat ketentuan untuk memasok kembali barang dan atau jasa dengan harga yang lebih rendah dari harga yang lebih rendah dari harga yang telah diperjanjikan.

Perjanjian kerja sama penelitian untuk peningkatan atau perbaikan standar hidup masyarakat luas.

Perjanjian internasional yang telah diratifikasi oleh pemerintah. Perbuatan yang dikecualikan perbuatan pelaku usaha yang tergolong dal pelaku usaha. Kegiatan usaha koperasi yang secara khusus bertujuan untuk melayani anggota. Perbuatan dan atau perjanjian yang diperkecualikan Perbuatan atau perjanjian yang bertujuan untuk melaksanakan peraturan perundang- undangan

yang berlaku. Perbuatan dan atau perjanjian yang bertujuan untuk ekspor dan tidak mengganggu kebutuhan atau pasokan dalam negeri.

#### Tanggung Jawab Bagi Pelaku Usaha Penguasaan Pasar Oleh Perusahaan Industri Ayam

Berdasarkan Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyebutkan pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Pengertian pelaku usaha dalam pasal 1 angka 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen cukup luas. Cakupan luasnya pengertian pelaku usaha dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut memiliki persamaan dengan pengertian pelaku usaha dalam Masyarakat Eropa terutama negara Belanda yaitu dikualifikasikan disebut dengan produsen.

Pelaku usaha dalam penguasaan pasar perusahaan industri ayam harus mengikuti peraturan – peraturan yang berlaku di Indonesia yang berkaitan dengan Perlindungan dalam suatu usaha, sehingga para konsumen yaitu masyarakat Indonesia tidak dirugikan. Sebab kebutuhan akan Ayam sangat besar terhadap masyarakat, baik untuk konsumsi keluarga atau kebutuhan dagang. Dengan kebutuhan yang sangat besar inilah yang bisa memicu permainan harga pasar. Diperlukan suatu pengawasan pasar sehingga permainan harga pasar sering terjadi, akan tetapi tidak berlangsung lama. sebab masyarakat Kabupaten Asahan apabila terjadi lonjakan harga ayam di pasar, masyarakat atau konsumen beralih kepada konsumsi ikan laut.

Pelaku usaha pasar perusahaan industri ayam di Kabupaten Asahan harus mempunyai itikad yang baik dan untuk kemanfaatan masyarakat sehingga terciptanya pembangunan nasional yang seimbang dan relevan. Sebab perlindungan konsumen pada dasarnya untuk kemanfaatan, keseimbangan, keamanan, keselamatan dan kepastian hukum. Konsumen mempunyai hak yang dapat dituntut dari produsen atau pelaku usaha industri ayam, produsen ayam dan pelaku usaha juga mempunyai hak dan kewajiban yang harus dipenuhi yang tertuang dalam pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, yaitu :

##### Hak-hak Pelaku Usaha

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa

konsumen.

Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.

Batasan hak dan kewajiban pelaku usaha jelaslah mencerminkan bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak hanya berusaha memberikan perlindungan kepada konsumen, tetapi juga memberikan perlindungan kepada pelaku usaha yang jujur dan beritikad baik sehingga mampu bersaing dengan sehat. Namun demikian usaha perlindungan melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen tentu saja lebih ditujukan kepada konsumen, karena kedudukan konsumen sendiri secara ekonomis memang lebih lemah dibandingkan dengan kedudukan pelaku usaha.

Hak-hak pelaku usaha diatas juga disertai dengan berbagai kewajiban yang diemban oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen Sebagai berikut :

#### Kewajiban Pelaku Usaha

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
2. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang di produksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
6. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
7. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Kecendrungan masyarakat konsumen hanya bersandar kepada sejumlah lembaga advokasi konsumen, sesuai dengan pasal 44 UUPK, yaitu dengan adanya pengakuan pemerintah terhadap lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang mempunyai kegiatan yang meliputi, penyebaran informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa, memberikan nasehat kepada konsumen yang memerlukannya, bekerjasama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen, membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, dan termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen.

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha perlu pula untuk diketahui dimana telah tertuang dalam Bab IV Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dari pasal 8 sampai dengan pasal 17. Dalam pasal 8 berbunyi sebagai berikut Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang :

1. tidak memenuhi atau tidak sesuai standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
2. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih, atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
3. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
4. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang, dan/atau jasa tersebut;
5. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
6. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam, label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan /atau jasa tersebut;
7. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
8. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
9. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
10. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
11. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang rusak, cacat, atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
12. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat, atau bekas, dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
13. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut secara wajib menariknya dari peredaran.

Bila menyoroiti ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen pasal 8 tersebut jelas tertuang mengenai ketentuan-ketentuan khususnya tentang perdagangan ayam yang sesuai dengan prosedur yang berlaku, ayam tersebut yang diperdagangkan harus ayam segar bukan ayam yang mati lalu diperjual belikan, hal ini berkenaan dengan kelayakakan produk. Hanya produk yang memenuhi syarat dan ketentuan lah termasuk yang Halal yang boleh di pasarkan. Barang yang tidak layak atau ayam dengan istilah Tiren (Mati Kemaren) sangat berbahaya bila dikonsumsi oleh konsumen maka diperlukan informasi yang jelas mengenai suatu proses perdangan di dalam industri ayam khususnya di Kabupaten Asahan. Pelaku usaha harus benar-benar memberikan penjelasan yang jelas dan tidak sembarangan menjual suatu produk tetapi juga konsumen harus cerdas dalam membeli ayam di pasar.

### SIMPULAN

Penguasaan pasar oleh perusahaan industri ayam selalu mengikat pada aturan hukum dan/atau harus taat pada Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 pasal 1 ayat (6) menyatakan bahwa : "Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antara pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha." Praktek penguasaan pasar perusahaan industri ayam terorganisir dengan ketat dan dapat menentukan harga dan output sebagaimana halnya sebuah monopoli. Kartel sendiri dapat bertindak sebagai penjual tunggal yang dapat mempertahankan harga yang tinggi. Adapun model-model yang umum kita kenal antara lain : *Oligopoly* adalah struktur pasar di mana secara relatif terdapat beberapa perusahaan yang cukup mempunyai kekuatan pasar. *Duopoly* adalah keadaan khusus di mana dalam pasar oligopoly hanya ada dua perusahaan. dan ini dikembangkan untuk melihat lebih tajam interaksi antar perusahaan dalam pasar *oligopoly*. Pelaku usaha juga mempunyai hak dan kewajiban dalam menjalankan penguasaan pasar perusahaan industri ayam. Adapun hak-hak pelaku usaha antara lain : hak untuk menerima pembayaran, hak untuk mendapat perlindungan hukum, hak untuk melakukan pembelaan diri dan hak untuk rehabilitasi nama baik. Sedangkan kewajibannya antara lain : beritikad baik, memberikan informasi yang benar, memperlakukan atau melayani secara jujur, menjamin mutu barang, memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan memberi kompensasi atau ganti rugi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Yani dan Gunawan. *Seri Hukum Bisnis Anti Monopoli*. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada.
- Celina Tri Siswi Kristiyanti. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta : Sinar Grafika.
- Erman Rajagukguk. 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung : Mandar Maju.
- Munir Fuady. 2013. *Konsep Hukum Perdata*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Amiruddin & Zainal Asikin. 2014. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji. 2013. *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta : Sinar Grafika.
- Elsi Kartika Sari & Advendi Simangunsong.2005.*Hukum Dalam Ekonomi*, Jakarta : Gramedia Widiasarana.
- Salim H.S dkk, *Perancangan Kontrak dan Memorandum of Understanding (MoU)*.2007.Jakarta : Sinar Grafika.
- Widijantoro.1999.*Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen berdasarkan UUPK*. Jakarta : Rajawali Pers.