

**Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin**  
Volume 1, Nomor 7, Agustus 2023, Halaman 227-230  
E-ISSN: [2986-6340](https://doi.org/10.5281/zenodo.8207048)  
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8207048>

## **Hukum Bisnis Dalam Mengatur Persaingan Usaha Perdagangan Khususnya Pada Pemasaran Digital Maupun Secara Manual**

**Elysa Amisa Fitri<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi & Bisnis Prodi Manajemen Bisnis, Universitas Bandar Lampung  
Email: [elysaamisafitri@gmail.com](mailto:elysaamisafitri@gmail.com)<sup>1</sup>

### **Abstrak**

Di Indonesia dalam menjalankan usaha pada suatu bidang perdagangan seperti membuka warung, toko klontong, dan rumah makan diperlukan strategi pemasaran yang menarik dan efektif. Namun di dalam konteks ini terdapat inti permasalahan yaitu banyaknya persaingan peluang usaha dagang satu dengan lainnya, dalam hal ini dibutuhkannya pemasaran yang dilakukan secara efisien baik penyebaran melalui digital, media sosial ataupun secara manual dengan menawarkan produk kepada masyarakat serta menjelaskan terkait produk tersebut. Selain itu, perlunya Undang-Undang yang mengatur terkait masalah bisnis maupun usaha apapun bentuknya sebagai bentuk peraturan agar menjadikan suatu usaha yang terkendali dan terencana baik dari segi perencanaan pengadaan barang hingga laba untung rugi dalam suatu bisnis. Hukum yang mengatur ialah Undang-Undang No.7 Tahun 2014 berisi “Perdagangan adalah suatu kontrak kegiatan yang menyangkut penyediaan barang atau jasa, di dalam negeri dan di luar negeri, dengan maksud untuk mengalihkan hak atas barang atau jasa dengan imbalan atau imbalan”. Persaingan usaha dagang antara warung satu dan lainnya terkadang membuat suatu konflik kecemburuan sosial tersendiri. Terkadang, satu warung memiliki pematokan harga yang sangat tinggi sedangkan satu warung lainnya memiliki pematokan harga yang netral, satu warung lainnya lagi memiliki pematokan harga yang rendah sehingga orang-orang khususnya ibu rumah tangga akan memiliki warung yang mematok harga rendah pada situasi ini pentingnya mengutamakan strategi dan perencanaan pemasaran dalam menjalankan suatu usaha perdagangan agar memikat hati konsumen.

Kata Kunci: *Hukum Bisnis, Persaingan Usaha, Pemasaran*

### **PENDAHULUAN**

Usaha perdagangan menjadi salah satu sumber mata pencaharian masyarakat di Indonesia. Selain tidak membutuhkan modal yang banyak hingga menghabiskan ratusan juta, keefektifan membuka usaha dagang ini juga dinilai sangatlah kreatif. Manusia merupakan makhluk sosial yang hampir memiliki sifat tidak puas akan suatu barang atau apapun itu. Tingkat permintaan akan pengadaan barang ini dengan lainnya sering ditemui oleh para distributor, hingga membangun usaha dagang pada saat ini merupakan cara efektif dan pas dalam memperoleh keuntungan pada suatu usaha atau bisnis. Masyarakat di Indonesia memerlukan berbagai macam kebutuhan sehari-hari baik dari bahan pangan seperti beras, lauk pauk, sayur, telur dan lainnya membuat usaha perdagangan ini menjadi lebih unggul dalam pemasukan negara.

Adanya kegiatan jual beli yang sering kita temui baik di pasar, swalayan hingga lingkungan di sekitar rumah sendiri pun sering ditemukan orang yang bertransaksi jual beli. Namun pada konteks ini dijelaskan bahwa semakin hari tingkat persaingan di dalam dunia perdagangan memanglah meningkat secara drastis, banyaknya masyarakat yang paham akan keuntungan berdagang atau membuka suatu usaha warung membuat mereka berlomba-lomba membangun suatu usaha tersebut. Akibatnya antara warung satu dengan lainnya memiliki persaingan dalam mencari konsumen, mungkin pihak satu ingin membeli gula namun di

warung tersebut tidak ada gula karena stok habis dia pasti akan mencari kebutuhan tersebut ke warung lainnya, dan dilihat dari harganya terdapat perbedaan secara drastis. Di warung satu yang kehabisan stok gula mematok harga 1/2 gula yaitu Rp 12.000,00 namun di warung yang lainnya mematok harga 1/2 gula yaitu Rp 9.500,00. Adanya perbedaan ini justru mengundang asumsi yang bagus terhadap warung yang memiliki atau mematok harga rendah dibandingkan harga yang tinggi, hal tersebut sangatlah menjadikan suatu konflik kecemburuan antara warung satu dan lainnya.

Selain itu tingkat ekonomi di Indonesia yang rendah, gaji pekerja yang kadang dibawah rata-rata UMR serta kebutuhan yang meningkat membuat para orang-orang menyulap keahlian mereka dengan membuka suatu usaha perdagangan, walaupun dia sendiri tidak ada bakat dalam dunia usaha perdagangan tetapi dia tetap membuka usaha tersebut karena paham akan kesempatan yang akan diambil jika usaha nya dapat berkembang. Perencanaan membuka suatu usaha diperlukan pemikiran yang matang, karena setiap usaha memiliki resiko tersendiri dan para pelaku pun harus siap menerima resiko tersebut dalam dunia perdagangan banyak dijumpai kebangkrutan akibat warung lainnya, ketertarikan konsumen terhadap warung satu sangat kecil dibandingkan lainnya. Hal ini harus dijadikan acuan dalam membuka suatu usaha perdagangan perhatikan sisi penempatan, higienisnya, lalu pelayanan prima itu sendiri karena pembeli membutuhkan pelayanan yang sangat baik dan tertata rapih sehingga lebih apik dipandang. Perencanaan ini merupakan faktor pembangun terpenting dari berdirinya suatu usaha, setelah itu tentukan strategi pemasaran dengan sasaran yang tepat cari dimana tempat yang memiliki peluang usaha tinggi dalam mengembangkan usaha kita. Adanya usaha perdagangan ini diharapkan dapat memulihkan ekonomi yang kurang stabil di Indonesia.

## **METODE PENELITIAN**

Adapun metode penelitian ini digunakan dengan cara meneliti kembali atau melaksanakan studi literatur berdasarkan penelitian terdahulu. Berdasarkan pernyataan menurut para ahli dijelaskan bahwa pendekatan kualitatif yakni pendekatan penelitian yang menggunakan opini, mulai dari mengumpulkan data dari hasil wawancara, hingga memaparkan hasil penelitian. Peneliti lebih mengunggulkan pendekatan kualitatif dengan mengandalkan dan mengacu pada studi literatur terhadap penelitian terdahulu yang relevan. Segala aktivitas yang dilakukan oleh objek dilihat dan diamati serta menghilangkan data yang tidak perlu dibahas. Berdasarkan data yang dikumpulkan dengan metode penelitian ini hampir setiap masyarakat merasakan dampak positif dari adanya Usaha Perdagangan ini. Dijelaskan bahwa penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi seberapa efisien membangun usaha perdagangan sesuai hukum bisnis yang berlaku di Indonesia. Metode penelitian kualitatif dilaksanakan bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena dengan sedalam-dalamnya dengan cara pengumpulan data yang sedalam-dalamnya pula, yang menunjukkan pentingnya kedalaman dan detail suatu data yang diteliti. Melalui penelitian kualitatif peneliti berharap dapat mengenali suatu subjek dan merasakan apa dampak dari adanya Usaha Perdagangan ini kepada bidang perekonomian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Persaingan usaha yang terjadi di era globalisasi sekarang sangatlah tinggi tingkat presentase persaingan ini bisa mencapai 96% setiap daerah, karena memiliki potensi penjualan lokal yang sama. Dalam merintis sebuah usaha diperlukannya taktikal strategi pemasaran baik secara digital maupun manual, contohnya jika ingin melakukan pemasaran secara digital menggunakan brosur digital, pamflet atau promosi melalui Instagram dan akun media sosial lainnya dibutuhkan nilai estetika yang bagus. Selain itu, kita juga harus

mengamati barang apa saja yang kemungkinan sedang diminati di kalangan media sosial ini, sehingga kita bisa mencari peluang usaha melalui peminatan.

Jika kita melakukan pemasaran secara manual terlebih dahulu kita merancang fungsi yang efektif dan efisien serta memiliki nilai guna yang tinggi jadi konsumen merasa bahwa benda tersebut dapat digunakan sesuai fungsi masing-masing. Terlebih lagi jika barang tersebut sedang diminati di pasaran masyarakat pasti barang lebih mudah terincar dan terjual secara cepat. Kegiatan perdagangan adalah kegiatan jual beli antara pedagang dan pembeli. Produk yang dijual oleh pedagang ini berwujud, artinya kami dapat mengalihkan kepemilikan atas produk tersebut. Juga, perusahaan perdagangan mengutamakan keuntungan dari penjualan barang. Keuntungan dapat digunakan kembali untuk modal, biaya distribusi dan biaya operasional. Hasil transaksi tersebut dapat dikatakan berperan dalam kebutuhan bisnis atau individu maupun kebutuhan komersial.

Perusahaan komersial menjual barang dalam bentuk bahan mentah, produk setengah jadi atau produk jadi. Barang dagangan adalah perkebunan, pertanian, manufaktur dan hasil hutan. Menjalankan bisnis perdagangan ini membutuhkan strategi untuk memastikan bisnis Anda tumbuh subur dan bertahan dalam menghadapi persaingan pasar. Peluang bisnis menjadi salah satu pertimbangan untuk kegiatan perdagangan ini. Persaingan komersial, layanan pelanggan, dan kualitas produk juga merupakan masalah penting. Selain itu bisnis harus memiliki lisensi untuk memulai bisnis. Apalagi jika ukuran perusahaan komersial yang didirikan cukup besar. Untuk mendapatkan izin usaha, dimana kita harus mendaftarkan aktivitas perdagangan. Surat izin niaga ini disebut surat izin niaga (SIUP) ini adalah dokumen yang harus dimiliki oleh badan usaha atau perorangan yang ingin mendirikan perusahaan dagang SIUP. Bahkan pedagang lokal yang beroperasi dalam skala kecil pun harus memiliki izin usaha dagang atau SIUP. Pemegang SIUP tidak selalu harus pedagang besar, namun aturan ini berlaku untuk semua jenis pedagang. SIUP diklasifikasikan ke dalam tiga kategori berdasarkan jumlah modal masing-masing lembaga perdagangan. Berikut pengelompokannya.

- 1) SIUP besar, yaitu untuk usaha perdagangan yang memiliki modal awal di atas Rp.500.000.000,00.
- 2) SIUP menengah, yaitu untuk usaha perdagangan yang memiliki modal awal berkisar Rp.200.000.000,00 – Rp.500.000.000,00.
- 3) SIUP kecil, yaitu untuk usaha perdagangan yang memiliki modal awal dan kekayaan bersih pemilik lebih kecil atau sama dengan Rp.200.000.000,00.

Dalam hukum bisnis yang mengatur usaha perdagangan ini ada empat referensi dalam undang-undang. Keempat undang-undang tersebut adalah UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, UU No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal, UU No. 32 tentang Perdagangan Berjangka Komoditi dan UU No. 8 Tahun 1997 tentang dokumen perusahaan. Dalam kasus hukum adat, sumbernya adalah pasal 1339 dan 1347 KUHP.

Perusahaan dagang sendiri adalah kegiatan yang melakukan kegiatan jual beli antara produsen dan konsumen. Produk yang dijual oleh perusahaan perdagangan adalah bahan atau produk eksklusif. Perusahaan perdagangan menjual dan membeli barang dalam bentuk bahan baku, produk setengah jadi dan produk jadi. Komoditi yang diperdagangkan meliputi perkebunan, hasil bumi, hasil hutan dan hasil pertanian. Faktor-faktor tertentu seperti persaingan, kualitas layanan dan kualitas produk yang akan dijual harus diperhitungkan saat mendirikan bisnis. Anda juga memerlukan surat izin usaha (SIUP) untuk memulai bisnis. Semua pedagang harus mendapatkan izin untuk memperdagangkan ini.

## **KESIMPULAN**

Dari pembahasan mengenai rumusan masalah terhadap penulisan artikel ini dapat disimpulkan bahwa penelitian untuk menghasilkan kajian pada artikel ini diadakan untuk

membahas, menganalisis serta mencari solusi dari permasalahan itu sendiri. Adapun kesimpulan yang bisa didapat dari penelitian terkait “Hukum Bisnis Dalam Mengatur Persaingan Usaha Perdagangan Khususnya Pada Pemasaran Digital Maupun Secara Manual” ini ialah:

- 1) Adanya kemampuan untuk menguraikan kembali apa itu definisi dari permasalahan terkait Hukum Bisnis Dalam Mengatur Persaingan Usaha Perdagangan Khususnya Pada Pemasaran Digital Maupun Secara Manual.
- 2) Kemampuan untuk menerangkan kembali dan membuktikan sumber-sumber dalam melakukan penelitian ini. Menerangkan kembali terkait keseluruhan materi dalam penelitian ini kepada dosen dengan lancar.
- 3) Kemampuan untuk membuktikan bahwa persepsi terkait Peran Hukum Bisnis Dalam Mengatur Persaingan Usaha Perdagangan Khususnya Pada Pemasaran Digital Maupun Secara Manual memanglah benar dan berdampak positif bagi masyarakat dibuktikan melalui penilaian masyarakat terhadap penelitian ini dari hari ke hari, sehingga mereka dapat menilai bahwa usaha perdagangan memang harus diatur dalam hukum bisnis yang berlaku di Indonesia serta dengan adanya usaha ini dapat membantu untuk meningkatkan ekonomi di Indonesia.
- 4) Dalam penelitian kali ini dan dengan dibuatnya penelitian terkait Peran Hukum Bisnis Dalam Mengatur Persaingan Usaha Perdagangan Khususnya Pada Pemasaran Digital Maupun Secara Manual.

### **Referensi**

- Malik Cahyadin. (2017). *Industri Perdagangan Di Indonesia: Pengembangan Dan Kinerja*. JIEP 17(2). Indonesia: USM
- Iskandar. (2017). *Pengaruh Kewirausahaan Dan Peluang Pasar Terhadap Kinerja Usaha Perdagangan Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Peureulak Kota Kabupaten Aceh Timur*. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis* 8(1). Indonesia: Universitas Samudra.
- Ni Made Ayu Aprinia. (2019). *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pendapatan Usaha Dagang Pelinggih Di Kecamatan Mengwi*. *Buletin Studi Ekonomi* 24(2). Bali: Universitas Udayana
- Heni Sukesi. *Pengembangan Usaha Dagang Kecil Menengah Dalam Mendukung Kebudayaan Dan Pariwisata*. *Buletin Ilmiah Penelitian dan Pengembangan Perdagangan*.