JURNAL HUKUM EGALITAIRE
E-ISSN: 3025-3713

ANALISIS DAMPAK MONOPOLI TERHADAP KONSUMEN DAN PASAR DI DESA TOROSIAJE

Ramdan Antu[1]; Rahmat Datau[2]

[1,2] Program Studi Ilmu Hukum Universitas Muhammadiyah Gorontalo
Jl. Prof. Dr. H. Mansoer Pateda. Desa Pentadio Timur. Kecamatan, Telaga Biru Kabupaten Gorontalo. 96181

Email: ramdanantu71@gmail.com

Abstract

This research aims to analyze the impact of monopoly on consumers and markets. Monopoly is a form of market where one company or entity controls all production or sales of a product or service. In this study, we explore the economic and social consequences of monopoly situations, focusing on their effects on consumers and market dynamics. This research uses a combined approach of economic analysis and case studies to reveal the effects of monopoly. We investigate how monopoly can affect prices, product quality, and innovation. In addition, we also consider the impact of monopolies on consumer choice, product accessibility, and market efficiency. The research results show that monopoly tends to result in higher prices and lower product quality compared to competitive situations. However, this impact is not always detrimental for all consumers, because some consumer groups can experience certain benefits. We also identify various regulatory strategies that can be used to reduce the negative impact of monopolies, maintaining a balance between consumer interests and economic efficiency. This research provides important insights into the complexity of monopoly in consumer and market contexts. This can be a reference for policy makers, market players and academics to understand the implications of monopoly and take appropriate actions to minimize its negative impacts.

.

Keywords : *Monopoly; Consumer; Torosiaje*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak monopoli terhadap konsumen dan pasar khususnya yang ada di desa Torosiaje. Monopoli adalah bentuk pasar di mana satu perusahaan atau entitas menguasai seluruh produksi atau penjualan suatu produk atau jasa. Dalam kajian ini, peneliti menjelajahi konsekuensi ekonomi dan sosial dari situasi monopoli, dengan fokus pada pengaruhnya terhadap konsumen dan dinamika pasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan gabungan observasi dan wawancara dengan tujuan mengetahui efek monopoli di desa torosiaje. Peneliti menyelidiki bagaimana monopoli dapat memengaruhi harga, kualitas produk, dan inovasi. Selain itu,

JURNAL HUKUM EGALITAIRE
E-ISSN: 3025-3713

peneliti juga mempertimbangkan dampak monopoli terhadap pilihan konsumen, aksesibilitas produk, dan efisiensi pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa monopoli cenderung menghasilkan harga yang lebih tinggi dan kualitas produk yang lebih rendah dibandingkan dengan situasi persaingan. Namun, dampak ini tidak selalu bersifat merugikan bagi semua konsumen, karena beberapa kelompok konsumen dapat merasakan manfaat tertentu. Peneliti juga mengidentifikasi berbagai strategi regulasi yang dapat digunakan untuk mengurangi dampak negatif monopoli, menjaga keseimbangan antara kepentingan konsumen dan efisiensi ekonomi. Penelitian ini memberikan wawasan yang penting tentang kompleksitas monopoli dalam konteks konsumen dan pasar. Hal ini dapat menjadi acuan bagi pengambil kebijakan, pelaku pasar, dan akademisi untuk memahami implikasi monopoli dan menjalankan tindakan yang sesuai untuk meminimalkan dampak buruknya.

Kata Kunci: *Monopoli; Konsumen; Torosiaje*

A. Pendahuluan

Monopoli adalah jenis struktur pasar dalam ekonomi di mana hanya ada satu produsen atau penjual tunggal yang menguasai atau memiliki kendali mutlak atas suatu produk atau jasa tertentu di dalam suatu wilayah atau pasar tertentu. Dalam situasi monopoli, tidak ada pesaing yang signifikan atau alternatif yang tersedia bagi konsumen.

Ciri-ciri utama dari monopoli meliputi:

1. Hanya ada satu perusahaan yang mengendalikan pasokan produk atau jasa.
2. Tidak ada persaingan yang berarti dalam hal produk serupa.
3. Perusahaan monopoli memiliki kekuatan pasar yang signifikan untuk menentukan harga produk.
4. Konsumen memiliki sedikit atau tanpa pilihan alternatif.

Monopoli sering kali dapat menghasilkan keuntungan yang tinggi karena mereka memiliki kendali penuh atas pasar dan dapat menetapkan harga yang tinggi. Oleh karena itu, banyak negara memiliki undang-undang antimonopoli dan mengatur praktik-praktik monopoli untuk melindungi persaingan usaha yang sehat dan kepentingan konsumen. Monopoli adalah situasi di pasar di mana satu perusahaan atau entitas menguasai hamper seluruh pasar atau memiliki kendali yang sangat besar atas suatu produk atau layanan tertentu. Hal ini dapat mengakibatkan kurangnya persaingan yang sehat dan harga yang tinggi bagi konsumen.[1]

[1] Adam Smith

Dampak monopoli mengacu pada konsekuensi ekonomi, sosial, dan pasar yang timbul akibat adanya monopoli dalam suatu industri atau pasar tertentu. Dampak dari monopoli itu sendiri dapat bervariasi, dan banyak penelitian ekonomi telah mengidentifikasi beberapa efek yang mungkin terjadi. Berikut adalah beberapa dampak utama monopoli:

1. Harga Tinggi

   Dalam situasi monopoli, perusahaan yang mengendalikan pasar memiliki kekuasaan untuk menentukan harga produk atau layanan mereka. Hal ini dapat mengakibatkan harga yang tinggi bagi konsumen.

2. Kurangnya Inovasi

   Monopoli cenderung memiliki sedikit insentif untuk berinovasi karena mereka tidak dihadapkan pada tekanan persaingan yang kuat.

3. Kualitas Produk yang Rendah

   Tanpa persaingan yang sehat, perusahaan monopoli mungkin tidak merasa perlu untuk meningkatkan kualitas produk mereka.

4. Pembatasan Pilihan Konsumen

   Monopoli dapat membatasi pilihan konsumen, karena tidak ada alternatif yang sebanding dalam pasar, "Industrial Organization: Markets and Strategies".

Dalam konsekuensi sosial dari situasi monopoli, dapat terjadinya penghasilan yang tidak merata. Monopoli dapat menghasilkan keuntungan besar untuk perusahaan monopoli, sementara konsumen membayar harga yang tinggi. Hal ini dapat menghasilkan ketidaksetaraan ekonomi. Monopoli memiliki pengaruh yang signifikan terhadap dinamika pasar,sebagai contohnya monopoli memiliki kekuasaan mutlak untuk mendapatkan harga produk atau layanan mereka karena tidak ada pesaing yang signifikan. Ini dapat mengakibatkan harga yang lebih tinggi bagi konsumen, karena mereka tidak memiliki alternatif lain. Monopoli seringkali dapat menyediakan barang dengan kualitas rendah atau lebih rendah untuk menghemat biaya produksi dan menghasilkan lebih banyak keuntungan, sehingga menyebabkan kerugian bagi konsumen.

JURNAL HUKUM EGALITAIRE
E-ISSN: 3025-3713

Dalam kegiatan ekonomi, monopoli menjadi salah satu isu penting yang perlu diperhatikan. Monopoli dapat mengakibatkan pengurangan persaingan dan peningkatan harga, sehingga merugikan konsumen dan masyarakat pada umumnya. Dampak negatif monopoli pada kegiatan ekonomi ini perlu dikaji lebih lanjut untuk menemukan upaya yang tepat dalam mengatasinya. Dalam konteks Indonesia, masalah monopoli sudah menjadi isu yang diperbincangkan sejak lama. Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan beberapa rumusan masalah yakni, bagaimana monopoli dapat memengaruhi harga, kualitas dan inovasi, serta dampak monopoli terhadap pilihan konsumen, aksesibilitas produk, dan efisiensi pasar.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan observasi. Teknik wawancara merupakan cara sistematis untuk memperoleh informasi-informasi dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan lisan mengenai suatu obyek atau peristiwa pada masa lalu, kini, dan akan datang. Teknik ini mempermudah untuk memperoleh informasi secara langsung guna menjelaskan suatu hal atau situasi dan kondisi tertentu. Memperoleh data agar dapat memengaruhi situasi atau orang tertentu. Akar penyebab masalah yang berpotensi menyebabkan masalah diidentifikasi dengan cara memberikan pendapat mengenai penyebab masalah berdasarkan kenyataan di lapangan atau data yang terpercaya dengan berbagai cara pengumpulan data kemudian menganalisisnya. Metode observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mengamati dan meninjau secara cermat dan langsung di lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi yang terjadi kemudian digunakan untuk membuktikan kebenaran dari desain penelitian yang sedang dilakukan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Bagaimana Monopoli Dapat Memengaruhi Harga, Kualitas Produk, dan Inovasi

Monopoli merupakan suatu bentuk pasar dimana hanya terdapat satu produsen yang menguasai pasar. Dengan kata lain satu penjual menguasai segala

jenis penawaran. Seseorang yang menguasai pasar monopoli disebut monopolois. Persaingan usaha dapat menguntungkan konsumen dalam mendapatkan kualitas layanan yang lebih baik. Perusahaan tidak dapat mengalahkan pesaing hanya karena harga tapi layanan berkualitas juga merupakan fokus utama dalam mempertahankan pelanggan. Kondisi ideal dalam pasar adalah apabila penjual dan pembeli mempunyai informasi yang sama tentang barang yang akan di perjual belikan. Apabila salah satu pihak tidak mempunyai informasi seperti yang di miliki oleh pihak lain maka salah satu pihak akan merasa di rugikan dan terjadi kecurangan atau penipuan. Disaat konsumen mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk-produk yang ditawarkan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginannya, maka harga akan menjadi suatu acuan atau ukuran. Monopoli dapat memengaruhi harga dengan mengendalikan pasokan barang atau jasa tertentu di pasar. Ketika satu perusahaan atau entitas memiliki kendali penuh atas pasokan tersebut, mereka dapat menaikkan harga secara signifikan karena tidak ada persaingan yang cukup untuk mendorong harga ke bawah. Efek monopoli terhadap harga telah dianalisis oleh ekonomi dan terkait dengan konsep "kekuatan pasar." Ekonomi mikro mengacu pada teori monopoli untuk menjelaskan bagaimana perusahaan tunggal dalam situasi monopoli memiliki kekuatan pasar untuk menentukan harga.[2] Pada desa Torosiaje, dengan hasil observasi yang telah peneliti lakukan bahwa adanya satu perusahaan (Pasar) yang mengendalikan penawaran dan distribusi suatu produk atau layanan tertentu. Berbagai pasar yang terdapat pada desa tersebut memiliki beragam atau perbedaan harga yang memicu terjadinya persaingan usaha. Contoh yang dapat diambil adalah harga bahan-bahan makanan atau rempah-rempah yang kualitasnya juga berbeda. Bukan hanya dalam pasar saja, di desa tersebut juga memiliki beberapa rumah makan yang memiliki harga yang beragam. Ini biasanya merujuk pada situasi di mana satu atau beberapa rumah makan mengendalikan sebagian besar atau seluruh pasar makanan dalam suatu wilayah tertentu. Sebagai contoh, suatu jenis makanan tertentu mungkin hanya tersedia dari satu restoran dalam suatu wilayah (Desa). Monopoli dalam rumah makan bisa menjadi masalah jika itu

[2] "Principles of Economics" karya N. Gregory Mankiw

JURNAL HUKUM EGALITAIRE
E-ISSN: 3025-3713

mengakibatkan kurangnya pilihan konsumen atau jika restoran yang mengendalikan pasar menggunakan posisi dominannya untuk menaikkan harga secara tidak wajar. Namun, dalam banyak kasus, ada berbagai restoran yang bersaing, sehingga konsumen memiliki pilihan yang lebih baik. Monopoli dapat memengaruhi harga dengan beberapa cara. Saat suatu perusahaan memiliki monopoli dalam pasar, artinya tidak ada pesaing yang signifikan, sehingga perusahaan tersebut memiliki kontrol penuh atas harga. Berikut beberapa cara bagaimana hal ini terjadi:

1. Menetapkan harga tinggi

   Dalam monopoli, perusahaan dapat menetapkan harga yang jauh lebih tinggi daripada biaya produksi karena tidak ada pesaing yang dapat menekan harga ke bawah. Hal ini dapat merugikan konsumen.
2. Mengurangi kualitas

   Perusahaan monopoli dapat mengurangi kualitas produk atau layanan tanpa takut kehilangan pelanggan karena tidak ada alternatif lain.
3. Memaksakan harga tertinggi

   Dalam beberapa kasus, perusahaan monopoli dapat memanfaatkan kekuatan mereka untuk memaksa konsumen membayar harga tertinggi yang mereka mampu.[3] Ketika sebuah perusahaan atau entitas memiliki monopoli dalam suatu industri, mereka memiliki kekuatan untuk menentukan harga produk atau jasa tersebut tanpa adanya persaingan yang signifikan. Hal ini dapat mengakibatkan peningkatan harga, penurunan kualitas dan penurunan inovasi.

2. Dampak Monopoli Terhadap Pilihan Konsumen, Aksesibilitas Produk, dan Efisiensi Pasar

Pasar Monopoli merupakan suatu bentuk pasar dimana hanya terdapat satu produsen yang menguasai pasar. Dengan kata lain satu penjual menguasai segala jenis penawaran. Seseorang yang menguasai pasar monopoli disebut monopolois. Persaingan usaha dapat menguntungkan konsumen dalam mendapatkan kualitas layanan yang lebih baik. Perusahaan tidak dapat mengalahkan pesaing hanya karena harga tapi layanan berkualitas juga merupakan fokus utama dalam mempertahankan pelanggan. Kondisi ideal dalam

[3] Jurnal ekonomi dan artikel penelitian terkait dengan monopoli dan pengaruhnya terhadap harga.

pasar adalah apabila penjual dan pembeli mempunyai informasi yang sama tentang barang yang akan di perjual belikan. Apabila salah satu pihak tidak mempunyai informasi seperti yang di miliki oleh pihak lain maka salah satu pihak akan merasa di rugikan dan terjadi kecurangan atau penipuan. Disaat konsumen mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk-produk yang ditawarkan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginannya , maka harga akan menjadi suatu acuan atau ukuran[4].

Persaingan dalam dunia bisnis merupakan suatu dinamika tersendiri yang tidak dapat dihindari. Bagi beberapa pebisnis, persaingan berkonotasi negatif karena bisa mengancam bisnis karena takut akan berkurangnya profit atau konsumen lebih memilih harga rendah dari pesaing. Namun pada kenyataannya tidak demikian, persaingan yang sehat dapat memberikan hal yang baik bagi pebisnis, pesaing itu sendiri dan bahkan para pelanggan.

Pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum. Undang-Undang (UU) persingan usaha adalah Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang bertujuan untuk memelihara pasar kompetitif dari pengaruh kesepakatan dan konspirasi yang cenderung mengurangi dan atau menghilangkan persingan. Kepedulian utama dari UU persaingan usaha adalah promoting competition dan memperkuat kedaulatan konsumen.

Monopoli adalah komponen utama yang akan membuat kekayaan terkonsentrasi ditangan segelintir kelompok sehingga dapat menciptakan kesenjangan sosial dan ekonomi. Kepemilikan dan penguasaan aset kekayaan ditangan individu adalah sesuatu yang diperbolehkan. Namun demikian ketika kebebasan tersebut dimanfaatkan untuk menciptakan praktek-praktek monopolistik yang merugikan, maka adalah tugas dan kewajiban negara untuk melakukan intervensi dan koreksi. Di abad pertengahan ulama-ulama terkemuka seperti, Ibn Taimiyyah, Ibn Qaiyym al-Jauziyyah dan Ibn Khaldun telah pula melakukan kajian yang mendalam tentang praktek monopoli. Ibn Taimiyyah dalam kitabnya Al-Hisba Fiil Islam beliau menjelaskan bahwa ajaran

[4] Mashur Malaka

JURNAL HUKUM EGALITAIRE
E-ISSN: 3025-3713

Islam sangat mendorong kebebasan untuk melakukan aktivitas ekonomi sepanjang tidak bertentangan dengan aturan agama, misalnya yang dalam sistem ekonomi Islam dikenal dengan istilah Riba (interest), ikhtikar (penimbunan/monopoli), Ta'zir yang dzalim (penetapan harga secara dzalim), dan Tadlis (penipuan), serta Taqhrir (kerancuan, ketidak pastian)[5].

Dalam dunia persaingan usaha, monopoli dapat memiliki dampak negative pada pilihan konsumen karena mereka dapat mengendalikan pasokan, harga, dan inovasi produk. Ini dapat mengurangi variasi produk yang tersedia bagi konsumen dan mengakibatkan harga yang lebih tinggi. Sebagai contoh, dalam industri teknologi, monopoli dapat menghambat inovasi karena kurangnya persaingan yang mendorong perusahaan untuk berinovasi lebih lanjut[6]. Monopoli juga dapat memiliki dampak negatif pada pilihan konsumen karena mengurangi persaingan. Konsumen sering kali memiliki sedikit atau bahkan tidak ada pilihan alternatif dalam pasar yang dikuasai oleh satu perusahaan atau entitas. Selain pada pilihan konsumen, monopoli juga berdampak pada aksesbilitas produk dan efisiensi pasar. Monopoli dapat membatasi aksesibilitas produk karena kontrol yang dimiliki oleh perusahaan tunggal atas produksi dan distribusi. Dalam beberapa kasus, perusahaan monopoli dapat memilih untuk menaikkan harga atau membatasi penyaluran produk ke wilayah atau kelompok konsumen tertentu. Hal ini dapat menyulitkan bagi konsumen yang tidak mampu membayar harga yang ditetapkan atau bagi mereka yang tinggal di daerah yang kurang diakomodasi oleh perusahaan monopoli. Untuk efisiensi itu sendiri, monopoli dapat memiliki dampak negatif terhadap efisiensi pasar tersebut karena kurangnya persaingan dapat mengakibatkan alokasi sumber daya yang tidak efisien. Tanpa persaingan yang sehat, perusahaan monopoli mungkin tidak merasa perlu untuk memperbaiki proses produksi atau mengurangi biaya, karena tidak ada tekanan dari pesaing. Ini dapat menghasilkan kurangnya inovasi, kurangnya peningkatan kualitas, dan biaya yang lebih tinggi bagi konsumen. Maka, untuk menghindari masalah-masalah ini, pemerintah ataupun masyarakat harus mampu mendorong inovasi dan persaingan usaha yang sehat.

[5] Mashur Malaka
[6] Monopoly Power and Consumer Welfare: The Consequences of Monopoly, Robert H. Lande

Dalam dunia kompetitif global saat ini, inovasi sangatlah perlu dilakukan oleh perusahaan agar dapat berinovasi dalam menciptakan ide baru, proses baru, produk baru, dan meningkatkan kondisi bisnis mereka saat ini. Dari kegiatan inovasi, perusahaan dapat mendapatkan beberapa keunggulan yang dibutuhkan untuk berkembang, tetap kompetitif, berkontribusi pada pembangunan ekonomi nasional, dan peningkatan kinerja dalam hal keuangan. Agar inovasi dapat berjalan dengan baik, kegiatan inovasi perlu dikelola sesuai struktur, budaya, dan logika organisasi menggunakan strategi yang tepat. Proses inovasi juga perlu dipantau dan dievaluasi oleh perusahaan agar dapat dipastikan bahwa inovasi akan memiliki efek positif pada kinerja mereka, dan bukan malah menurunkan kinerja perusahaan. Proses menerapkan ide-ide baru ke dalam praktik merupakan salah satu definisi dari inovasi[7]. Sebelum inovasi dilakukan, perlu terjadi penemuan ilmu-ilmu yang selanjutnya dapat diterapkan dalam inovasi. Di antara penemuan dan inovasi, dapat terjadi jeda waktu yang bervariasi dari waktu yang singkat, seperti beberapa bulan, hingga waktu yang lama atau bertahun-tahun. Penemuan sendiri selain dapat terjadi di dalam perusahaan juga dapat terjadi di luar perusahaan yang melakukan inovasi. Dalam hal ini, perusahaan yang ingin melakukan inovasi kemudian dapat menerapkan penemuan dari perusahaan lain tersebut dari kegiatan akuisisi dalam produk atau layanan baru miliknya sendiri. Kedua hal tersebut, yaitu inovasi dan penemuan sangatlah penting karena tanpa inovasi, penemuan mungkin tidak akan berguna dalam dunia nyata, dan tanpa penemuan sebuah inovasi tidak akan bisa terjadi. Terdapat empat kategori inovasi, yaitu inovasi proses, inovasi organisasi, inovasi pemasaran, dan inovasi produk (DIIB UI, 2016). Inovasi proses berarti bahwa suatu kegiatan inovasi berfokus pada perubahan metode produksi atau distribusi yang lebih baik dari sebelumnya. Inovasi organisasi berfokus pada perubahan sistem organisasi untuk meningkatkan efisiensi dan kinerja. Inovasi pemasaran berarti strategi pemasaran baru yang diterapkan ditujukan untuk meningkatkan angka penjualan perusahaan. Terakhir adalah inovasi produk, yang berfokus pada penciptaan produk baru atau layanan baru yang lebih berkualitas dan diminati

[7] Dereli, 2015

JURNAL HUKUM EGALITAIRE
E-ISSN: 3025-3713

oleh konsumen. Inovasi dan persaingan merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan.

Persaingan dapat memotivasi perusahaan untuk berinovasi, sementara inovasi dapat membuat persaingan menjadi lebih ketat dan menarik. Secara keseluruhan, persaingan dan inovasi cenderung meningkatkan tingkat industri karena mereka membawa kualitas yang lebih baik dan mengurangi harga produk dan layanan di industri. Oleh karena itu, untuk dapat bersaing suatu perusahaan dapat menggunakan strategi yang berfokus pada inovasi. Ketika sebuah perusahaan melakukan ini, maka lebih mudah bagi perusahaan untuk membuat keputusan strategis tentang inovasi. Sebagai contoh, sebuah perusahaan dapat mengalokasikan sebagian besar pendapatannya untuk penelitian dan pengembangan untuk mendapatkan keunggulan teknologi yang dibutuhkan untuk berinovasi. Namun, bagi perusahaan yang tidak menjadikan inovasi sebagai salah satu strategi intinya, mungkin akan sulit bagi mereka untuk menginvestasikan dana dalam jumlah besar pada kegiatan inovasi. Selain itu, kemungkinan besar perusahaan yang tidak mempunyai strategi inovasi mempunyai prioritas lain dalam penggunaan dana yang mereka miliki, seperti untuk ekspansi, promosi, dan lain-lain. Makalah ini bertujuan untuk membahas tren terbaru dalam manajemen inovasi dan bagaimana perusahaan dapat mengadopsinya dalam memenangkan persingan di era sekarang ini.

Menurut Everett (1983), inovasi dapat berarti segala hal baru dalam bentuk ide, gagasan, praktek atau objek/benda yang secara sadar diterima untuk diadopsi oleh suatu instansi, kelompok, atau individu. Sumber lain mendefinisikan bahwa inovasi tidak memiliki batas pada sesuatu yang berwujud seperti benda akan tetapi juga mencakup tindakan atau gerakan menuju perubahan dalam tata kehidupan masyarakat (Pervaiz and Charles, 2010). Inovasi juga dapat diartikan sebagai mekanisme suatu perusahaan dalam beradaptasi dalam suatu lingkungan yang dinamis, dimana perusahaan harus mampu mengeluarkan ide baru yang inovatif yang kemudian berujung pada produk baru yang lebih berkualitas untuk memenuhi kebutuhan pelanggan[8]. Lebih lanjut, arti inovasi dalam suatu perusahaan juga dapat mencakup kegiatan

[8] Hurley and Hult, 1945

R&D (Research and Development), kegiatan produksi, dan kegiatan pemasaran untuk memasarkan produk hasil inovasi tersebut.

Dalam peraturan undang-undang, inovasi dikatakan sebagai upaya penelitian, pengembangan, rekayasa yang dilakukan untuk mendapatkan penerapan praktis suatu ilmu pengetahuan baru atau tata cara baru dalam penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sebelumnya sudah ada ke dalam proses baru atau produk baru. Selain itu, inovasi harus merupakan sesuatu baru yang dapat berguna dan bermanfaat bagi masyarakat yang berkenaan dengan inovasi, bukan hanya merupakan hal baru saja yang belum bisa memberikan manfaat. Pada akhirnya, secara keseluruhan inovasi mencakup segala bentuk informasi, pemikiran, ide, praktik, dan nilai baru yang sebelumnya tidak diketahui oleh masyarakat yang kemudian diterima dan dapat digunakan oleh masyarakat luas untuk merubah sesuatu yang sudah ada atau menciptakan sesuatu yang baru untuk upaya peningkatan kinerja atau perbaikan. Organisasi yang beroperasi secara kompetitif dalam skala global sangat perlu untuk menjadi lebih inovatif. Inovasi terbuka (open innovation) yang memungkinkan inovasi dapat berkaitan dengan mitra eksternal, memungkinkan optimalisasi input inovasi dari sumber-sumber eksternal perusahaan untuk dimanfaatkan dalam penjualan produk atau layanan baru. Sistem manajemen terpad (integrated management system) berkontribusi pada optimalisasi sumber daya yang dapat mengarah pada efisiensi organisasi dan dapat meningkatkan efisiensi inovasi.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa monopoli memiliki dampak yang negatif terhadap kegiatan ekonomi dan masyarakat pada umumnya, seperti menaikkan harga produk atau jasa, mengurangi daya saing, dan menghambat inovasi. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk mengatasi monopoli tersebut, salah satunya dengan mendorong persaingan sehat melalui regulasi dan kebijakan yang tepat serta pemberdayaan pelaku usaha kecil dan menengah. Selain itu, masyarakat juga perlu memiliki kesadaran akan hak-hak konsumen dan memilih produk atau jasa yang memberikan nilai terbaik bagi mereka. Dengan demikian, dapat diharapkan bahwa upaya mengatasi monopoli dapat memberikan manfaat bagi kegiatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

JURNAL HUKUM EGALITAIRE
E-ISSN: 3025-3713

D. Daftar Pustka

Buku

Asril Sitompul, S.H., LL.M, 2019, Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Jakarta

Dr. Andi Fahmi Lubis, SE, ME, Dr. Anna Maria Tri Anggraini, SH, MH, Kurnia Toha, Ph.D, Prof. Dr. L. Budi Kagramanto, SH, MH, MM, Prof. M. Hawin, SH, LL.M, Ph.D, Prof. Dr. Ningrum Natasya Sirait, SH, MLI, Dr. Paramita Prananingtyas, SH, LLM, Dr. Sukarmi, SH, MH Syamsul Maarif, Ph.D dan Dr. jur. Udin Silalahi, SH, LLM, 2017, HUKUM PERSAINGAN USAHA, Jakarta

Drs. Suhasril, S.H., M. H dan Prof. Mohammad Taufik Makarao, S.H., M.H, 2010, Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia, Yogyakarta

Artikel Jurnal

Sentot Imam Wahjono dan Anna Marina, 2009, Jurnal Balance, KEBIJAKAN ANTI MONOPOLI DALAM PEREKONOMIAN INDONESIA, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya

Jhon Mejer Purba, 2020, Pengaruh Pasar Monopoli di Indonesia

Hardiani Hardiani dan Etik Umiyati, 2015, Research Gate, Dampak Pemberian Subsidi Produksi Terhadap Keseimbangan Pasar pada Pasar Persaingan Sempurna dan Pasar Monopoli, Institut Teknologi Bandung, Bandung

Mia Nurlika dan Iza Hanifuddin, 2021, Jurnal Ekonomi Syariah, Monopoli Serta Persaingan Usaha Tidak Sehat Menurut Uu No. 5 Tahun 1999 dan Hukum Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Khaira Talia Zikra, 2021, Research Gate, Pasar Monopoli, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau, Pekanbaru

Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan (UU Kepariwisataan

Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2015, tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata Tahun 2015-2019

Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor PM.35/UM.001/MPEK/2012 tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Tahun 2012-2014

Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 4 Tahun 2022 Tentang Pemberdayaan Desa Wisata

Peraturan Daerah Jawa Timur No. 6 Tahun 2017 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Provinsi Jawa Timur Tahun 2017-2032,

Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata No. PM.26/UM.001/MKP/2010 tentang Pedoman Umum Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri pariwisata melalui Desa Wisata.

Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Peraturan Daerah Kabupaten Lamongan Nomor 14 Tahun 2017 tentang Perubahan Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2016 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Lamongan Tahun 2016-2021

Peraturan Daerah Kabupaten Lamongan Nomor 10 Tahun 2021 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Lamongan Tahun 2021-2026

Internet

https://bakai.uma.ac.id/2022/06/03/mengenal-dampak-postif-dan-negatif-dari-monopoli/

https://accurate.id/ekonomi-keuangan/definisi-pasar-monopoli/#:~:text=Salah%20satu%20kekurangan%20pasar%20monopoli,sama%20berjualan%20di%20pasar%20tersebut

https://www.dictio.id/t/bagaimana-dampak-pasar-monopoli-terhadap-konsumen/25973/2

https://m-bisnis,com.cdn.ampproject.org/v/s/m.bisnis.com/amp/read/20221118/9/1599862/pasar-monopoli-definisi-ciri-ciri-jenis-dampak-dan contohnya?amp_gsa=1&amp_js_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#amp_tf=Dari%20%251%24s&aoh=16836230296184&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com

JURNAL HUKUM EGALITAIRE
E-ISSN: 3025-3713