

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Ritel

1. Ritel

Pengertian eceran atau disebut pula ritel (bahasa Inggris: *retail*) sebagaimana yang terdapat di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah secara satu-satu; sedikit-sedikit (tentang penjualan atau pembelian barang).²⁷

Ritel merupakan mata rantai dalam proses distribusi barang dan menjadi mata rantai terakhir dalam suatu proses distribusi. Melalui ritel, suatu produk dapat bertemu langsung dengan penggunanya. Industri ritel di sini didefinisikan sebagai industri yang menjual produk dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, kelompok, atau pemakai akhir. Produk yang dijual kebanyakan adalah pemenuhan dari kebutuhan rumah tangga termasuk sembilan bahan pokok²⁸.

Bisnis ritel dapat diklasifikasikan menurut bentuk, ukuran, tingkat modernitasnya, dan lain-lain, sehingga akan ditemukan berbagai jenis bisnis ritel. Namun, pada umumnya pengertian bisnis ritel dipersempit hanya pada *in-store retailing* yaitu bisnis ritel yang menggunakan toko untuk menjual barang dagangannya. Hal ini bisa diamati pada pembahasan-pembahasan isu mengenai bisnis ritel, baik di media massa maupun forum-forum diskusi,

²⁷Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Keempat*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2012, hlm 350

²⁸ Majalah Kompetisi Edisi 34, *op.cit*, hlm 4

tanpa disadari terfokus pada bentuk ritel yang secara fisik kasat mata yaitu toko-toko usaha eceran²⁹.

Penggolongan bisnis ritel di Indonesia dapat dikategorikan berdasarkan sifatnya, yaitu ritel yang bersifat tradisional atau konvensional dan yang bersifat modern. Ritel yang bersifat tradisional adalah sejumlah pengecer atau pedagang eceran yang berukuran kecil dan sederhana, misalnya toko-toko kelontong, pengecer atau pedagang eceran yang berada di pinggir jalan, pedagang eceran yang berada di pasar tradisional, dan lain sebagainya. Kelompok bisnis ritel ini memiliki modal yang sedikit dengan fasilitas yang sederhana. Ritel modern adalah sejumlah pedagang eceran atau pengecer berukuran besar, misalnya dengan jumlah gerai yang cukup banyak dan memiliki fasilitas toko yang sangat lengkap dan modern. Hasil survei menurut AC Nielsen lima pengecer terbesar yang termasuk dalam kategori ritel modern di Indonesia berdasarkan nilai penjualan adalah Matahari, Ramayana, Makro, Carrefour, dan Hero. Konsep yang ditawarkan peritel modern beragam seperti *supermarket* (swalayan), *hypermarket*, *minimarket*, *departement store*, dan lain sebagainya.³⁰

Bisnis ritel dapat pula dibagi menjadi tiga kelompok usaha perdagangan eceran yaitu:³¹

1. Grosir (pedagang besar) atau *hypermarket*. Kelompok ini umumnya hanya ada di kota-kota besar dan jumlahnya sedikit. Di Indonesia yang termasuk dalam kelompok ini adalah:

²⁹ Tri Joko Utomo, *op.cit.*, hlm 124

³⁰ Euis Soliha, *op.cit.*, hlm. 129-130

³¹ *Ibid*

- a. PT Alfa Retailindo dengan nama gerai Alfa.
 - b. PT Makro Indonesia dengan nama gerai Makro.
 - c. PT Carrefour Indonesia dengan nama gerai Carrefour.
 - d. PT Goro Batara Sakti dengan nama gerai Goro.
 - e. PT Hero Supermarket dengan nama gerai Giant.
 - f. PT Matahari Putra Prima dengan nama gerai Matahari.
2. Pengecer besar atau menengah dengan jumlah gerai sekitar 500 gerai.
 3. *Minimarket* modern. Pelaku kelompok ini tidak banyak namun mengalami perkembangan pesat.

Menurut Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, Departemen Perdagangan Republik Indonesia (1997), jenis-jenis perdagangan eceran terdiri dari:³²

1. Pasar tradisional, adalah tempat transaksi barang atau jasa antara penjual dan pembeli, yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut:
 - a. memperjualbelikan barang/jasa kebutuhan sehari-hari secara eceran;
 - b. melibatkan banyak pedagang eceran berskala kecil, bangunan dan fasilitas pasarnya relatif sederhana; dan
 - c. pemilikan dan pengelolannya umumnya oleh pemerintah daerah.
2. *Supermarket* (swalayan/rumah belanja), adalah pasar modern tempat penjualan barang-barang eceran yang berskala besar dengan pelayanan yang bersifat *self service*. Kepemilikannya bisa dimiliki oleh satu orang atau lebih. Komoditas inti yang dijual adalah barang-barang rumah tangga, makanan, minuman, dan lain-lain.

³² *Ibid*

3. *Departement Store* (Toko Serba Ada), adalah pasar modern tempat penjualan barang-barang eceran yang berskala besar. Komoditas inti yang dijual adalah jenis-jenis *fashion*, seperti pakaian, sepatu, tas, kosmetik, perhiasan, dan lain-lain. Pelayanan dibantu oleh pramuniaga dan ada pula yang *self service*.
4. Pasar Grosir, adalah tempat transaksi barang atau jasa antara penjual dan pembeli secara partai besar, untuk kemudian diperdagangkan kembali.
5. Pasar Grosir tradisional, adalah pasar grosir dengan jumlah pedagang grosir relatif banyak, seperti Pasar Tanah Abang Jakarta, Pasar Cipulir, Pasar Mangga Dua Jakarta, dan lain sebagainya.
6. Pasar Grosir Modern, adalah pasar grosir dengan pelayanan yang bersifat *self service*, seperti Pasar Grosir Makro, Alfa, dan lain-lain.
7. Pusat perbelanjaan/pusat perdagangan (*mall/plaza/shopping center*), adalah suatu arena penjualan berbagai jenis komoditi yang terletak dalam satu gedung perbelanjaan. Dalam pusat perbelanjaan terdapat *department store*, *supermarket*, dan toko-toko lain dengan berbagai macam produk. Contohnya: Galeria Mall, Blok M Plaza, dan lain-lain.
8. Toko bebas pajak (*duty free shop*), adalah tempat melakukan kegiatan usaha perdagangan barang yang memperdagangkan barang-barang tanpa dikenakan pajak sehingga dapat dibeli dengan harga yang murah namun tidak semua orang dapat berbelanja di tempat tersebut. Biasanya pembeli harus menjadi anggota terlebih dahulu dan diprioritaskan untuk orang asing. Toko ini berbentuk badan hukum.
9. Pasar percontohan, merupakan suatu tempat berupa pasar fisik yang berada di daerah yang perekonomiannya relatif terbelakang dan diharapkan dapat

berkembang mandiri serta mampu mendorong berkembangnya potensi ekonomi daerah sekitarnya. Jenis barang yang diperjualbelikan adalah barang-barang kebutuhan sehari-hari serta barang-barang hasil produksi pertanian dan kerajinan masyarakat setempat.

10. Pertokoan, adalah suatu wilayah yang terdapat bangunan toko-toko sepanjang jalan raya dan ditetapkan oleh pemerintah daerah sebagai pertokoan.
11. Pasar induk, adalah pasar tempat transaksi barang atau jasa antara penjual dengan pembeli dalam partai besar untuk kemudian diperdagangkan kembali ke pasar-pasar lainnya, seperti Pasar Induk Kramat Jati Jakarta dan Pasar Induk Beras Cipinang.

Menurut Tulus Tambunan (2004) berdasarkan bentuk pemilikannya, pengecer dapat digolongkan ke dalam dua kategori sebagai berikut.³³

1. *Independent store* yaitu toko yang tidak dimiliki oleh sekelompok orang, melainkan milik pribadi seseorang yang juga merupakan pimpinan dari toko tersebut. Dalam kategori ini, pengusaha lebih bebas dalam menentukan kebijaksanaan dan strategi pemasarannya.
2. *Corporate chain store* yaitu beberapa toko yang berada di bawah satu organisasi, dan dimiliki oleh sekelompok orang. Masing-masing toko menjual lini produk yang sama dan struktur distribusinya juga sama.

2. Ritel Modern

Sebagaimana yang telah dibahas pada huruf A di atas mengenai tinjauan umum tentang ritel, bahwa pengertian bisnis ritel dipersempit hanya pada *in-store retailing* yaitu bisnis ritel yang menggunakan toko untuk

³³Tulus T H Tambunan, dkk, *Kajian Persaingan Dalam Industri Ritel*, KPPU, Jakarta, 2004, hlm 4

menjual barang dagangannya. Maka ritel modern dapat diartikan juga sebagai toko modern.

Menurut Lampiran Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan (Kepmenindag) Nomor 420/MPP/Kep/10/1997 tentang Ketentuan Dan Tata Cara Pemberian Izin Usaha Pasar Modern, dijelaskan tentang pasar modern adalah pasar yang dibangun oleh Pemerintah, Swasta, atau Koperasi yang dalam bentuknya berupa *Mall*, *Supermarket*, *Department Store*, dan *Shopping Centre* di mana pengelolaannya dilaksanakan secara modern, dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan, bermodal relatif kuat, dan dilengkapi label harga yang pasti.³⁴

Menurut pengertian dalam Pasal 1 Angka 5 Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007, dan pengertian yang sama juga terdapat di dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008³⁵, yaitu:

“Toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *Minimarket*, *Supermarket*, *Department Store*, *Hypermarket* ataupun grosir yang berbentuk *Perkulakan*.”

Batasan Toko Modern ini dipertegas pada Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007, dalam hal luas lantai penjualan sebagai berikut³⁶:

- a) Minimarket, kurang dari 400 m² (empat ratus meter per segi);
- b) Supermarket, 400 m² (empat ratus meter per segi) sampai dengan 5.000 m² (lima ribu meter per segi);
- c) Hypermarket, di atas 5.000 m² (lima ribu meter per segi);
- d) Department Store, di atas 400 m² (empat ratus meter per segi);
- e) *Perkulakan*, di atas 5.000 m² (lima ribu meter per segi).

³⁴ Pasal 3 Lampiran Kepmenindag Nomor 420/MPP/Kep/10/1997

³⁵ Pasal 1 Angka 4 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008

³⁶ Pasal 3 Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007

Saat ini, jenis-jenis ritel modern di Indonesia sangat banyak meliputi Pasar Modern, Pasar Swalayan, *Department Store*, *Boutique*, *Factory Outlet*, *Specialty Store*, *Trade Centre*, dan *Mall/Supermall/Plaza*. Format-format ritel modern ini akan terus berkembang sesuai perkembangan perekonomian, teknologi, dan gaya hidup masyarakat. Berikut ini adalah definisi berbagai jenis ritel modern menurut Pandin (2009) dalam papernya³⁷.

Tabel 1
Definisi Jenis Ritel Modern

	Pasar Modern	Dept. Store	Speciality Store	Mall/Supermall/ Plaza	Trade Centre
Definisi	Tempat belanja makanan dan perlengkapan rumah tangga termasuk sembako	Tempat belanja berbagai jenis pakaian yang disusun dalam <i>counter</i>	Tempat yang hanya menjual jenis produk tertentu saja seperti elektronik, bahan bangunan	Tempat belanja, rekreasi, makan, dan lain-lain yang terdiri dari <i>outlet</i> berukuran kecil	pusat belanja makanan, pakaian, perlengkapan rumah tangga, dan keperluan sehari-hari baik oleh ritel maupun grosir ditambah keberadaan fitur penyokong seperti restoran
Metode Penjualan	Eceran, langsung ke <i>end consumer</i> , swalayan, tanpa tawar-menawar	Eceran, bisaanya dibantu oleh <i>sales attendant</i> , tanpa tawar menawar	Eceran, langsung ke konsumen akhir, dengan metode <i>supermarket</i> , tanpa tawar menawar	Eceran, langsung ke konsumen akhir, metode pelayanan campuran antara <i>supermarket</i> dengan <i>dept. store</i>	Eceran/grosir, bisaanya dibantu <i>sales attendant</i> , bisa tawar menawar

Sumber: Pandin, 2009

Peta industri ritel modern di Indonesia mulai diramaikan oleh pelaku asing sejak dilakukannya liberalisasi perdagangan pada tahun 1998. Sejak saat itu persaingan antar peritel semakin ketat. Peritel asing tersebut sangat aktif untuk melakukan investasi terutama dalam skala besar seperti *hypermarket* dan *department store*. Salah satu contohnya adalah Continent, Carefour, Hero,

³⁷ Marina RL Pandin, *Potret Bisnis Ritel Di Indonesia: Pasar Modern*, Economic Review No.215 Maret 2009

Walmart, Yaohan, Lotus, Mark & Spencer, Sogo, dan lain-lain. Berikut adalah tabel mengenai sejarah singkat industri ritel modern di Indonesia.

Tabel 2
Sejarah Singkat Industri Ritel Modern Di Indonesia

Periode	Perusahaan	Tahun	Keterangan
1950-1970	Toko Matahari	1950	Toko pakaian didirikan Hari Dharmawan dan istri Anna Janti
	PT. Department Store Indonesia	1962	Pengelola Sarinah Dept. Store didirikan Pemerintah RI
1971-1980	PT. Hero Mini Supermarket	1971	Didirikan dan operasional sejak 1972
	PT. Galael Supermarket	1972	Didirikan Dick Galael
	Toko Serba Ada Matahari	1972	Cikal bakal Matahari Dept. Store pertama kali dibuka
	Toko Ramayana	1978	Cikal bakal Ramayana Dept. Store dibuka di Jl. Agus Salim, Jakarta
	Toko Rimo	1978	Cikal bakal Rimo Dept. Store, didirikan oleh Rita dan Mohanlal Rhamchad Harjani, dibuka di kawasan Duta Merlin
	PT. Melawai Plaza	1980	Pengelola Metro Pasar Swalayan didirikan Simon Maruli
1981-1990	PT. Melawai Indah Plaza	1980	Ganti nama dari PT. Melawai Plaza
	PT. Boga Catur Rata	1982	Pengelola Kemchick didirikan oleh Bob Sadino
	Toko Yoga	1982	Cikal bakal Yoga Dept. Store dibuka di Bandung
	PT. Ramayana Sestari Sentosa	1983	Pengelola Ramayana dan Robinson Dept Store didirikan oleh Paulus Tumewu
	PT. Golden Truly	1984	Didirikan, pengelola Golden Market
	PT. Matahari Putera Prima	1986	Didirikan oleh Hari Darmawan
	PT. Circleka Indonesia Utama	1987	Convenience Store "Circle K" waralaba asal USA mulai beroperasi di Indonesia
	PT. Rimo Catur Lestari	1987	Pengelola Rimo Dept. Store didirikan
	PT. Sapta Tenichi Apta	1988	Convenience Store "Seven Eleven" waralaba asal USA mulai beroperasi di Indonesia
	PT. Sekar Sentosa Lestarijaya	1988	Pengelola Nina Fair Price didirikan oleh Grup Sekar di Surabaya
	PT. Lotus Pertiwi	1988	Pengelola Lotus Dept. Store (waralaba asal Singapura) didirikan oleh Grup Gajah Tunggal
PT. Pasaraya Nusakarya	1989	Pengelola Pasaraya didirikan oleh Abdul Latief	
PT. Sogo Panen Lestari	1989	Pengelola SOGO (waralaba asal Jepang) didirikan oleh Grup Gajah Tunggal	
PT. Hero Mini Supermarket	1989	Go Publik	

	Alfa Toko Gudang Rabat	1989 1990	Gerai pertama dibuka di Jl. Lodan Jakarta
	PT. Panen Lestari Internusa	1990	Ganti nama dari PT. Sogo Panen Lestari.
	PT. Suryaraya Mantaputama	1990	Gerai pertama dibuka di Plaza Indonesia
	PT. Srainah (Persero)	1990	Pengelola Yaohan Dept Store (ritel asal Jepang) didirikan
	PT. Akur Pratama	1990	Ganti nama dari PT. Dept. Store Indonesia (pengelola Sarinah)
	PT. Maikelindo Aneka Cipta		
1991-2000	PT. Hero Supermarket	1991	Ganti nama dari PT. Hero Mini Supermarket, Tbk.
	PT. Matahari Putera Prima	1991	Menerbitkan obliasi konversi senilai US\$24,4 juta
	PT. Melawai Indah Plaza	1992	Go Publik
	PT. Alfa Retailindo	1992	Didirikan oleh Grup Sampoerna
	PT. Melawai Supermarket Realty Tbk.	1992	Ganti nama dari PT. Melawai Indah Plaza, Tbk.
	PT. Hero Supermarket Tbk.	1992	Mulai mengembangkan convenience store "Star Mart"
	Yaohan Departemen Store	1992	Gerai pertama dibuka di Plaza Atrium – Jakarta
	Makro	1992	Gerai pertama Makro dibuka di Pasar rebo – Jakarta.
	PT. Matahari Putera Prima	1992	Dikelola oleh PT. Kharaba Unggul (milik TP. Rachmat)Go Publik
	Metro Departemen Store	1992	Gerai pertama Metro dibuka di mal Pondok Indah – Jakarta. Dikelola oleh PT. Metropolitan Retailment (grup Rajawali). Kerjasama waralaba dengan Metro Singapore.
	PT. Goro batar Sakti	1993	Pengelola grosir Goro didirikan.
	PT. Gelael Supermarket	1993	50% saham diakusisi Grup Salim
	PT. Matahari Super Ekonomi	1994	Anak perusahaan PT. Matahari Putera Prima Tbk didirikan. Pengelola matahari Super Ekonomi
	PT. Indomarco Primatama	1994	Pengelola minimarket Indomaret didirikan
	PT. Jasacentury Permainusantara	1995	Pengelola JC Penney didirikan. Anak perusahaan PT. Multipolar Corp, kerjasama dengan JC Penney, USA.
	Yaohan Dept. Store	1995	Gerai JC Penney pertama dibuka di Lippo Karawaci – Tangerang pada tahun 1996
	PT. Goro Batara Sakti	1995	Gerai Yaohan ditutup dan hengkang dari Indonesia
	PT. Multipolar Perkasa	1995	Gerai pertama Goro dibuka di Pasar Minggu - Jakarta
			Pengelola Wal Mart didirikan. Anak perusahaan PT. Multipolar Corp Tbk, kerjasama waralaba dengan Wal Mart Stores Inc., USA. Gerai Walmart pertama dibuka di Lippo Karawaci – Tangerang.

PT. Ramayana Sestari Sentosa	1995	Mulai mengembangkan bisnis supermarket
PT. Pasaraya Nusakarya	1995	Bekerjasama dengan Seibu. Membuka gerai pertama di Pasaraya Blok M – Jakarta
PT. Hero Supermarket, Tbk	1996	Bergabung dengan International Grocers Alliance (USA)
PT. Sekar Sentosa Lestarijaya	1996	Gerai Nina Fair Price pertama dibuka di Surabaya
PT. Ramayana Sestari Sentosa	1996	Go Publik
PT. Mutiara Ritelinti Wira	1996	Grup Wicaksana menjalin kerjasama waralaba dengan Venture Service Inc. (USA) untuk membuka gerai “Price Smart” pertama di Medan
PT. Putra Sejahtera Pineerindo	1996	
PT. Matahari Putra Prima, Tbk.	1997	48,02% saham Matahari diakuisisi oleh PT. Multipolar Corp
PT. Hero Supermarket, Tbk.	1997	10,42% saham Hero diakuisisi oleh PT. Matahari Putra Prima Tbk melalui pasar sekunder
PT. Goro Batara Sakti	1997	Mulai mengembangkan pasar swalayan “Super Indo”
PT. Lion Super Indo	1997	
PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk	1997	PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk (RLS) mengakuisi 100% saham. PT. Jaya Krisan Cahaya (Cahaya Dept Store) dan PT. Marga Manggal Pratama (Jayasera). Dan selanjutnya kedua perusahaan ini dimerges ke RLS.
PT. Matahari Putra Prima, Tbk.	1997	Mulai membuka pasar swalayan di beberapa gerainya.
Seibu Dept. Store	1997	Menutup gerainya di Indonesia
PT. Hero Supermarket, Tbk.	1998	Dairy Farma Int’l (Hongkong) mengakuisi 12% saham PT. Hero Supermarket Tbk.
Carrefour	1998	Carrefour Netherlands BV dan PT. Tigaraksa Satria Tbk mendirikan PT. Canti Satria Megaswalayan untuk mengelola hypermarket “Carrefour”
Continent	1998	Promodes (Perancis) dan Grup Sinarmas mendirikan PT. Contimas Utama Indonesia untuk membuka hypermarket “Continent”
JC Penney	1998	Menutup semua gerainya di Indonesia
PT. Mutiara Ritelinti Wira	1998	Memutuskan kerjasama dengan Venture Services Ic. dan selanjutnya mengoperasikan pusat perkulakan “The Club Store”
Wal Mart	1998	Menutup semua gerainya di Indonesia
Grasera Supermarket	1999	Menutup seluruh gerainya di Jakarta dan Bekasi
PT. Alfa Mitramart Utama	1999	Anak perusahaan PT. Alfa Retailindo Tbk tersebut mulai mengembangkan jaringan minimarket “Alfa Minimart”
PT. Alfa Retailindo	2000	Go publik

	Continent PT. Contimas Utama Indonesia	2000	Akuisisi global Carrefour terhadap Promodes menyebabkan semua gerai Continent di Indonesia diganti menjadi "Carrefour"
	Golden Truly	2000	PT. Bina Nuansa Cempaka (Budi Muarutex) mengambilalih sejumlah gerai Golden Truly.
	PT. Rimo Catur Lestari Value	2000	Menutup seluruh gerainya
2001-2003	PT. Indomarco Prismatama	2001	PT. Bhakti Asset Management mengakuisi 51% saham PT. Indomarco Prismatama (Indomaret)
	PT. Matahari Putra, Tbk.	2001	Bergabung dengan Internasional Grocers Alliance (USA)
	Giant	2002	PT. Hero Supermarket Tbk bekerjasama Dairy Farm International membuka gerai pusat perkulakan "Giant"
	Carrefour	2003	Pada Mei 2003, PT. Tigaraksa Satria Tbk melepaskan sahamnya di PT. Carti Satria Megaswalayan kepada Carrefour Netherlands BV
	TOPS	2003	Pada Juni 2003, PT. Hero Supermarket Tbk mengakuisi 22 gerai TOPS dari PT. Putra Serasi Pioneerindo senilai 111 milyar
	Centro	2003	Pada Nopember 2003, PT. Tozy Sentosa milik Suzy Dharmawan membuka gerai department store Centro pertama di Plaza Semanggi

Sumber: Kajian Industri Ritel, 2005

Ritel modern memiliki berbagai bentuk. Secara umum berbagai contoh *brand* pelaku usahanya dapat dikelompokkan sebagai berikut.

Tabel 3
Contoh *Brand* Ritel Modern

Bentuk	Contoh <i>Brand</i>
<i>Hypermarket</i>	Carrefour, Giant, Hypermart, Yogya, Lion Superindo
<i>Supermarket</i>	Griya, Alfa, Sri Ratu, Hero, Ramayana, Naga
<i>Minimarket</i>	Alfamart, Indomart, Yomart, Alfa-Midi
Perkulakan	Makro, Indogrosir
<i>Convenience Store</i>	Circle K, Starmart, AMPM
<i>Warehouse</i>	Ace Hardware, Index
<i>Department Store</i>	Metro, Matahari, Sogo

<i>Drugstore and Personal Care</i>	Watson, Guardian, Boston, Century
<i>Electronic Specialist</i>	E-City, E-Solution
<i>Bookstore</i>	Gramedia, Gunung Agung

Sumber: berbagai sumber, diolah

Namun bentuk ritel modern seperti pada tabel di atas tidak mutlak. Ada beberapa ritel modern yang terdiri dari dua atau tiga bentuk dan bergabung dalam satu ritel modern. Contohnya adalah carefour selain menjual bahan-bahan kebutuhan pokok namun juga menjual alat-alat elektronik seperti bentuk *warehouse*.

3. Pasar Tradisional

Untuk memahami pengertian dari pasar tradisional, maka perlu diartikan secara detail untuk memperjelasnya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pasar³⁸ adalah tempat orang berjual beli; kekuatan penawaran dan permintaan, tempat penjual yang ingin menukar barang atau jasa dengan uang, dan pembeli yang ingin menukar uang dengan barang atau jasa. Dan tradisional adalah sikap dan cara berpikir serta bertindak yang selalu berpegang teguh pada norma dan adat kebiasaan yang ada secara turun-temurun; menurut tradisi (adat)³⁹. Jadi pasar tradisional adalah tempat orang berjual beli yang telah menjadi kebiasaan secara turun-temurun

Berdasarkan Lampiran Kepmenindag No. 420/MPP/Kep/10/1997, dijelaskan tentang pasar tradisional, yaitu pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Swasta, Koperasi atau Swadaya Masyarakat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh Pedagang

³⁸ Departemen Pendidikan Nasional, *op.cit*, hlm 1026

³⁹ *Ibid*, hlm 1483

Kecil dan Menengah dan Koperasi, dengan usaha skala kecil dan modal kecil, dan dengan proses jual beli melalui tawar-menawar.⁴⁰

Menurut pengertian dalam Pasal 1 Angka 2 Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007:

“Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.”

Dari pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pasar tradisional adalah wadah bagi pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha kecil dan modal kecil. Di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bidang usaha yang dilindungi dan diberdayakan dalam perkembangannya.

Pasar tradisional memiliki fungsi di antaranya sebagai berikut:

1. Fungsi pengembangan ekonomi masyarakat⁴¹

Setidaknya ada empat fungsi ekonomi yang sejauh ini bisa diperankan oleh pasar tradisional, yaitu:

- a) Pasar tradisional merupakan tempat di mana masyarakat memperoleh barang dan jasa terjangkau, karena memang seringkali relatif lebih murah dibandingkan harga yang

⁴⁰ Pasal 2 Lampiran Kepmenindag Nomor 420/MPP/Kep/10/1997

⁴¹ Urban Sector Development Reform Project, *Pedoman Umum Manajemen Pasar Profesionalisasi Manajemen Ases Pasar Dan Terminal*, tahun tidak diketahui, hlm 9

ditawarkan pasar modern. Dengan kata lain pasar tradisional merupakan pilar penyangga ekonomi.

- b) Pasar merupakan tempat yang relatif lebih bisa dimasuki oleh pelaku ekonomi lemah yang menempati posisi mayoritas dari sisi jumlah. Pasar tradisional jelas jauh lebih bisa diakses oleh sebagian besar pedagang kecil, ketimbang pasar modern.
- c) Pasar merupakan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah lewat pendapatan yang diperoleh dari operasional pasar. Pengelolaan pasar yang professional sangat dibutuhkan untuk meningkatkan pendapatan daerah operasional pasar itu sendiri.
- d) Pasar juga merupakan sarana distribusi perekonomian yang dapat menciptakan tambahan tempat usaha bidang jasa dan pencipta kesempatan kerja.
- e) Akumulasi aktivitas jual beli di pasar merupakan faktor penting dalam penghitungan tingkat pertumbuhan ekonomi baik pada skala lokal, regional, maupun nasional.

2. Fungsi sosial kemasyarakatan⁴²

Terdapat beberapa fungsi sosial kemasyarakatan dari keberadaan pasar di antaranya:

- a) Pasar merupakan ruang penampakan wajah asli masyarakat yang saling tergantung karena saling membutuhkan. Tawa, canda dan nilai-nilai kultural yang ada di masyarakat dapat dipotret dalam keseharian pasar.

⁴² *Ibid*

b) Pasar adalah tempat bagi masyarakat terutama dari kalangan bawah, untuk melakukan interaksi sosial dan melakukan diskusi permasalahan yang mereka hadapi.

3. Fungsi pelayanan publik⁴³

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintah Daerah, disebutkan tujuan pelaksanaan otonomi seluas-luasnya, adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, pelayanan umum, dan daya saing daerah. Untuk mewujudkan tujuan ekonomi, pemerintah wajib melaksanakan urusan yang menjadi tanggung jawabnya di antaranya adalah penyediaan sarana dan prasarana umum.

Pasar merupakan salah satu sarana publik, yang harus disediakan oleh pemerintah daerah. Pasar merupakan tempat di mana masyarakat memperoleh barang untuk memenuhi kebutuhan harian. Pasar juga memiliki fungsi penggerak ekonomi daerah, tempat terjadinya distribusi hasil produksi masyarakat daerah.

Meskipun keberadaan pasar tidak memberikan keuntungan bagi keuangan daerah, namun kelangsungan operasional pasar harus terus dijaga dan dipertahankan oleh pemerintah daerah guna memenuhi kebutuhan layanan sarana publik bagi masyarakat.

Dinamika pasar tradisional akan selalu menarik, di mana di dalam pasar tradisional terdapat unsur-unsur yang dapat diperoleh misalnya, perilaku konsumen maupun perilaku pedagang di dalam pasar. Pasar tradisional adalah tempat yang mempunyai unsur-unsur sosial, ekonomis, kebudayaan, politis

⁴³ *Ibid*, hlm 10

yang juga dipergunakan sebagai sarana pembeli dan penjual untuk saling bertemu dan melakukan kegiatan tukar-menukar.⁴⁴

Terkait dengan keberadaan pasar tradisional yang sudah turun temurun dijalankan oleh masyarakat di Indonesia, hal ini sejalan dengan budaya masyarakat Indonesia dalam mewarisi nilai-nilai dalam hukum adat yang dibangun atas dasar kebersamaan, kerukunan, kekeluargaan, keselarasan, dan gotong royong.

B. Tinjauan Umum Tentang Persaingan Usaha Tidak Sehat

1. Pengertian Persaingan Usaha Tidak Sehat

Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar 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 usaha⁴⁵.

Dalam hukum persaingan usaha, berlaku asas demokrasi ekonomi. Asas demokrasi ekonomi tersebut merupakan penjabaran pasal 33 Undang-undang dasar 1945 dan ruang lingkup pengertian demokrasi ekonomi yang dimaksud dahulu dapat ditemukan dalam penjelasan atas pasal 33 Undang-undang Dasar 1945⁴⁶.

2. Pendekatan Dalam Hukum Persaingan Usaha

Dalam hukum persaingan usaha Indonesia, terdapat dua pendekatan yang dapat digunakan dalam pelanggaran-pelanggaran yang terjadi di bidang

⁴⁴ Yenika Sri Rahayu dan Bahtiar Fitanto, Dalam Jurnal: *Strategi Pasar Tradisional Menghadapi Persaingan Dengan Retail Modern Dan Preferensi Konsumen*, Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, hlm. 4

⁴⁵ Pasal 1 angka 6, Undang-undang nomor 5 Tahun 1999

⁴⁶ Andi Fahmi Lubis, dkk, *op.cit*, hlm 14

persaingan usaha. Pendekatan tersebut adalah pendekatan *per se illegal* dan pendekatan *rule of reason*. Pendekatan *rule of reason* adalah suatu pendekatan yang digunakan oleh otoritas persaingan usaha untuk membuat evaluasi mengenai dampak perjanjian atau kegiatan usaha tertentu, guna menentukan apakah suatu perjanjian atau kegiatan usaha tersebut bersifat menghambat atau mendukung persaingan, sedangkan pendekatan *per se illegal* adalah suatu pendekatan yang menyatakan setiap perjanjian atau kegiatan usaha tertentu sebagai ilegal, tanpa pembuktian lebih lanjut atas dampak yang ditimbulkan dari perjanjian atau kegiatan usaha tersebut⁴⁷.

3. Hal-hal Yang Dilarang Dalam Hukum Persaingan Usaha

Ada beberapa hal yang dilarang dalam hukum persaingan usaha, karena beberapa hal tersebut dianggap bersifat anti persaingan, yaitu :

a. Perjanjian Yang Dilarang

Perjanjian adalah suatu perbuatan satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikatkan diri terhadap satu atau lebih pelaku usaha lain dengan nama apapun, baik tertulis maupun tidak tertulis⁴⁸. Suatu perjanjian bersifat dilarang jika dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Perjanjian yang dilarang diatur di dalam pasal 6, pasal 7, pasal 8, pasal 9, pasal 10, pasal 11, pasal 12, pasal 13, pasal 14, pasal 15, dan pasal 16 Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

b. Kegiatan Yang Dilarang

⁴⁷ *Ibid*, hlm 55

⁴⁸ Pasal 1 Angka 7, Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999

Pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usaha harus mentaati peraturan hukum yang bertujuan untuk menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat. Persaingan usaha yang sehat (*fair competition*) merupakan salah satu syarat bagi negara-negara mengelola perekonomian yang berorientasi pasar⁴⁹. Pelaku usaha dilarang melakukan kegiatan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Kegiatan yang dilarang diatur di dalam pasal 17, pasal 18, pasal 19, pasal 20, pasal 21, pasal 22, pasal 23, dan pasal 24 Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

c. Posisi Dominan dan Penyalahgunaannya

Pelaku usaha memiliki posisi dominan apabila⁵⁰:

1. Satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai 50% (lima puluh persen) atau lebih pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu; atau
2. Dua atau tiga pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai 75% (tujuh puluh lima persen) atau lebih pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

Posisi dominan, dengan kata lain dapat didefinisikan sebagai monopoli karena penguasaan lebih dari 50% (lima puluh persen) pangsa pasar atas suatu jenis komoditi tertentu oleh satu atau gabungan beberapa

⁴⁹ Johnny Ibrahim, *Hukum Persaingan Usaha : Filosofi, Teori, dan Implikasi Penerapannya di Indonesia*, Bayumedia Publishing, Malang, 2006, hlm 1

⁵⁰ Pasal 25 Ayat (2), Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999

perusahaan⁵¹. Pelaku usaha tidak dilarang untuk mempunyai posisi dominan oleh Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 selama posisi dominan yang didapatkan tersebut dilakukan melalui persaingan usaha yang sehat, yang terjadi karena memang dikehendaki oleh undang-undang (*monopoly by law*) serta yang lahir dan tumbuh secara alamiah karena didukung oleh iklim dan lingkungan usaha yang sehat (*monopoly by nature*)⁵². Yang dilarang oleh Undang-undang Nomor 5 tahun 1999 adalah apabila pelaku usaha tersebut menyalahgunakan posisi dominannya⁵³.

d. *Merger* (Penggabungan) Yang Bersifat Anti Persaingan

Merger adalah bentuk penggabungan perusahaan atau bergabungnya dua atau lebih pelaku usaha yang independen atau berintegrasinya kegiatan yang dilakukan oleh dua pelaku usaha secara menyeluruh dan permanen⁵⁴. Kegiatan *merger* dapat memberikan dampak pro terhadap persaingan apabila dapat terwujud iklim persaingan usaha yang sehat, namun juga dapat menjadi anti persaingan apabila mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat.

4. Asas Keseimbangan Kepentingan Kepentingan Dalam Hukum Persaingan Usaha

Asas keseimbangan kepentingan merupakan asas hukum yang secara eksplisit terdapat di dalam Pasal 2 Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

⁵¹ Johny Ibrahim, op.cit, hlm 40

⁵² *Ibid*, hlm 40-42

⁵³ Pasal 25 Ayat (1) Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999

⁵⁴ Andi Fahmi Lubis, dkk, op.cit, hlm 191

Meskipun tidak dijelaskan secara jelas dan rinci, namun asas ini berlaku di dalamnya.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, asas adalah dasar, dasar cita-cita, dan hukum dasar⁵⁵. Asas dimaknai sebagai suatu yang diyakini kebenarannya yang dijaikan pokok atau dasar dari penyusunan norma-norma hukum, baik tertulis maupun yang tidak tertulis, yang tidak selalu dirumuskan dalam ketentuan-ketentuan suatu peraturan, namun dijadikan sandaran dari ketentuan-ketentuan hukum tersebut.⁵⁶

Serta arti keseimbangan, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, adalah keadaan seimbang (sama berat, setimbang, sebanding, setimpal)⁵⁷. Dapat dikatakan bahwa keseimbangan berarti keadaan yang tidak berat sebelah atau tidak condong kepada sesuatu.

Menurut Winarno, asas Keseimbangan Kepentingan adalah perpaduan antara beberapa komponen yang menjadi dasar dari keserasian, dan senantiasa mengandung unsur keadilan, yang diletakkan secara proporsional, yang apabila salah satu komponen diabaikan atau terganggu, maka akan mengakibatkan ketidakadilan.⁵⁸

Di dalam Putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Nomor: 03/KPPU-L-I/2000, menyebutkan ada lima indikasi yang merujuk pada perwujudan keseimbangan kepentingan, yaitu keresahan sosial, izin

⁵⁵ Departemen Pendidikan Nasional, *op.cit*, hlm 91-92

⁵⁶ C.S.T. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum Dan Tata Hukum Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1988, hlm 8

⁵⁷ Departemen Pendidikan Nasional, *op.cit*, hlm 527

⁵⁸ Winarno, Dalam Tesis: *Perumusan Asas Keseimbangan Kepentingan Dalam UU No.5 tahun 1999Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat serta Penerapan Hukumnya Dalam Putusan Hakim Atas Perkara Persaingan Usaha*, Program Magister Ilmu Hukum Universitas Diponegoro, 2009, hlm 21

usaha, lokasi usaha, jam pelayanan, dan tata ruang yang harus sejalan dengan kepentingan umum.⁵⁹

Dapat disimpulkan bahwa asas keseimbangan kepentingan dalam hukum persaingan usaha ditujukan untuk menciptakan keserasian, mengandung unsur keadilan secara proporsional di antara pelaku usaha dengan kepentingan umum/masyarakat. Akan tetapi dalam hal ini akan difokuskan pada keseimbangan kepentingan antara sesama pelaku usaha, di mana peraturan daerah dalam mengatur keseimbangan kepentingan harus memperhatikan memperhatikan keresahan sosial, izin usaha, lokasi usaha, jam pelayanan, dan tata ruang yang harus sejalan dengan kepentingan umum.

C. Tinjauan Umum Tentang Pemerintahan Daerah

1. Pemerintahan Daerah

Penyelenggaraan pemerintahan daerah disesuaikan dengan amanat Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, yaitu pemerintahan daerah yang mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan menurut asas otonomi dan tugas pembantuan, diarahkan mempercepat peningkatan, pelayanan, pemberdayaan, dan person serta masyarakat, serta peningkatan daya saing daerah dengan memperhatikan sikap demokrasi, pemerataan, keadilan, keistimewaan dan kekhususan suatu daerah dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan Daerah Kabupaten/Kota, pengertian pemerintahan daerah adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan oleh

⁵⁹ Dasar Pertimbangan KPPU di dalam Putusan Nomor: 03/KPPU-L-I/2000

pemerintah daerah dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945⁶⁰. Pengertian yang sama juga terdapat di dalam Pasal 1 Angka (2) Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah.

2. Pemerintah Daerah

Penyelenggara pemerintahan daerah adalah pemerintah daerah dan DPRD⁶¹. Adapun pemerintah daerah, sebagaimana yang dimaksud di dalam Pasal 1 Angka (2) dan (3), adalah Gubernur, Bupati, atau Walikota, dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah. Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) dalam hal ini adalah lembaga perwakilan rakyat di daerah, yang juga merupakan unsur penyelenggara pemerintahan daerah.

3. Peraturan Daerah

Dalam menjalankan pemerintahannya, salah satu kewajiban daerah adalah membentuk dan menerapkan peraturan perundang-undangan sesuai dengan kewenangannya⁶². Peraturan yang dibentuk dan diterapkan ini disebut juga peraturan daerah. Peraturan daerah merupakan produk hukum suatu pemerintahan di daerah yang di dalamnya merupakan penjabaran lebih lanjut dari perundang-undangan yang lebih tinggi sebagaimana di dalam Pasal 14 Undang-undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan yang berbunyi:

“Materi muatan Peraturan Daerah Provinsi dan Peraturan Daerah Kabupaten/Kota berisi materi muatan dalam rangka penyelenggaraan

⁶⁰ Pasal 1 Angka (2) Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007

⁶¹ Pasal 19 Ayat (2) Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004

⁶² Pasal 22 Huruf n Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004

otonomi daerah dan tugas pembantuan serta menampung kondisi khusus daerah dan/atau penjabaran lebih lanjut Peraturan Perundangundangan yang lebih tinggi.”

D. Tinjauan Umum Tentang Kebijakan Dan Intervensi Pemerintah

1. Kebijakan Publik

Kebijakan publik merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Karena dari kebijakan publik, dapat dilihat maksud yang melatarbelakanginya dan tujuan apa yang ingin dicapai oleh pemerintah dalam hubungannya dengan kepentingan masyarakatnya. Kebijakan publik sendiri tentunya menyangkut kepentingan orang banyak yang dalam pembuatannya diperlukan kebijaksanaan dari pemerintah agar tidak terjadi tumpang tindih kepentingan yang pada akhirnya dapat merugikan masyarakat. Kebijakan publik mempunyai banyak pemahaman teoritis. Namun dari berbagai definisi didapatkan dua macam pandangan mengenai kebijakan publik ini.

Pandangan yang pertama adalah pendapat para ahli yang mengidentikkan kebijakan publik dengan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh pemerintah. Para ahli yang berpendapat demikian cenderung beranggapan bahwa semua tindakan yang dilakukan oleh pemerintah pada dasarnya dapat disebut sebagai kebijakan publik. Sedangkan pandangan yang kedua adalah pendapat para ahli yang memusatkan perhatiannya pada implementasi kebijakan (*policy implementation*).⁶³

2. Kebijakan Sebagai Keputusan

Thomas R. Dye (1978) merumuskan kebijakan publik sebagai “semua pilihan atau tindakan yang dilakukan oleh pemerintah”. Kebijakan publik itu

⁶³ Solichin Abdul Wahab, *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*, UMM Press, Malang, 2011, hlm 45-46

menyangkut pilihan-pilihan apapun yang dilakukan oleh pemerintah, baik untuk melakukan sesuatu ataupun untuk tidak berbuat sesuatu.⁶⁴

William N. Dunn merumuskan kebijaksanaan publik sebagai berikut, “kebijakan publik (*public policy*) adalah pedoman yang berisi nilai-nilai dan norma-norma yang mempunyai kewenangan untuk mendukung tindakan-tindakan pemerintah dalam wilayah yurisdiksinya.⁶⁵

3. Kebijakan Sebagai Intervensi Pemerintah

Yehezkiel Dror (1968 : 12) mengatakan bahwa pembuatan kebijakan publik itu adalah “*a very complex, dynamic process whose various components make different contribution to it. It decides major guidelines for action directed at future, mainly by governmental organs. These guidelines formally aim at achieving what is in the public interest by the best possible means*” (suatu proses yang sangat kompleks dan dinamis yang terdiri dari berbagai unsur yang satu sama lain kontribusinya berbeda terhadap pembuatan kebijakan publik tersebut. Pembuatan kebijakan publik memutuskan pedoman-pedoman umum untuk melakukan tindakan yang diarahkan pada masa depan, terutama oleh lembaga-lembaga pemerintah. Pedoman-pedoman umum tersebut dimaksudkan untuk mencapai kepentingan umum dengan cara yang sebaik mungkin).⁶⁶

Dari pengertian di atas, pemerintah mempunyai kekuasaan yang sangat besar. Pemerintah yang dapat berbuat secara otoritatif untuk tindakan-tindakan yang diarahkan pada masa depan. Dengan demikian hal-hal yang berkaitan

⁶⁴ *Ibid*

⁶⁵ William N. Dunn, *Pengantar Analisis Kebijakan Publik Edisi Kedua*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 1999, hlm 132

⁶⁶ Solichin Abdul Wahab, *op.cit*, hlm 49

dengan masyarakat dapat diintervensi oleh pemerintah. Namun, hal tersebut bukan berarti bahwa makna “kebijakan” hanyalah milik atau dominan pemerintah saja.

Sebuah keputusan atau kebijakan politik atau kebijakan negara akhirnya diperlukan, dan merupakan suatu hal yang vital, ketika sebuah keputusan dianggap sebuah *output* yang nantinya akan mempengaruhi satu sama lain. Sebuah keputusan itu sendiri merupakan hasil dari pilihan serangkaian alternatif, pilihan tersebut dipilih dengan harapan dapat mengatasi segala persoalan yang terjadi atau mungkin akan terjadi.⁶⁷



⁶⁷ Finta Nurhadiyanti, *Gurita Neoliberalisme: Pasar Modern dan Pasar Tradisional di Kota Surabaya*, Jurnal Politik Muda Vol. 2 No.1, Januari-Maret 2012, hlm 74