

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Prinsip Asas Keseimbangan Kepentingan Pelaku Usaha Ritel Modern Dengan Pasar Tradisional Dalam Hukum Persaingan Usaha

1. Gambaran Umum Persaingan Ritel Modern Dengan Pasar Tradisional Di Indonesia

Latar belakang semakin banyaknya berdiri ritel modern berawal dari kebijakan liberalisasi pasar perdagangan eceran atau ritel di Indonesia sejak ditandatanganinya *Letter of Intent* (LoI) antara pemerintah Indonesia dengan IMF tahun 1998, yang salah satu hasil LoI adalah memberikan kebebasan kepada investor asing masuk ke industri ritel. Hal ini kemudian ditindaklanjuti dengan dikeluarkannya Keputusan Presiden (Keppres) Nomor 99 Tahun 1998 dan Surat Keputusan (SK) Menteri Investasi Nomor 29/SK/1998. Liberalisasi selanjutnya semakin mendapat tempat dengan dikeluarkannya Undang-Undang Penanaman Modal Nomor 25 Tahun 2007 dan Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 yang lebih memberikan asing untuk dapat membuka usaha ritel di seluruh Indonesia. Hal ini berimplikasi bahwa kompetisi semakin kompleks, tidak hanya kompetisi antara peritel Indonesia dengan peritel asing, tetapi juga antara peritel Indonesia yaitu peritel modern dengan peritel tradisional. Penempatan pedagang ritel modern dengan pedagang tradisional tidaklah tepat, karena yang menjadi persoalan adalah peritel

modern ada dan mengambil bagian dari kehidupan pasar tradisional, sasaran pembeli pasar tradisional juga dibidik oleh pasar ritel modern.⁸⁵

Sebagaimana telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa ritel modern atau 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. Sedangkan 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.

Ritel dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu ritel modern dan ritel tradisional. Pembagian kategori tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini, sebagai berikut.⁸⁶

Tabel 4
Pembagian Ritel Modern dan Tradisional

Klasifikasi	Ritel Modern	Ritel Tradisional
Lini Produk	<ul style="list-style-type: none"> • Toko Khusus • Toko Serba Ada • Toko Swalayan • Toko <i>Convenience</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Mom & Pop Store</i> ○ <i>Mini Market</i>

⁸⁵ Dedie S. Martadisastra, *Persaingan Usaha Ritel Modern dan Dampaknya Terhadap Perdagangan Ritel Tradisional*, Jurnal Persaingan Usaha Vol. 4, Jakarta, KPPU, 2010, hlm 76

⁸⁶ Tulus T H Tambunan, dkk, *op.cit*, hlm 5

	<ul style="list-style-type: none"> • Toko Super, Kombinasi, dan Pasar <i>Hyper</i> • Toko Diskon • Pengecer Potongan Harga • Ruang Penjual Katalog 	
Kepemilikan	<i>Corporate Store</i>	<i>Chain Store</i> / <i>Independent Store</i>
Penggunaan Fasilitas	<ul style="list-style-type: none"> • Alat-alat pembayaran modern (komputer, <i>credit card</i>, autodebet) • AC, Eskalator / Lift 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Alat Pembayaran tradisional (<i>manual/calculator, cash</i>) ○ Tangga, tanpa AC
Promosi	Ada	Tidak Ada
Keuangan	Tercatat dan dapat dipublikasikan	Belum tentu tercatat dan tidak dipublikasikan
Tenaga Kerja	Banyak	Sedikit, biasanya keluarga
Fleksibilitas Operasi	Tidak fleksibel	Fleksibel

Sumber: Kajian Persaingan Dalam Industri Ritel, 2004

Selain kategori yang disebutkan di atas, pasar modern dan pasar tradisional memiliki karakteristik dasar yang berbeda. Perbedaan karakteristik tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini sebagai berikut.⁸⁷

Tabel 5
Perbedaan Karakteristik Antara Pasar Tradisional dengan Pasar Modern

Nomor	Aspek	Pasar Tradisional	Pasar Modern
1.	Histori	Evolusi panjang	Fenomena baru
2.	Fisik	Kurang baik, sebagian baik	Baik dan mewah
3.	Pemilikan/kelembagaan	Milik masyarakat/desa, Pemda, sedikit swasta	Umumnya perorangan/swasta

⁸⁷ *Ibid*, hlm 9

4.	Modal	Modal lemah/subsidi/swadaya masyarakat/ Inpres	Modal kuat/digerakkan oleh swasta
5.	Konsumen	Golongan menengah ke bawah	Umumnya golongan menengah ke atas
6.	Metode pembayaran	Ciri dilayani, tawar menawar	Ada ciri swalayan, pasti
7.	Status tanah	Tanah Negara, sedikit sekali swasta	Tanah swasta/perorangan
8.	Pembiayaan	Kadang-kadang ada subsidi	Tidak ada subsidi
9.	Pembangunan	Umumnya pembangunan dilakukan oleh Pemda/ desa/ masyarakat	Pembangunan fisik umumnya oleh swasta
10.	Pedagang yang masuk	Beragam, masal, dari sektor informal sampai pedagang menengah dan besar	Pemilik modal juga pedagangnya (tunggal) atau beberapa pedagang formal skala menengah dan besar
11.	Peluang masuk/partisipasi	Bersifat masal (pedagang kecil, menengah dan bahkan besar	Terbatas, umumnya pedagang tunggal, dan menengah ke atas
12.	Jaringan	Pasar regional, pasar kota, pasar kawasan	Sistem rantai korporasi nasional atau bahkan terkait dengan modal luar negeri (manajemen tersentralisasi)

Sumber: dikutip dari Tabel 2 Tambunan, 2004

Industri ritel di Indonesia memberikan kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan juga menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar. Sebagai negara yang membangun, angka pertumbuhan industri ritel Indonesia dipengaruhi oleh kekuatan

daya beli masyarakat, penambahan jumlah penduduk, dan juga adanya kebutuhan masyarakat akan pemenuhan produk konsumsi.⁸⁸

Kehadiran industri ritel modern pada dasarnya memanfaatkan pola belanja masyarakat terutama kelas menengah ke atas yang tidak mau berdesak-desakan di dalam pasar tradisional yang biasanya becek atau tidak tertata rapi. Walaupun kehadiran ritel modern ini disoroti dapat mematikan pasar tradisional karena mempunyai keunggulan pada banyak faktor, perkembangannya sendiri dapat dikatakan tidak terbendung.⁸⁹

Bila diteliti lebih lanjut, pertumbuhan ritel modern memiliki hubungan yang positif dengan peningkatan pendapatan rata-rata masyarakat. Semakin tinggi pendapatan masyarakat, semakin pesat pertumbuhan ritel modern. Sebaliknya, pertumbuhan ritel tradisional memiliki hubungan yang negatif dengan pendapatan atau memiliki hubungan yang positif dengan kemiskinan, yaitu semakin besar populasi di bawah garis kemiskinan semakin banyak pasar-pasar tradisional.

Beberapa kalangan memandang bahwa makin meluas pendirian pasar modern di Indonesia, makin baik bagi pertumbuhan ekonomi serta iklim persaingan usaha. Sementara itu, kalangan lain berpendapat bahwa di era globalisasi pasar tradisional telah menjadi korban dari kompetisi sengit antara sesama pasar modern, baik lokal maupun

⁸⁸ Euis Soliha, *op.cit*, hlm 1

⁸⁹ *Ibid*

asing. Pasar tradisional kehilangan pelanggan akibat praktik usaha yang dilakukan oleh pasar modern.⁹⁰

Hasil survei yang dilakukan oleh *Center for Economic and Social Studies* (CESS) pada tahun 1998, sebagaimana dikutip oleh Tulus Tambunan dalam bukunya, bahwa tempat lebih nyaman ternyata memang merupakan alasan utama dari semua konsumen yang masuk di dalam sampel penelitiannya. Sedangkan sebagai alasan kedua dan ketiga adalah masing-masing adanya kepastian harga dan merasa bebas untuk memilih dan melihat-lihat. Berikut ini adalah tabel hasil survei alasan konsumen memilih berbelanja di pasar modern dibandingkan berbelanja di pasar tradisional.⁹¹

Tabel 6

Alasan Konsumen Berbelanja di Pasar Modern Dalam Persen (%)

Alasan Utama	% Distribusi
Tempat lebih nyaman	100,0
Adanya kepastian harga	95,0
Merasa bebas untuk memilih dan melihat-lihat	92,5
Kualitas barang lebih terjamin	82,5
Kualitas barang lebih baik	80,0
Jenis barang lebih lengkap	77,5
Model barang sangat beragam	75,0

Sumber: dikutip dari Tabel 2 Tambunan, 2004

Atas berbagai macam faktor dan alasan yang sudah dikemukakan sebelumnya, pertumbuhan pasar modern dari waktu ke waktu semakin terlihat. Hal yang sebaliknya terjadi di mana pasar tradisional menunjukkan penurunan. Hal ini dapat dilihat dari

⁹⁰ Adrie Poesoro, *Pasar Tradisional Di Era Persaingan Global*, SMERU Newsletter Nomor 22: April-Juni, 2007, hlm 5

⁹¹ Tulus T H Tambunan, dkk, *op.cit*, hlm 10-11

persentase kontribusi pasar tradisional dan pasar modern⁹² berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh AC Nielsen berikut ini.

Tabel 7
Persentase Kontribusi Omzet 51 Kebutuhan Sehari-hari

Tahun	Pasar Tradisional	Pasar Modern
2001	75,2	24,8
2002	74,8	25,1
2003	73,7	26,3
2004	69,6	30,4
2005	67,6	32,4
2006*	65,6	34,4

Sumber: AC Nielsen Indonesia, 2006

*) Januari-Juni 2006

Berdasarkan hasil survei tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan dari ritel modern jelas akan terus mendorong terciptanya perubahan penguasaan pangsa pasar ritel dari pasar tradisional ke arah pasar modern. Pelan tapi pasti penguasaan pangsa pasar ritel akan dikuasai oleh ritel modern.

Pada tahun 2006, dalam sebuah klaimnya, Asosiasi Perusahaan Ritel Indonesia (APRINDO), yang selama ini banyak mewakili kepentingan peritel modern menyatakan bahwa sektor ritel merupakan sektor kedua yang menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia, dengan kemampuan menyerap sebesar 18,9 (delapan belas koma sembilan) juta orang⁹³. Kemudian jumlah ini meningkat di tahun-tahun berikutnya. Berdasarkan Data BPS per Agustus 2011 menunjukkan bahwa sektor ini mampu menyerap 23,4 (dua puluh tiga koma empat) juta tenaga kerja. Angka ini menempati posisi kedua setelah sektor

⁹² KPPU, *Saran Pertimbangan Terhadap Rancangan Peraturan Presiden tentang Penataan dan Pembinaan Usaha Pasar Modern dan Toko Modern*, 2007, hlm 8

⁹³ *Ibid*, hlm 1

pertanian yang menampung 39,3 (tiga puluh sembilan koma tiga) juta tenaga kerja usia di atas 15 (lima belas) tahun.⁹⁴

Berdasarkan contoh *brand* ritel modern yang dikemukakan sebelumnya, maka akan disajikan data mengenai laba bersih masing-masing *brand* ritel modern yang mewakili bentuk ritel modern itu sendiri. Perusahaan ritel modern ini diukur dalam pergerakan dalam bisnis ritel di Indonesia pada kisaran tahun 2011-2012.

Mewakili bentuk *hypermarket*, PT Carrefour Indonesia, dengan total nilai saham sebesar Rp 7,2 (tujuh koma dua) triliun, pada tahun 2011 penjualannya melampaui 1,3 (satu koma tiga) miliar dolar Amerika Serikat. Bila dijumlahkan dalam nilai mata uang rupiah, total penjualannya lebih kurang Rp 12,9 (dua belas koma sembilan) triliun. Laba kotor yang dapat dihitung adalah sebesar Rp 4,1 (empat koma satu) triliun selama tahun 2011.⁹⁵

Mewakili bentuk *supermarket*, PT Hero Supermarket Tbk membukukan membukukan pendapatan bersih belum diaudit sebesar Rp 4,83 (empat koma delapan puluh tiga) triliun pada semester I 2012, tumbuh 20,1% dari semester I (satu) 2011 sebesar Rp 4,02 (empat koma nol dua) triliun. Kenaikan pendapatan mendorong laba komprehensif Hero naik 29,7% (dua puluh sembilan persen) menjadi

⁹⁴ Majalah Kompetisi Edisi 34, *op.cit*, hlm 4

⁹⁵ Kompas.com 20 November 2012, *CT Borong Seluruh Saham Carrefour Indonesia*, diakses di <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2012/11/20/16250733/CT.Borong.Seluruh.Saham.Carrefour.Indonesia> pada tanggal 12 Desember 2013 pukul 19.03

Rp 139,7 (seratus tiga puluh sembilan koma tujuh) miliar dari sebelumnya Rp 107,6 (seratus tujuh koma enam) miliar.⁹⁶

Kemudian yang terakhir, mewakili bentuk *minimarket*, pada semester I (satu) 2013 membukukan laba kotor sebesar Rp 2,93 (dua koma sembilan puluh tiga) triliun, naik 44,89% (empat puluh empat koma delapan puluh sembilan persen) dibanding periode yang sama 2012 sebesar Rp 2,03 (dua koma nol tiga) triliun, sehingga *gross profit margin* perseroan naik dari 17,6% (tujuh belas koma enam persen) menjadi 19,2% (sembilan belas koma dua persen).⁹⁷

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 46 Tahun 2009 tentang Surat Izin Usaha Perdagangan dan fakta mengenai laba yang didapatkan contoh *brand* ritel tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa ritel modern termasuk ke dalam kategori usaha besar.

Sedangkan terkait pasar tradisional, pada sebuah penelitian di tahun 2008, peritel tradisional telah berjumlah 12,6 (dua belas koma enam) juta pedagang pasar tradisional yang terdiri dari pedagang kecil dan lemah modal⁹⁸. Namun struktur pasar ritel tetap dikuasai oleh mereka yang mempunyai modal dan jaringan distribusi yang luas⁹⁹. Ketidakseimbangan bagi kedua jenis pelaku usaha ritel ini dalam

⁹⁶ Indonesia Finance Today 24 Juli 2012, *Pendapatan Hero Capai Rp 4,83 Triliun di Semester I*, diakses di <http://www.indonesiainancetoday.com/read/30509/Pendapatan-Hero-Capai-Rp-483-Triliun-di-Semester-I> pada tanggal 12 Desember 2013 pukul 19.08

⁹⁷ Indonesia Finance Today 23 September 2013, *Indomaret Bukukan Laba Kotor Rp 2,93 Triliun*, diakses di <http://www.indonesiainancetoday.com/read/30509/Pendapatan-Hero-Capai-Rp-483-Triliun-di-Semester-I> pada tanggal 12 Desember 2013 pukul 19.23

⁹⁸ Ali Jusmono, *Persaingan Usaha Pasar Ritel Di Indonesia: Siapa Yang Menang*, Jurnal Hukum Bisnis Vol. 27 Nomor 1 Tahun 2008, Fakultas Hukum Unika Atma Jaya, Jakarta, 2008, hlm 4

⁹⁹ Uswatun Hasanah dan Indien Winarwati, *op.cit*, hlm 237

menjalankan usahanya menunjukkan ketidakadilan yang dirasakan pedagang pasar tradisional akibat berbagai kelemahan yang dimiliki bila dihadapkan pada persaingan terhadap ritel modern.

2. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999

Di dalam konsideran dan penjelasan umum Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, tercermin adanya asas keseimbangan kepentingan, yakni:¹⁰⁰

- a. Dalam rumusan konsideran huruf (a), menunjukkan keinginan pembuat Undang-Undang agar pembangunan bidang ekonomi diarahkan pada terwujudnya kesejahteraan rakyat berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945. Artinya dalam iklim persaingan usaha di Indonesia, harus memperhatikan kepentingan rakyat (umum).
- b. Dalam rumusan konsideran huruf (b) dan (c) mengandung keinginan pembuat Undang-Undang agar setiap pelaku usaha mendapat kesempatan dan perlindungan yang sama untuk berpartisipasi dalam menjalankan kegiatan usaha. Artinya menempatkan keseimbangan kepentingan, agar para pelaku usaha dapat menjalankan usahanya secara sehat, wajar, dan tanpa adanya pemusatan kekuatan ekonomi pada kelompok atau pelaku usaha tertentu.

Konsideran Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menghendaki adanya persaingan usaha yang sehat dan wajar bagi

¹⁰⁰ Winarno, *op.cit.*, hlm 209-210

setiap orang yang berusaha di Indonesia. Namun penempatan keseimbangan kepentingan antara pelaku usaha belum dirumuskan secara jelas, untuk mendukung terciptanya demokrasi ekonomi dan kesempatan bagi koperasi dan masyarakat yang sebagian besar menjalankan usaha yang tergolong kecil agar dapat bertahan dalam persaingan usaha, sesuai dengan asas demokrasi ekonomi yang memperhatikan keadaan sosial dan moral bangsa, bukan hanya mengejar pencapaian pertumbuhan ekonomi, namun harus juga diiringi dengan perbaikan sosial dan memperhatikan solidaritas sosial serta mengacu pada moral bangsa yakni Pancasila.¹⁰¹

Harmonisasi/penyelarasan antara kepentingan pelaku usaha dengan pelaku usaha pesaing lainnya sangat penting dilakukan. Hal ini ditujukan agar terciptanya ekosistem persaingan usaha yang sehat sesuai dengan tujuan dibentuknya Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Perwujudan dari harmonisasi/penyelarasan kepentingan antar pelaku usaha dilakukan dengan memberikan porsi kepentingan dan kedudukan yang sama baik dalam bidang hukum maupun dalam bidang ekonomi.¹⁰²

Sebagaimana yang telah dikemukakan sebelumnya bahwa untuk memahami penerapan pada pasal-pasal Undang-Undang Nomor

¹⁰¹ *Ibid*, hlm 211-212

¹⁰² Richy Ardiansyah, Dalam Artikel Ilmiah: *Analisis Yuridis Tentang Penerapan Asas Keseimbangan Kepentingan Dalam Penyelesaian Perkara Persaingan Usaha Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU)*, Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, Malang, 2013, hlm 12

5 Tahun 1999, terdapat dua pendekatan, yaitu *per se illegal* dan *rule of reason*. Dari rumusan pasal-pasal yang terdapat di dalamnya, dapat dilihat adanya keinginan pembentuk undang-undang untuk menempatkan keseimbangan kepentingan sebagai berikut:¹⁰³

a. Penempatan keseimbangan antara kepentingan umum dan kepentingan pelaku usaha, dengan menitikberatkan pada perlindungan terhadap kepentingan umum secara mutlak.

(1) Pasal-pasal yang merumuskan larangan secara mutlak, yakni pasal 6, pasal 8, pasal 9, pasal 12, pasal 15, pasal 20 ayat (5), pasal 24 ayat (1), (2) dan ayat (3) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

(2) Pasal-pasal yang merumuskan larangan dengan menentukan kriteria, yakni pasal 13 ayat (1) dan (2), pasal 17 ayat (1) dan (2), pasal 18 ayat (1) dan (2), pasal 19, pasal 25 ayat (1) dan (2) dan pasal 27 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

b. Penempatan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dengan kepentingan umum, dengan memberikan peluang yang lebih besar kepada pelaku usaha dalam mengembangkan kegiatan usahanya sepanjang tidak merugikan masyarakat dan atau menimbulkan persaingan usaha tidak sehat. Adapun pasal-pasal yang termasuk dalam kelompok ini adalah pasal 7, pasal 10 ayat (1), pasal 11, pasal 14, pasal 16, pasal 21, pasal 26 dan pasal 28 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

¹⁰³ Winarno, *Op.cit*, hlm 214-218

- c. Penempatan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha yang tergolong usaha kecil dan koperasi atau usaha dengan kepentingan tujuan tertentu dengan pelaku usaha lainnya, dengan memberikan perlakuan khusus bagi pelaku usaha kecil, koperasi maupun usaha dengan tujuan tertentu tersebut. Hal ini dapat ditemukan dalam pasal 50 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yang memuat ketentuan pengecualian yang bersifat umum dan pasal 50 ayat (2) huruf (h) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

Pada huruf (c) di atas dikemukakan bahwa pelaku usaha kecil mendapat perlakuan khusus. Di dalam penjelasan Undang-Undang ini, pelaku usaha yang tergolong dalam usaha kecil adalah sebagaimana dimaksud Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil.

Adapun mengenai yang dimaksud pengusaha kecil menurut Undang-Undang Nomor 9 tahun 1995 adalah sebagai berikut:¹⁰⁴

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah). Tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah).
- 3) Milik warga negara Indonesia
- 4) Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik secara

¹⁰⁴ Pasal 5 Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil

langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah dan usaha besar, dan

- 5) Berbentuk usaha perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Untuk lebih memahami tentang usaha kecil ini di dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, maka berlaku asas *lex posterior derogat lex priori* di mana suatu peraturan perUndang-Undangan yang baru menggantikan yang lama¹⁰⁵. Berdasarkan pemahaman tersebut, berarti Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 digantikan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, Menengah. Menurut Pasal 1 angka 2, pengertian usaha kecil adalah sebagai berikut:

“Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini”

Adapun kriteria sebuah usaha disebut usaha kecil adalah sebagai berikut:¹⁰⁶

- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

¹⁰⁵ C.S.T. Kansil, *op.cit*, hlm 14

¹⁰⁶ Pasal 6 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008

- b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Selain itu juga, sebelumnya pada Pasal 1 angka 1 dijelaskan juga pengertian usaha mikro sebagai berikut:

“Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.”

Adapun kriteria sebuah usaha dapat disebut sebagai usaha mikro adalah sebagai berikut:¹⁰⁷

- a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Selain mengatur segala bentuk persaingan usaha, kegiatan-kegiatan yang dilarang, perjanjian-perjanjian yang dilarang, dan lain sebagainya, pembentuk undang-undang persaingan usaha juga tetap memperhatikan pelaku usaha kecil dalam melangsungkan usahanya.

Dari penjelasan pasal 50 butir (h) dapat disimpulkan bahwa melindungi pengusaha kecil dalam persaingan menghadapi pesaing dari pengusaha-pengusaha yang tergolong pengusaha besar yang lebih mapan baik permodalan, manajemen maupun jaringan pemasaran produksi merupakan salah satu alasan dikecualikannya pengusaha

¹⁰⁷ Pasal 6 Ayat (2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008

kecil dalam Undang-Undang ini. Pada kenyataannya pengusaha yang tergolong pengusaha kecil adalah pelaku usaha yang jumlahnya lebih banyak dibanding dengan pengusaha besar, golongan pengusaha kecil ini sering mengalami kesulitan modal, pengembangan perusahaan dan persaingan pasar. Sementara jaringan usaha dan jangkauan pemasaran produksinya sangat terbatas. Oleh karena itu wajar apabila pengecualian usaha kecil dalam undang-undang ini dilakukan pemerintah guna memberikan perlindungan bagi mereka agar tetap dapat eksis dalam dunia usaha.

3. Putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 3 Tahun 2000

Putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) ini terkait gugatan yang diajukan oleh lembaga swadaya masyarakat yang mewakili pengusaha kecil/pemilik warung yang merasakan dampak negatif dengan kehadiran ritel modern “Indomaret” sebagai pihak terlapor di Kota Jakarta.

Kesimpulan pelapor terhadap keberadaan terlapor adalah sebagai berikut:¹⁰⁸

- 1) Keberadaan Indomaret tersebut mempunyai dampak merugikan pengusaha kecil yang ada disekitarnya, di setiap satu Toko Swalayan Indomaret. Padahal di sekitarnya diperkirakan ada 10 usaha kecil, maka apabila ada 290 Toko Swalayan Indomaret akibatnya 2900 usaha kecil terancam mati, karena kalah bersaing

¹⁰⁸ Putusan KPPU Nomor 3 Tahun 2000, hlm 2-3

dengan harga dan kenyamanan yang disediakan oleh Indomaret. Apabila dibiarkan rencana berdirinya sampai 2000 Toko Swalayan Indomaret, maka diperkirakan 20.000 usaha kecil yang berada di Jabotabek akan mati atau minimal 80.000 orang masyarakat miskin tambah melarat, resah kehilangan mata pencaharian;

- 2) Sistem yang diterapkan oleh PT. Indomarco adalah pemegang hak merek Swalayan Indomaret dan jaminan pemasokan barang dagangan dengan harga distributor. Sedangkan pewaralaba berkewajiban menyiapkan gedung dan investasi + Rp 300 juta (termasuk untuk *Franchise Fee* Rp.82,5 juta yang diberikan kepada PT. Indomarco);
- 3) Swalayan Indomaret tersebut telah atau diduga oleh Saksi Pelapor melanggar Undang-Undang Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat pada Pasal 1 Ayat 4. Maksud dari posisi dominan yaitu: menguasai pangsa pasar karena kemampuan keuangan, kemampuan akses pada pasokan. Pasal 1 Ayat 8 persekongkolan menguasai pasar untuk kepentingan pelaku usaha yang bersekongkol, sehingga dilarang sesuai Pasal 22 tentang persekongkolan dan pasal 25 tentang posisi dominan, kemudian Pasal 15 tentang larangan membuat persyaratan pemasokan dari pelaku usaha tertentu.

Meskipun pada akhirnya, di dalam putusan ini, KPPU tidak menemukan bukti yang kuat adanya pelanggaran pada pasal-pasal

yang dilaporkan, KPPU dalam pertimbangannya¹⁰⁹ menemukan hal-hal yang berkaitan dengan keresahan sosial, perizinan usaha, lokasi usaha, jam pelayanan, dan tata ruang yang kurang sejalan dengan asas kepentingan umum secara terpadu guna mewujudkan keseimbangan kepentingan, yang perlu dikembangkan lebih lanjut.

Dapat disimpulkan bahwa dalam putusan ini, ditemukan beberapa indikator yang harus diperhatikan terkait asas kepentingan umum guna terwujudnya keseimbangan kepentingan antara ritel modern dengan pengusaha kecil, yaitu terkait keresahan sosial, perizinan usaha, lokasi usaha, jam pelayanan, dan tata ruang.

4. Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007

Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern merupakan aturan main bagi pelaku usaha di bidang perdagangan antara pedagang tradisional dengan toko modern agar pasar tradisional dapat bersaing dengan toko modern melalui pengaturan-pengaturan yang terdapat di dalamnya.

Dalam rumusan konsideran huruf (a), menunjukkan keinginan pembuat peraturan perundang-undangan ini agar pasar tradisional perlu diberdayakan agar dapat tumbuh dan berkembang serasi, saling memerlukan, saling memperkuat serta saling menguntungkan di tengah semakin berkembangnya usaha perdagangan eceran dalam skala kecil

¹⁰⁹ *Ibid*, hlm 4

dan menengah, maupun usaha perdagangan eceran modern dalam skala besar.

Beberapa hal penting yang diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 112 tahun 2007 yakni:¹¹⁰

a. Batas luas lantai penjualan toko modern: *minimarket* kurang dari 400 m² (empat ratus meter persegi), *supermarket* 400 m² (empat ratus meter persegi) sampai dengan 5.000 m² (lima ribu meter persegi), *hypermarket* di atas 5.000 m² (lima ribu meter persegi), *department store* di atas 400 m² (empat ratus meter persegi), *perkulakan* di atas 5.000 m² (lima ribu meter persegi).

b. Pengaturan lokasi:

1. *Perkulakan*: hanya boleh berlokasi pada atau pada akses sistem jaringan jalan arteri atau kolektor primer atau arteri sekunder.
2. *Hypermarket* dan Pusat Perbelanjaan, hanya boleh berlokasi pada atau pada akses sistem jaringan jalan arteri atau kolektor, dan tidak boleh berada pada kawasan pelayanan lokal atau lingkungan (perumahan) di dalam kota/perkotaan.
3. *Supermarket* dan *Departement Store*: Tidak boleh berlokasi pada sistem jaringan jalan lingkungan; dan tidak boleh berada pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam kota.
4. *Pasar Tradisional*: boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan.

c. Perizinan:

¹¹⁰ M. Djumantri, Dalam Artikel: *Pasar Tradisional, Ruang Masyarakat Tradisional Yang Terpinggirkan*, tahun tidak diketahui, hlm 7

Izin Usaha Pengelolaan Pasar Tradisional (IUP2T) untuk Pasar Tradisional, Izin Usaha Pusat Perbelanjaan (IUPP) untuk pertokoan, *mall*, *plaza*, dan pusat perdagangan, Izin Usaha Toko Modern (IUTM) untuk *minimarket*, *supermarket*, *department store*, *hypermarket* dan perkulakan Kelengkapan Permintaan IUP2T, IUPP, dan IUTM: Studi Kelayakan termasuk AMDAL serta Rencana Kemitraan dengan UK (Usaha Kecil). IUP2T, IUPP dan IUTM diterbitkan oleh Bupati/Walikota dan Gubernur untuk Pemprov DKI Jakarta. Pedoman Tata-cara Perizinan ditetapkan oleh Menteri Perdagangan.

d. Pembinaan dan Pengawasan

Pemerintah dan Pemerintah Daerah baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama sesuai dengan bidang tugasnya masing-masing melakukan pembinaan dan pengawasan Pasar dan Toko Modern.

e. Pemberdayaan

(1) Pasar Tradisional

Mengupayakan sumber-sumber alternatif pendanaan untuk pemberdayaan, meningkatkan kompetensi pedagang dan pengelola, memprioritaskan kesempatan memperoleh tempat usaha bagi pedagang pasar tradisional yang telah ada sebelum dilakukan renovasi atau relokasi, serta mengevaluasi pengelolaan.

(2) Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern

Memberdayakan pusat perbelanjaan dan toko modern dalam membina pasar tradisional, serta mengawasi pelaksanaan kemitraan.

Izin Usaha Toko Modern (IUTM) merupakan syarat untuk mendirikan toko modern. IUTM harus dilengkapi dengan studi kelayakan termasuk analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL) terutama aspek sosial budaya dan dampaknya bagi pelaku usaha pedagan eceran setempat dan rencana kemitraan dengan usaha kecil (pasal 1)¹¹¹. Adapun syarat pendirian toko modern di dalam peraturan presiden ini adalah sebagai berikut.

Pasal 12 Peraturan Presiden ini menyatakan:

- (1) Untuk melakukan usaha Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, wajib memiliki:
 - a. Izin Usaha Pengelolaan Pasar Tradisional (IUP2T) untuk Pasar Tradisional.
 - b. Izin Usaha Pusat Perbelanjaan (IUPP) untuk Pertokoan, Mall, Plasa dan Pusat Perdagangan.
 - c. Izin Usaha Toko Modern (IUTM) untuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket dan Perkulakan.
- (2) IUTM untuk Minimarket diutamakan bagi pelaku Usaha Kecil dan Usaha Menengah setempat.
- (3) Izin melakukan usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diterbitkan oleh Bupati/Walikota dan Gubernur untuk Pemerintah Provinsi DKI Jakarta.

Kemudian Pasal 13 Peraturan Presiden ini menyatakan:

- Permintaan IUP2T, IUPP dan IUTM dilengkapi dengan:
- a. Studi kelayakan termasuk analisis mengenai dampak lingkungan, terutama aspek sosial budaya dan dampaknya bagi pelaku perdagangan eceran setempat;
 - b. Rencana kemitraan dengan Usaha Kecil.

¹¹¹ Uswatun Hasanah dan Indien Winarwati, Dalam Jurnal: *Studi Kompetensi Antara Pasar Tradisional Dengan Toko Modern Pasca Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Di Madura*, Jurnal Dinamika Hukum Vol. 12 Nomor 2 Mei 2012, hlm 240

Selain yang disebutkan tersebut di atas, jam pelayanan toko modern juga diatur. Ada pun peraturannya adalah sebagai berikut.¹¹²

- (1) Jam kerja Hypermarket, Department Store dan Supermarket adalah sebagai berikut:
 - a. Untuk hari Senin sampai dengan Jumat, pukul 10.00 sampai dengan pukul 22.00 waktu setempat.
 - b. Untuk hari Sabtu dan Minggu, pukul 10.00 sampai dengan pukul 23.00 waktu setempat.
- (2) Untuk hari besar keagamaan, libur nasional atau hari tertentu lainnya, Bupati/Walikota atau Gubernur untuk Pemerintah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta dapat menetapkan jam kerja melampaui pukul 22.00 waktu setempat.

5. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern merupakan pedoman teknis lebih lanjut sebagaimana yang telah diatur sebelumnya di dalam Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007. Di dalam peraturan menteri ini juga diatur perihal luas toko modern, lokasi, perizinan, pembinaan dan pengawasan, serta pemberdayaan.

Namun terdapat hal-hal yang berbeda dibandingkan dengan pengaturan sebelumnya, yaitu Permendag Nomor 53 Tahun 2008 memberikan pengecualian persyaratan analisis kondisi sosial ekonomi masyarakat bagi pendirian *minimarket*, sebagaimana diatur di dalam pasal 3. Permendag Nomor 53 Tahun 2008 juga memberikan batasan jenis-jenis toko modern yang dapat dimasuki oleh penanam modal dalam negeri 100% (seratus persen) yaitu meliputi *minimarket* dengan

¹¹² Pasal 7 Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007

luas lantai penjualan kurang dari 400 m² (empat ratus meter persegi), *supermarket* dengan luas lantai penjualan kurang dari 1.200 m² (seribu dua ratus meter persegi), dan *department store* dengan luas lantai penjualan kurang dari 2.000 m² (dua ribu meter persegi). Selibuhnya penanam modal asing dapat mengikuti kompetisi pendirian *supermarket* di atas 1.200 m² (seribu dua ratus meter persegi), *department store* lebih dari 2.000 m² (dua ribu meter persegi), *hypermarket* dan perkulakan.¹¹³

6. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2013

Selain kewajiban Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern untuk menyediakan barang dagangan produksi dalam negeri paling sedikit 80% (delapan puluh persen) dari jumlah dan jenis barang yang diperdagangkan, menurut Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, Srie Agustina, beberapa hal penting baru yang diatur antara lain:¹¹⁴

- 1) *Outlet*/gerai toko modern yang dimiliki dan dikelola sendiri (*company owned outlet*) paling banyak 150 (seratus lima puluh) *outlet*/gerai;
- 2) Kewajiban Pusat Perbelanjaan menyediakan atau menawarkan “*counter image*” atau ruang usaha untuk pemasaran barang dengan merek dalam negeri;
- 3) Toko Modern dapat menjual barang pendukung usaha utama paling banyak 10% (sepuluh persen) serta barang merek sendiri paling

¹¹³ *Ibid*

¹¹⁴ Dalam Artikel *Tingkatkan Akses Pemasaran Produk Indonesia, Mendag Terbitkan Permendag Baru*, diakses di www.kemendag.go.id pada tanggal 10 Januari 2014

banyak 15% (lima belas persen) dari keseluruhan jumlah barang yang dijual di *outlet*/gerai Toko Modern;

- 4) Pelarangan *Minimarket* menjual barang produk segar dalam bentuk curah, dan bagi *Minimarket* yang berlokasi di sekitar pemukiman penduduk, tempat ibadah, terminal, stasiun, rumah sakit, gelanggang remaja dan sekolah dilarang menjual minuman beralkohol;
- 5) Biaya yang berhubungan langsung dengan penjualan barang yang dikenakan Toko Modern kepada Pemasok paling banyak 15% (lima belas persen) dari keseluruhan biaya-biaya *trading terms*;
- 6) Menteri, Gubernur, dan Bupati/Walikota baik sendiri maupun secara bersama-sama melakukan pemberdayaan terhadap pengelolaan Pasar Tradisional dalam rangka peningkatan daya saing, yang dilakukan dalam bentuk:
 - a. peremajaan atau revitalisasi bangunan Pasar Tradisional;
 - b. penerapan manajemen pengelolaan yang profesional;
 - c. penyediaan barang dagangan dengan mutu yang baik dan harga yang bersaing; dan/atau
 - d. fasilitasi proses pembiayaan kepada para pedagang pasar guna modal kerja dan kredit kepemilikan tempat usaha.

Pada poin ke-4 (empat) hal-hal yang penting di atas, diatur mengenai *minimarket* yang dilarang menjual produk segar dalam bentuk curah oleh *minimarket*. Produk segar dalam bentuk curah yang dimaksud adalah produk komoditas yang dijual tanpa melalui proses

pengawetan namun dikemas di dalam kemasan¹¹⁵. Produk seperti ini merupakan hal yang biasa dijumpai di pasar tradisional, misalnya sayuran segar, ikan segar, dan buah-buahan segar.

Kemudian pada poin ke-7 (tujuh) memberikan amanat bahwa pemerintah, mulai dari pemerintah pusat hingga pemerintah daerah melakukan pemberdayaan terhadap pasar tradisional untuk meningkatkan daya saingnya. Meskipun dengan dikeluarkan peraturan menteri ini yang memperlihatkan bahwa Kementerian Perdagangan memiliki niat dan tujuan untuk membantu pedagang-pedagang di pasar tradisional agar dapat bersaing, terutama terkait persaingan terhadap ritel modern, namun pengaturan mengenai zonasi tidak lagi tertuang di dalam peraturan ini sebagaimana yang sebelumnya terdapat di dalam Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008.

7. Hukum Persaingan Usaha Dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Menengah

Sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya bahwa pelaku usaha kecil merupakan pelaku usaha yang dikecualikan dan dilindungi di dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, Menengah. Hal ini berkaitan erat dengan keberadaan pasar tradisional yang semakin terancam akibat keberadaan pelaku usaha ritel modern. Di dalam tinjauan pustaka dan pembahasan sebelumnya

¹¹⁵ I Made S. Utama, *Pengelolaan Pasca Panen Produk Holtikultura*, Program Studi Teknologi Pertanian Universitas Udayana, Bali, hlm 8

terkait pasar tradisional, pasar tradisional merupakan wadah di mana sebagian atau bahkan seluruhnya adalah pedagang kecil yang menggantungkan hidupnya.

Perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia selama ini dapat digunakan sebagai suatu refleksi dari iklim persaingan yang berlaku di pasar domestik selama ini. Data dari BPS menunjukkan bahwa selama era Orde Baru hingga sekarang, jumlah unit usaha dari kelompok UMKM tetap mendominasi jumlah unit usaha di Indonesia maupun jumlah kesempatan kerja. Pada tahun 2006 usaha mikro dan kecil (UMK) mengerjakan 80.933.384 orang, atau sekitar 91,14% (sembilan puluh satu koma empat belas persen) dari jumlah angkatan kerja yang bekerja. Jumlah ini meningkat dari 70.282.178 orang pada tahun 2003, atau laju pertumbuhan sebesar 15,15% (lima belas koma lima belas persen). Sedangkan di usaha menengah (UM) dan usaha besar (UB), masing-masing, tercatat sebanyak 4.483.109 dan 3.388.462 orang. Jumlah pekerja di UM dan UB tersebut, masing-masing, menurun dan meningkat dari 8.754.615 dan 438.198 orang atau masing-masing dengan tingkat pertumbuhan 48,79% (empat puluh delapan koma tujuh puluh sembilan persen) dan 673,27% (enam ratus tujuh puluh tiga koma dua puluh tujuh persen) pada tahun 2003.¹¹⁶

Kemudian data-data yang dihimpun dari oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop dan UKM) yang

¹¹⁶ Tulus T.H. Tambunan dan Dedie S. Martadisastra, *op.cit*, hlm 6

memberikan perbandingan usaha mikro, usaha kecil (UK), usaha menengah (UM), dan usaha besar (UB) dari berbagai segi, baik dari jumlah pelaku usaha, jumlah penyerapan tenaga kerja, dan kontribusi terhadap PDB Nasional menempatkan pelaku usaha mikro dan kecil sebagai mayoritas. Berikut adalah data-data yang menggambarkan kondisi tersebut.¹¹⁷

Tabel 8
Jumlah Pelaku Usaha Nasional Tahun 2006-2010 (Unit)

Tahun	Jumlah Pelaku Usaha Nasional			
	UB	UM	UK	Usaha Mikro
2006	4.577	36.763	472.602	48.512.438
2007	4.463	38.282	498.565	49.608.953
2008	4.650	39.717	522.124	50.847.771
2009	4.677	41.133	546.675	52.176.795
2010	4.838	42.631	573.601	53.207.500

Data: Laporan Kegiatan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2010

Dari tabel tersebut di atas, jumlah UMKM selama periode 2006–2010 mengalami peningkatan sebesar 9,8% (sembilan koma delapan persen) dari 49.021.803 unit pada tahun 2006 menjadi 53.823.732 unit pada tahun 2010. Pada periode 2008–2010 perkembangan jumlah UMKM mengalami peningkatan sebesar 4,7% (empat koma tujuh persen) dari 51.409.612 unit pada tahun 2008 menjadi 53.823.732 unit pada tahun 2010.

Tabel 9
Jumlah Penyerapan Tenaga Kerja Tahun 2006–2010

Tahun	Jumlah Penyerapan Tenaga Kerja Nasional
-------	---

¹¹⁷ Kementerian Koperasi Dan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah, *Revitalisasi Koperasi Dan UKM Menuju Kesejahteraan Rakyat*, Laporan Kegiatan Oktober 2009-Desember 2010, hlm 26-28

	UB	UM	UK	Usaha Mikro
2006	2.441.181	2.698.743	3.139.711	82.071.144
2007	2.535.411	2.761.135	3.278.793	84.452.002
2008	2.756.205	2.694.069	3.519.843	87.810.366
2009	2.674.671	2.677.565	3.521.073	90.012.694
2010	2.839.711	2.839.711	3.627.164	93.014.759

Data: Laporan Kegiatan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2010

Jumlah Tenaga Kerja UMKM selama periode 2006–2010 mengalami peningkatan sebesar 13,07% (tiga belas koma nol tujuh persen) dari 87.909.598 orang pada tahun 2006 menjadi 99.401.775 orang pada tahun 2010. Pada periode 2008–2010 perkembangan jumlah UMKM mengalami peningkatan sebesar 5,72% (lima koma tujuh puluh dua persen), dari 94.024.278 orang pada tahun 2008 menjadi 99.401.775 orang pada tahun 2010. UK maupun usaha mikro terus mengalami peningkatan, tidak terjadi penurunan seperti yang dialami UB dan UM.

Tabel 10
Kontribusi Terhadap Produk Domestik Bruto Nasional
Tahun 2006-2010

Tahun	Jumlah Produk Domestik Bruto Nasional			
	UB	UM	UK	Usaha Mikro
2006	329.215,3	436.769,8	1.017.438,7	82.071.144
2007	386.404,3	511.841,3	1.209.622,5	84.452.002
2008	472.830,3	630.339,9	1.510.055,8	87.810.366
2009	528.244, 2	713.262, 9	1.751.644, 6	90.012.694

2010	597.770,2	816.745,1	2.051.878,0	93.014.759
------	-----------	-----------	-------------	------------

Data: Laporan Kegiatan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2010

Jumlah PDB UMKM selama periode 2006-2010 mengalami peningkatan sebesar 94,37%, (Sembilan puluh empat koma tiga puluh tujuh persen) dari Rp 1.783,42 triliun pada tahun 2006 menjadi Rp 3.466,39 triliun pada tahun 2010. Pada periode 2009–2010 perkembangan jumlah UMKM mengalami peningkatan sebesar 15,81%, (lima belas koma delapan puluh satu persen) dari Rp 2.993,15 triliun pada tahun 2009 menjadi Rp 3.466,39 triliun pada tahun 2010.

Data-data yang dapat dilihat pada Tabel 8, Tabel 9, dan Tabel 10 menunjukkan bahwa betapa pentingnya sektor usaha mikro dan kecil dalam perekonomian di Indonesia. Dapat disimpulkan bahwa UMKM sangat vital karena sebagian besar jumlah angkatan yang bekerja menggantungkan hidup pada sektor usaha ini. Ketidakberpihakan pemerintah atau regulasi terhadap sektor ini dapat mengakibatkan meningkatnya angka pengangguran yang memiliki hubungan dengan angka kemiskinan sebagai akibat dari kalah bersaingnya usaha mikro dan kecil terutama yang berada dalam pasar tradisional. Sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya terkait industri, bahwa pasar tradisional merupakan wadah bagi para pedagang kecil yang termasuk usaha mikro dan kecil menjalankan aktivitas usahanya. Sementara ritel modern mewakili kepentingan pelaku usaha menengah dan besar.

Untuk mendapatkan efek positif dari penerapan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 terhadap upaya peningkatan perekonomian nasional, maka penerapan undang-undang tersebut harus dibarengi dengan pemberdayaan/ penguatan usaha-usaha yang lebih lemah, yang pada umumnya di Indonesia adalah UMKM, di mana telah diatur di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Prinsip asas keseimbangan kepentingan yang merupakan salah satu asas di dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 merupakan solusi demi terciptanya keharmonisan baik pelaku usaha ritel modern dan pasar tradisional.

B. Analisis Pengaturan Ritel Modern Dengan Pasar Tradisional Di Dalam Peraturan Daerah Kota Surakarta dan Kota Malang

1. Di Kota Malang

Bahwa untuk melaksanakan kewenangan pemberian izin di bidang usaha perindustrian dan perdagangan di Kota Malang maka dibentuk Peraturan Daerah Kota Malang tentang Penyelenggaraan Perindustrian dan Perdagangan serta disesuaikan dengan situasi, kondisi dan potensi daerah yang diakomodir sebagai unsur muatan lokal sehingga diharapkan izin yang diterbitkan berdasarkan memberikan kepastian hukum bagi masyarakat dalam melakukan kegiatan usaha perdagangan baik usaha kecil, usaha menengah, usaha besar maupun usaha yang usahanya diurus dijalankan atau dikelola sendiri oleh pemiliknya atau anggota keluarga atau kerabat terdekat

maupun pedagang kaki lima/pedagang asongan dan pedagang keliling, dengan memberikan kepastian dan kemudahan dalam bentuk pengecualian dari kewajiban memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan Izin Usaha Industri (IUI) dalam menjalankan kegiatan usahanya¹¹⁸.

Pengaturan ritel modern dengan pasar tradisional di Kota Malang berpedoman pada Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010 Tentang Penyelenggaraan Usaha Perindustrian dan Perdagangan. Peraturan daerah ini berdasarkan pertimbangan pada peraturan perUndang-Undangan yang berkaitan dengan persaingan usaha, yaitu Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, serta Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/MDAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

Di dalam Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010 ini, lokasi pendirian Toko Modern wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah, Rencana Detail Tata Ruang Kota termasuk peraturan zonasinya. Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Malang sendiri mengacu pada Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 4 Tahun 2011

¹¹⁸ Paragraf 3 Penjelasan Atas Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010

Adapun hal-hal yang diatur berkaitan dengan keberadaan ritel modern dan pasar tradisional terkait Tata Ruang Wilayah Kota Malang adalah sebagai berikut.

Pengaturan mengenai rencana pengembangan lokasi pasar tradisional terdapat pada Pasal 50 Ayat (1) Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 yang berbunyi:

- a. kegiatan perdagangan skala besar untuk jenis sayuran, ikan dan sejenisnya (pasar basah) tetap menggunakan Pasar Induk Gadang dan dikembangkan ke arah areal eks Terminal Gadang;
- b. perdagangan kebutuhan sehari-hari untuk skala kecil dan menengah dilayani oleh pasar yang tersebar di wilayah, antara lain Pasar Gadang, Pasar Kebalen, Pasar Madyopuro, Pasar Klojen, Pasar Tawangmangu, Pasar Blimbing, Pasar Oro-oro Dowo, Pasar Dinoyo, Pasar Bunul, Pasar Bareng, Pasar Kasin, Pasar Sukun.

Kemudian pada Pasal 50 Ayat (3) disebutkan Rencana pengembangan kawasan perdagangan dan jasa berupa Pusat Perbelanjaan, sebagai berikut:

- a. perdagangan barang campuran, antara lain *garment*, elektronik dan jasa mulai dari Jalan Basuki Rahmat dan Jalan Jaksa Agung Suprpto, sepanjang Jalan Letjend. Sutoyo, Jalan Letjend. S. Parman, Jalan Jend. Ahmad Yani, dan Jalan Raya Sawojajar;
- b. keberadaan pasar swalayan atau plasa pada kawasan pusat kota pengembangannya dibatasi dan diarahkan pada kawasan yang baru berkembang khususnya pada sub pusat pelayanan kota di luar kawasan pusat kota;
- c. kegiatan perdagangan skala besar (grosir) jenis kelontong, *garment*, elektronik dan barang pelengkapan sehari-hari dilayani di sekitar pusat kota yaitu di sekitar Pasar Besar, Pecinan, dan Kiduldalem;
- d. perdagangan alat-alat mobil yang berkembang sepanjang Jalan Gatot Subroto, Jalan Laksamana Martadinata sampai ke Jalan Kolonel Sugiono tetap dipertahankan keberadaannya.

Rencana pengembangan kawasan perdagangan dan jasa berupa toko modern, sebagai berikut:

- a. pembatasan toko modern yang didirikan di kawasan perumahan;
- b. pertokoan dengan tingkat pelayanan lokal yang menjual beraneka ragam barang yang dibatasi intensitasnya yakni pada kompleks pertokoan di Jalan Kawi, Jalan MT. Haryono, Jalan Ikhwan Ridwan Rais, kawasan Klojen, kawasan Bunul, kawasan Blimbing, Jalan S. Supriadi, Jalan Laksamana Martadinata, dan Jalan Slamet Riadi;
- c. pengembangan kawasan pertokoan baru di sepanjang Jalan Raya Sawojajar.

Selanjutnya Pengembangan kawasan perdagangan baru dengan berbagai skala pelayanan, mulai dari toko atau warung, pertokoan, pasar, grosir, supermarket yaitu :

- a. pusat perdagangan di Gunung Buring, Mulyorejo, dan Sawojajar;
- b. pertokoan diarahkan berdekatan dengan fasilitas umum;
- c. toko dan warung yang sifatnya eceran dan barang dagangannya merupakan bahan kebutuhan sehari-hari diarahkan pengembangannya menjadi satu dengan kawasan atau lingkungan permukiman; dan
- d. pengembangan *Malang Trade Centre* diarahkan pada sub wilayah Kota Malang Utara yaitu di antara Mojolangu dan Tunjungsekar atau kawasan LIK dan Jalan Sukarno Hatta ke arah utara sampai Tasikmadu – Karangploso, serta kawasan Pasar Blimbing dan di sub wilayah Kota Malang Barat, yaitu di kawasan Pasar Dinoyo.

Pada Pasal 23 Ayat (2) Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010 diatur mengenai zonasi dari toko modern dalam menjalankan usahanya. Pasal ini berbunyi:

“Terhadap pendirian Toko Modern yang dilakukan oleh pengelola jaringan minimarket hanya dapat dilakukan pada jarak 500 (lima ratus) meter antar minimarket, toko dan pasar tradisional/usaha, perdagangan mikro.”

Selanjutnya pada Pasal 24 Ayat (1) Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010, batasan luas lantai penjualan toko modern adalah sebagai berikut:

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

Kemudian diatur juga batasan luas toko modern dengan modal dalam negeri 100% (seratus persen) adalah sebagai berikut:

- a. *Minimarket* dengan luas lantai penjualan kurang dari 400 m² (empat ratus meter persegi);
- b. *Supermarket* dengan luas lantai penjualan kurang dari 1.200 m² (seribu dua ratus meter persegi); dan
- c. *Department Store* dengan luas lantai penjualan kurang dari 2.000 m² (dua ribu meter persegi).

Di dalam melakukan kegiatan usahanya, pelaku usaha toko modern untuk *minimarket*, *supermarket*, *department store*, dan *perkulakan* wajib memiliki Izin Usaha Toko Modern (IUTM) sebagaimana yang terdapat di dalam Pasal 24 Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010 ini.

2. Di Kota Surakarta

Dengan pesatnya perkembangan usaha perdagangan eceran dalam skala kecil dan menengah, usaha perdagangan eceran modern dalam skala besar, maka diperlukan pengaturan mengenai penataan dan pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern di Kota Surakarta

agar terjadi sinergi dengan UMKM, Koperasi dan Pasar Tradisional.

119

Untuk mewujudkan hal tersebut diatas, perlu adanya koordinasi baik antara instansi dilingkungan Pemerintah Kota Surakarta, maupun antara Pemerintah Kota dengan pihak swasta, sehingga tercapai keseimbangan antara pembangunan fisik kota dengan pembangunan ekonomi yang bermanfaat bagi masyarakat setempat yang wewenang pengaturannya berada pada Pemerintah Kota. Kewenangan tersebut meliputi pengaturan perencanaan, perijinan pendirian, pengawasan dan pengendalian Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Dengan demikian pengawasan dan pengendalian Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern akan dapat terselenggara dengan seksama, baik secara sarana, kesempatan kerja, pembangunan sektor ekonomi dan perdagangan maupun keseimbangan antara pihak pemerintah, pihak swasta dan masyarakat pada umumnya.¹²⁰

Pengaturan ritel modern dengan pasar tradisional di Kota Surakarta berpedoman pada Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 5 Tahun 2011 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern. Peraturan daerah ini berdasarkan pertimbangan pada peraturan perUndang-Undangan yang berkaitan dengan persaingan usaha, yaitu Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan

¹¹⁹ Paragraf 2 Penjelasan Atas Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 5 Tahun 2011

¹²⁰ Paragraf 2 Dan 3 Penjelasan Atas Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 5 Tahun 2011

Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, serta Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/MDAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

Pada Pasal 1 Angka 25, dijelaskan bahwa penataan adalah segala upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah untuk mengatur dan menata keberadaan dan pendirian pasar modern dan toko modern di suatu wilayah, agar tidak merugikan dan mematikan UMKM, koperasi dan pasar tradisional yang ada.

Dapat disimpulkan bahwa Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 5 Tahun 2011 ini secara tegas bahwa penataan dimaksudkan agar keberadaan dan pendirian pasar modern dan toko modern tidak merugikan dan mematikan UMKM, koperasi dan pasar tradisional yang ada di Kota Surakarta.

Asas dari Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 5 Tahun 2011 ini yaitu kemanusiaan, keadilan, kesamaan kedudukan, kemitraan, ketertiban dan kepastian hukum, kelestarian lingkungan, kejujuran usaha, dan persaingan sehat (*fairness*).¹²¹

Pada Pasal 5 Peraturan Daerah ini, disebutkan jenis-jenis pusat perbelanjaan dan toko modern yaitu:

- a. minimarket;
- b. supermarket;
- c. hypermarket;
- d. department Store;
- e. perkulakan; dan
- f. nama lainnya yang dikelola secara modern.

¹²¹ Pasal 2 Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 5 Tahun 2011

Mengenai batasan luas lantai pusat perbelanjaan dan toko modern terdapat pada Pasal 6 Peraturan Daerah ini adalah sebagai berikut:

- a. *Minimarket* adalah toko modern dengan luas lantai toko kurang dari 400 m² (Empat Ratus Meter Persegi) ;
- b. *Supermarket* adalah toko modern dengan luas lantai toko di atas 400 m² sampai dengan 5000 m² (Lima Ribu Meter Persegi) ;
- c. *Hypermarket* adalah toko modern dengan luas lantai toko di atas 5.000 m² (Lima Ribu Meter Persegi);
- d. *Department Store* adalah toko modern yang luas lantai toko di atas 400m² (Empat Ratus Meter Persegi); dan
- e. Pusat perkulakan adalah toko modern yang luas lantai toko di atas 5.000 m² (Lima Ribu Meter Persegi).

Lokasi pusat perbelanjaan dan toko modern, sebagaimana yang terdapat pada Pasal 7 Ayat (1) Peraturan Daerah ini, mengacu pada Kajian Lingkungan Hidup Strategis, Rencana Tata Ruang Kota, dan Rencana Detail Tata Ruang Kota, pengaturan zonasinya, serta tetap memperhatikan kebutuhan, tingkat perkembangan sosial dan ekonomi masyarakat dalam rangka pengembangan UMKM, koperasi, dan pasar tradisional di Kota Surakarta.

Pada Pasal 7 Ayat (2) Huruf a dan b Peraturan Daerah ini, penyelenggaraan dan pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern wajib memperhatikan kondisi sosial ekonomi masyarakat dan keberadaan pelaku UMKM, Koperasi dan Pasar Tradisional Kota Surakarta, serta memperhatikan jaraknya dengan pasar tradisional sehingga tidak mematikan atau memarjinalkan pelaku ekonomi di pasar tradisional.

Jarak pusat perbelanjaan dan toko modern dengan pasar tradisional paling dekat adalah 500 (lima ratus) meter¹²². Namun hal ini dikecualikan apabila pasar tradisional terintegrasikan dengan pusat perbelanjaan dan toko modern selain minimarket, sebagaimana disebutkan dalam Pasal 7 Ayat (4) Peraturan Daerah ini.

Dalam hal barang yang diperdagangkan, hal ini juga diatur di dalam Pasal 7 Ayat (5) dimana jenis barang yang diperdagangkan di pusat perbelanjaan dan toko modern harus berbeda dengan yang diperdagangkan di pasar tradisional.

Pada Pasal 10 Ayat (1), diatur mengenai sistem penjualan dan jenis barang dagangan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, yaitu sebagai berikut :

- a. *Minimarket, Supermarket dan Hypermarket* menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya;
- b. *Departmen Store* menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk sandang dan perlengkapannya dengan penataan barang berdasarkan jenis kelamin dan/atau tingkat usia konsumen; dan
- c. Pusat perkulakan menjual secara grosir barang konsumsi.

Dapat disimpulkan bahwa jenis barang dan sistem penjualan pusat perbelanjaan dan toko modern terbatas, sesuai dengan jenis toko modern itu sendiri. Barang yang diperdagangkan tidak boleh melewati kriteria yang sudah ditentukan, serta berbeda dengan barang yang diperdagangkan di pasar tradisional.

¹²² Pasal 7 Ayat (3) Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 5 Tahun 2011

Mengenai jam pelayanan pusat perbelanjaan dan toko modern, hal ini diatur di dalam Pasal 13 Peraturan Daerah ini. Adapun bunyinya adalah sebagai berikut.

- (1) Jam kerja *Hypermarket*, *Departement Store*, dan *Supermarket* sebagai berikut:
 - a. hari Senin sampai dengan Jum'at mulai pukul 10.00-22.00 WIB
 - b. hari Sabtu dan Minggu mulai pukul 10.00-23.00 WIB
- (2) Jam kerja sebagaimana dimaksud pada ayat (1) untuk hari besar keagamaan, hari libur nasional, hari libur lainnya mulai pukul 10.00 - 24.00 WIB.
- (3) Jam kerja *minimarket* mulai pukul 10.00 – 24.00 WIB.
- (4) Penyimpangan terhadap jam kerja sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dapat dilakukan dengan izin Walikota.

Mengenai perizinan untuk mendapatkan Izin Usaha Pusat Perbelanjaan (IUPP) bagi pusat perbelanjaan dan Izin Usaha Toko Modern (IUTM) bagi toko modern, hal ini diatur di dalam Pasal 16 Peraturan Daerah ini. Salah satu syarat untuk memperoleh izin usaha adalah rekomendasi analisa mengenai dampak lingkungan (AMDAL) atau UKL/UPL, dan ANDALALIN kecuali minimarket. Hal ini berlaku baik bagi pusat perbelanjaan dan toko modern yang terintegrasi dengan pasar tradisional ataupun tidak. Persyaratan ini terdapat di dalam Pasal 16 Ayat (2) Huruf e dan Pasal 16 Ayat (3) Huruf a.

Terkait dengan keberadaan pusat perbelanjaan dan toko modern dengan pasar tradisional, pada penjelasan Pasal 16 dan Pasal 17 Peraturan Daerah ini, izin lingkungan meliputi ketahanan dan pertumbuhan Pasar Tradisional sebagai sarana bagi UMKM lokal,

serta dampak positif dan negatif yang diakibatkan oleh jarak antara Hypermarket dengan Pasar Tradisional yang telah ada sebelumnya.

C. Model Pengaturan Asas Keseimbangan Kepentingan Peraturan Daerah Kota Surakarta dan Peraturan Daerah Kota Malang Dalam Menjamin Kepastian Kesempatan Berusaha Yang Sama Antara Ritel Modern Dengan Pasar Tradisional

Dinamika persaingan usaha yang terjadi antara ritel modern dan pasar tradisional, sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya, merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari. Persaingan di antara keduanya mengindikasikan adanya ketidakseimbangan. Peraturan-peraturan terkait pun telah dibuat oleh pemerintah pusat, mulai dari undang-undang hingga peraturan menteri. Hal ini membuktikan bahwa perkembangan kegiatan ekonomi yang relatif lebih pesat selama¹²³ ini, perlu diikuti dengan perkembangan pengaturan hukumnya.

Peraturan daerah, yang merupakan produk hukum dari suatu kebijakan pemerintah daerah, adalah ujung tombak agar dapat tercapainya tujuan peraturan perundang-undangan yang telah ada. Keseimbangan kepentingan antara para pelaku usaha, baik ritel modern dan pasar tradisional, merupakan hal yang penting yang perlu diatur di dalam peraturan daerah. Rochmat Soemitro mengatakan:¹²⁴

“Keseluruhan norma-norma yang dibuat pemerintah atau penguasa sebagai satu personifikasi dari masyarakat yang mengatur kehidupan ekonomi di mana kepentingan individu dan masyarakat saling berhadapan.”

¹²³ Sumantoro, *Hukum Ekonomi*, UI-Press, Jakarta, 1986, hlm 26

¹²⁴ *Ibid*, hlm 18

Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, daerah diberi kewenangan ekonomi untuk mengatur dan mengurus perekonomian daerah, namun pengaturan dan pengurusan di bidang ekonomi harus tetap berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan di nasional. Kebijakan di daerah di bidang perekonomian tidak boleh bertentangan dengan kebijakan perekonomian nasional karena materi peraturan perundang-undangan yang dibuat di daerah merupakan bagian dari sistem hukum nasional.¹²⁵

Sebagaimana Peraturan Daerah Kota Malang dan Peraturan Daerah Kota Surakarta yang telah dijabarkan di atas, maka agar lebih memahami pengaturan-pengaturan di dalam kedua peraturan daerah tersebut di atas terkait asas keseimbangan kepentingan antara pelaku usaha ritel modern dengan pasar tradisional, maka hal tersebut akan dijabarkan di dalam tabel-tabel di bawah ini.

Tabel 11

Asas Keseimbangan Kepentingan Antara Pelaku Usaha Ritel Modern Dengan Pasar Tradisional Dalam Peraturan Daerah Kota Malang

Pasal Yang Mengakomodasi Kepentingan Pelaku Usaha Ritel Modern	Pasal Yang Mengakomodasi Kepentingan Pelaku Usaha Pasar Tradisional
<ul style="list-style-type: none"> • Pasal 2 mengenai kewajiban memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) • Pasal 3 mengenai kriteria pemegang 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Pasal 2 mengenai kewajiban memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) ○ Pasal 3 mengenai kriteria pemegang SIUP

¹²⁵ Andi Fahmi Lubis, dkk, *op.cit*, hlm 227

<p>SIUP</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pasal 23 Ayat (1) mengenai lokasi usaha, dan mengacu pada Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 4 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Malang • Pasal 23 Ayat (2) mengenai batasan minimal jarak 500 meter antar <i>minimarket</i>, toko dan pasar tradisional/usaha perdagangan mikro • Pasal 24 mengenai batasan luas masing-masing jenis ritel modern • Pasal 25 mengenai kewajiban memiliki Izin Usaha Toko Modern (IUTM) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Pasal 4 huruf (c) mengenai pengecualian terhadap usaha mikro untuk memiliki SIUP, kecuali bila usaha mikro yang bersangkutan menghendaki ○ Pasal 23 Ayat (1) mengenai lokasi usaha, dan mengacu pada Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 4 Tahun 2011 terkait lokasi pasar tradisional ○ Pasal 23 Ayat (2) mengenai batasan minimal jarak 500 meter antar <i>minimarket</i>, toko dan pasar tradisional/usaha perdagangan mikro
---	--

Di dalam Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010, kepentingan pelaku usaha ritel modern mengenai izin usaha di dalam Pasal 2 dan Pasal 3, lokasi usahanya diatur di dalam Pasal 23. Sedangkan kepentingan pelaku usaha pasar tradisional mengenai izin usaha diatur di dalam Pasal 2, Pasal 3, dan Pasal 4. Di dalam Pasal 4 diberikan kemudahan bagi pelaku usaha mikro dalam proses perizinannya, di mana pelaku usaha mikro tidak wajib mengurus izin perdagangan kecuali pihak yang bersangkutan menghendaki. Kemudian mengenai lokasi usaha, tidak diatur secara jelas di dalam peraturan daerah ini karena mengacu pada

RTRW sebagaimana yang telah diatur dengan dikeluarkannya Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 4 Tahun 2011.

Tabel 12

Asas Keseimbangan Kepentingan Antara Pelaku Usaha Ritel Modern Dengan Pasar Tradisional Dalam Peraturan Daerah Kota Surakarta

<p>Pasal Yang Mengakomodasi Kepentingan Pelaku Usaha Ritel Modern</p>	<p>Pasal Yang Mengakomodasi Kepentingan Pelaku Usaha Pasar Tradisional</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Pasal 2 mengenai asas dan tujuan dari penataan dan pembinaan pusat perbelanjaan dan toko modern • Pasal 6 mengenai batasan luas ritel modern • Pasal 7 dan 8 mengenai lokasi pendirian usaha beserta syarat-syaratnya • Pasal 10 mengenai jenis barang dagangan di masing-masing jenis ritel modern • Pasal 16 mengenai izin usaha • Pasal 15 mengenai pengembangan kemitraan antara toko modern dengan UMKM • Pasal 18 mengenai pembinaan dan pengawasan 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Pasal 3 mengenai tujuan peraturan daerah ini untuk melindungi dan memberdayakan koperasi, UMKM, dan pasar tradisional ○ Pasal 7 mengenai lokasi usaha, yang melindungi lokasi usaha pasar tradisional dari lokasi usaha toko modern ○ Pasal 8 mengenai pendirian ritel modern yang harus mencegah dampak negatif terhadap eksistensi pasar tradisional ○ Pasal 10 Ayat (1) mengenai kriteria jenis barang yang dijual di toko modern, sehingga pasar tradisional lebih luas cakupan jenis barang yang diperdagangkan ○ Pasal 13 yang memberikan batasan jam

	<p>kerja terhadap ritel modern, sehingga pasar tradisional dapat dengan leluasa beroperasi</p> <ul style="list-style-type: none">○ Pasal 14 mengenai sistem waralaba yang dijalankan oleh <i>minimarket</i> harus memenuhi persyaratan yang tidak merugikan UMKM dan koperasi○ Pasal 15 mengenai kemitraan yang tidak boleh merugikan UMKM dan koperasi○ Pasal 16 mengenai izin usaha toko modern yang wajib tidak bertabrakan dengan izin usaha pasar tradisional
--	--

Di dalam Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 5 Tahun 2011, sebagaimana yang telah diuraikan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa perda ini berusaha mengakomodasi kepentingan para pelaku usaha secara seimbang, baik dari segi lokasi usaha, kemitraan toko modern dengan UMKM, izin usaha, serta pembinaan dan pengawasannya

Dari kedua tabel tersebut di atas (Tabel 11 dan Tabel 12) maka dapat dilakukan perbandingan mengenai pengaturan ritel modern dengan pasar tradisional di kedua kota tersebut. Demi terwujudnya asas keseimbangan kepentingan pelaku usaha ritel modern dengan pasar tradisional, peraturan daerah setidaknya harus memuat lima indikator, yaitu memperhatikan keresahan sosial dari pendirian suatu ritel modern,

izin usaha, lokasi usaha berhubungan dengan keberadaan pasar tradisional, jam pelayanan suatu ritel modern, serta lokasi yang harus sejalan dengan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) suatu daerah. Berikut ini adalah tabel perbandingan kedua peraturan daerah tersebut dalam mewadahi lima indikator tersebut.

Tabel 13
Perbandingan Pengaturan Ritel Modern Dengan Pasar Tradisional Di Kota Malang Dan Kota Surakarta

Tolok Ukur	Perda Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010	Perda Kota Surakarta Nomor 5 Tahun 2011
Keresahan Sosial	Tidak ada ukuran keresahan sosial yang diatur	Diatur pada saat perizinan pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern terutama pada AMDAL atau UKL/UPL (Pasal 16)
Izin Usaha	Diatur lebih lanjut dalam Peraturan Walikota Kota Malang Nomor 28 Tahun 2009	Terdapat di dalam Pasal 16
Lokasi Usaha	Pendirian toko modern hanya dapat dilakukan pada jarak 500 meter antar minimarket, toko dan pasar tradisional/usaha perdagangan mikro (Pasal 23)	Lokasi pusat perbelanjaan dan toko modern mengacu pada Kajian Lingkungan Hidup Strategis, Rencana Tata Ruang Kota, dan Rencana Detail Tata Ruang Kota, pengaturan zonasinya, serta tetap memperhatikan kebutuhan, tingkat

		<p>perkembangan sosial dan ekonomi masyarakat dalam rangka pengembangan UMKM, koperasi, dan pasar tradisional (Pasal 7).</p> <p>Jarak pusat perbelanjaan dan toko modern dengan pasar tradisional paling dekat adalah 500 (lima ratus) meter. Namun hal ini dikecualikan apabila pasar tradisional terintegrasikan dengan pusat perbelanjaan dan toko modern selain minimarket (Pasal 7)</p>
Jam Pelayanan	Tidak diatur	Diatur di dalam Pasal 13
Tata Ruang	Mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah, Rencana Detail Tata Ruang Kota termasuk peraturan zonasinya (Pasal 23)	Mengacu pada Kajian Lingkungan Hidup Strategis, Rencana Tata Ruang Wilayah Kota, dan Rencana Detail Tata Ruang Kota, termasuk pengaturan zonasinya serta memperhatikan kebutuhan, tingkat perkembangan sosial dan ekonomi masyarakat sekitar dalam rangka pengembangan UMKM, Koperasi dan Pasar Tradisional (Pasal 7)

Selain indikator-indikator yang telah dijabarkan di atas, barang atau komoditas apa saja yang dapat dijual di ritel modern merupakan hal penting yang harus diatur di dalam suatu peraturan daerah, karena komoditas seperti hasil pertanian yang segar, yang selama ini dapat ditemukan di pasar tradisional, apabila dapat ditemukan juga di ritel modern, maka pasar tradisional dapat menjadi korban akibat kalah bersaing dari ritel modern. Mengenai jenis barang yang dijual ini, kedua peraturan daerah tersebut berbeda. Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010 tidak memuat pengaturan jenis barang, sedangkan di dalam Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 5 Tahun 2011, terutama Pasal 10 Ayat (1) mengatur mengenai jenis barang yang dijual di ritel modern, yang dapat disimpulkan bahwa pasar tradisional dapat dengan leluasa menjual berbagai jenis barang di tengah batasan jenis barang dagangan pada ritel modern.