

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan perekonomian dunia di beberapa sektor bidang usaha berkembang pesat. Perkembangan perekonomian yang pesat ini juga terjadi di Indonesia, salah satunya adalah perkembangan usaha ritel. Semakin banyaknya *hypermarket*, *supermarket*, *minimarket* yang beroperasi di berbagai daerah mengindikasikan perkembangan jenis usaha dalam bentuk ini tidak dapat dihindari seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang sangat pesat di era globalisasi saat ini. *Hypermarket*, *supermarket*, dan *minimarket* adalah perkembangan dalam dunia usaha ritel. Bentuk ritel tersebut merupakan evolusi panjang yang dikenal dengan sebutan ritel modern.

Ritel modern adalah sebuah fenomena ekonomi yang sangat berkembang di Indonesia. Tidak hanya di kota-kota besar, sejumlah kota dan kabupaten kecil juga menjadi sasarannya. Pertumbuhan ekonomi yang signifikan menjadi alasan mengapa ritel berdiri. Selain itu, banyak orang yang menggantungkan hidup di industri ini. Data Badan Pusat Statistik (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 pertanian yang menampung 39,3 (tiga puluh sembilan koma tiga) juta tenaga kerja usia di atas 15 (lima belas) tahun.¹

Berdasarkan informasi dari Data Analyst Manager Frontier Consulting Group, dalam periode enam tahun terakhir, dari tahun 2007-2012, jumlah gerai

¹Majalah Kompetisi Edisi 34, *Negeri Surga Ritel*, 2012, hlm 4-5

ritel modern di Indonesia mengalami pertumbuhan rata-rata 17,57% (tujuh belas koma lima puluh tujuh persen) per tahun. Pada tahun 2007, jumlah usaha ritel modern di Indonesia masih sebanyak 10.365 gerai, kemudian pada tahun 2011 mencapai 18.152 gerai tersebar di hampir seluruh kota di Indonesia.²

Di semua daerah hingga saat ini banyak terdapat bisnis ritel modern, yang sejalan dengan itu juga terdapat usaha yang sudah turun-temurun dijalani oleh rakyat Indonesia dalam bentuk usaha mikro kecil menengah, yaitu pasar tradisional. Ritel modern tidak hanya membawa peluang tetapi juga ancaman. Ancaman yang nyata dari ritel modern adalah pasar tradisional yang menjadi korbannya. Ekspansi ritel modern sangat agresif hingga masuk ke wilayah pemukiman rakyat. Pasar tradisional yang berada di wilayah pedesaan maupun pemukiman rakyat pun terkena imbasnya dengan berhadapan langsung dengan ritel modern tersebut. Persaingan di antara keduanya pun tidak dapat dihindari. Menjamurnya ritel modern membawa dampak buruk terhadap keberadaan pasar-pasar tradisional. Salah satu dampak nyata dari kehadiran ritel modern di tengah-tengah pasar tradisional adalah berkurangnya pedagang kecil serta menurunnya omzet dari pedagang kecil tersebut. Banyak terjadi di daerah-daerah di mana banyak pelaku usaha di pasar tradisional gulung tikar akibat kalah bersaing dengan bisnis ritel modern ini.

Dapat dikatakan bahwa apabila persaingan yang terjadi di sektor ritel selama ini tidak sehat, maka jumlah pelaku ritel tradisional akan terus berkurang sedangkan jumlah pelaku ritel modern akan bertambah terus. Atau, jumlah omzet

² Apipudin, *Brand Switching Analysis Dalam Industri Ritel Modern*, Frontier Consulting Group, diakses dari <http://www.frontier.co.id/tag/brand-switching-analysis> pada tanggal 9 Juni 2013 pukul 14.33

atau rata-rata per unit usaha di kelompok pertama itu menurun sedangkan di kelompok kedua tersebut meningkat.³

Federasi Organisasi Pedagang Pasar Indonesia (FOPPI) mencatat, di seluruh Indonesia terjadi penyusutan jumlah pasar tradisional sebesar 8% (delapan persen) per tahun. Pada saat bersamaan, pertumbuhan pasar modern justru sangat tinggi. Mengambil contoh periode 2004-2007, laju pertumbuhan *supermarket* mencapai 50% (lima puluh persen) per tahun. Pada periode yang sama, pertumbuhan *hypermarket* bahkan mencapai 70% (tujuh puluh persen). Gambaran pada tahun 2010, Badan Pusat Statistik mencatat pertumbuhan bisnis ritel modern meningkat positif mencapai 6,1% (enam koma satu persen). Sebaliknya keberadaan ritel tradisional masih menyisakan berbagai masalah. Berdasarkan survei yang dilakukan Kementerian Perdagangan (Kemendag) di 12 (dua belas) provinsi, tercatat ada kurang lebih 3.900 pasar tradisional dan 91% (sembilan puluh satu persen) di antaranya dibangun kurang lebih 30 (tiga puluh) tahun yang lalu.⁴

Pasar-pasar tradisional dewasa ini bukan hanya menghadapi persaingan dengan sesama ritel atau pasar modern, tetapi juga regulasi dan perlakuan pemerintah yang kurang bersahabat. Walau dari jumlah, pasar tradisional masih mendominasi sektor ritel, tetapi tanpa intervensi pemerintah, pasar tradisional tidak lama lagi mungkin akan tinggal sejarah, terutama di wilayah perkotaan. Penyebabnya selama ini tidak ada regulasi yang jelas di sektor ritel. Kalau pun

³ Tulus T.H. Tambunan dan Dedie S. Martadisastra, *Policy Discussion Paper Series: Apa Dampak Dari UU Persaingan Usaha No. 5 Tahun 1999 Terhadap Kemiskinan*, Center For Industry, SME & Business Competition Studies, Universitas Trisakti, Jakarta, 2009, hlm 14

⁴ Tri Joko Utomo, *Persaingan Bisnis Ritel: Tradisional vs Modern*, Fokus Ekonomi Vol.6 No.1 Juni 2011, hlm 123

ada regulasi, aturan-aturan seperti zonasi yang dibuat dalam rangka melindungi pelaku usaha ritel kecil dan pasar tradisional mudah dilabrak.

Dunia usaha memang merupakan suatu dunia yang boleh dikatakan tidak dapat berdiri sendiri. Banyak aspek dari berbagai macam dunia lainnya turut terlibat baik langsung maupun tidak langsung dengan dunia usaha ini. Keterkaitan tersebut kadangkala membuat dunia usaha harus tunduk dan mengikuti rambu-rambu yang ada atau dunia usaha mengabaikan aturan-aturan yang telah ada.⁵ Pesatnya perkembangan dunia usaha ada kalanya tidak diimbangi dengan “penciptaan” rambu-rambu pengawas. Dunia usaha yang berkembang terlalu pesat sehingga meninggalkan rambu-rambu yang ada jelas tidak akan menguntungkan pada akhirnya.⁶

Iklm usaha yang tidak sehat adalah hal yang tidak menguntungkan dalam dunia usaha. Di dalam iklim usaha yang tidak sehat berlaku hukum rimba. Siapa yang kuat dialah yang keluar sebagai pemenang. Mungkin Indonesia belum separah itu, tetapi jika tidak segera dibenahi maka potensi berlaku hukum rimba tinggal selangkah lagi.⁷

Negara Indonesia merupakan salah satu negara yang telah memiliki Undang-Undang Persaingan Usaha dan Anti Monopoli, yang dilatarbelakangi dari perjanjian yang dilakukan antara Dana Moneter Internasional atau *International Monetary Fund* (IMF) dengan pemerintah Republik Indonesia, pada tanggal 15 Januari 1998. Namun tidak hanya itu, jauh sebelumnya yaitu

⁵ Ahmad Yani dan Gunawan Widjaja, *Anti Monopoli*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm 1

⁶ *ibid*

⁷ Euis Soliha, *Analisis Industri Ritel Di Indonesia*, Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE) Vol. 15 No. 2, September 2008, hlm. 128

sejak tahun 1989 juga telah terjadi diskusi intensif di Indonesia mengenai perlunya perundang-undangan anti monopoli.⁸

Akhirnya Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat ditandatangani oleh Presiden B.J. Habibie dan diundangkan pada tanggal 5 Maret 1999 serta berlaku satu tahun setelah diundangkan⁹. Dengan berlakunya Undang-Undang ini, maka Indonesia memasuki babak baru pengorganisasian ekonomi yang berorientasi pasar sebagai bentuk perkembangan perekonomian yang terjadi di dunia saat ini.

Produk hukum berupa Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 merupakan bentuk usaha dari Pemerintah Republik Indonesia mengenai pentingnya menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat agar tercipta pembangunan ekonomi yang baik. Pasal 2 undang-undang ini memuat asas dalam persaingan usaha di Indonesia, dan Pasal 3 memuat tujuan dari undang-undang ini. Adapun isinya adalah sebagai berikut.

Asas dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 berbunyi:¹⁰

“Pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum”.

Dan tujuan pembentukan Undang-Undang ini adalah untuk¹¹:

- a) Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- b) Mewujudkan iklim persaingan usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil;

⁸ Andi Fahmi Lubis, dkk, *Hukum Persaingan Usaha : Antara Teks dan Konteks*, KPPU, Jakarta, 2009, hlm 12

⁹ *Ibid* hlm 13

¹⁰ Pasal 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999

¹¹ Pasal 3 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999

- c) Mencegah praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha; dan
- d) Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Dari penjabaran isi dari asas dan tujuan Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tersebut di atas, diharapkan bahwa peraturan mengenai persaingan akan membantu dalam mewujudkan demokrasi ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 Ayat (1) Undang-undang Dasar (UUD) 1945 dan menjamin sistem persaingan usaha yang bebas dan adil untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat serta menciptakan sistem perekonomian yang efisien.¹²

Adanya Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan dan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat merupakan rambu-rambu dan batasan dalam mengakses “kue” pembangunan sehingga si besar tidak dengan seenaknya mengambil bagian si kecil¹³. Rambu-rambu dan batasan di dalam undang-undang ini berkaitan dengan fenomena keberadaan ritel modern yang semakin mengancam keberadaan pasar tradisional.

Tidak hanya undang-undang ini, untuk menjaga kepentingan pelaku usaha agar tetap seimbang dalam sektor ritel, terutama antara pelaku usaha pasar tradisional dan ritel modern, pemerintah juga mengeluarkan peraturan-peraturan terkait, seperti Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008, Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008, dan yang terbaru adalah Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2013.

Beberapa hal penting yang diatur di dalam Peraturan Presiden dan Peraturan Menteri tersebut di atas adalah mengenai batas luas lantai toko modern, pengaturan lokasi, perizinan, pembinaan dan pengawasan, serta pemberdayaan.

¹² Andi Fahmi Lubis, *op.cit.*, hlm 15

¹³ Ahmad Yani dan Gunawan Widjaja, *op.cit.*, hlm 6

Sebagaimana yang terdapat di dalam konsideran Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern huruf (a)¹⁴, “bahwa dengan semakin berkembangnya usaha perdagangan eceran dalam skala kecil dan menengah, usaha perdagangan eceran modern dalam skala besar, maka pasar tradisional perlu diberdayakan agar dapat tumbuh dan berkembang serasi, saling memerlukan, saling memperkuat serta saling menguntungkan”.

Terbitnya Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern dimaksudkan untuk merespon perkembangan yang terjadi dalam dunia usaha ritel dengan lahirnya inovasi dan usaha baru yang makin variatif, baik usaha eceran maupun pusat belanja. Menteri Perdagangan (Mendag) Gita Wirjawan mengatakan bahwa pengaturan ini adalah untuk menciptakan iklim persaingan usaha yang lebih sehat antara pasar tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern. “Pengaturan mengenai zonasi dan jam operasional, lebih dipertegas agar dapat mendorong terciptanya iklim persaingan usaha yang lebih sehat bagi berbagai jenis toko atau pasar yang ada”, ujar Mendag.¹⁵

Kemudian lahirnya Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Sebagaimana tertuang di dalam Penjelasan Umum Undang-undang ini bahwa,¹⁶ “Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud

¹⁴ Konsideran Huruf a Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007

¹⁵ Dalam Artikel: *Tingkatkan Akses Pemasaran Produk Indonesia, Mendag Terbitkan Permendag Baru*, diakses di www.kemendag.go.id pada tanggal 10 Januari 2014

¹⁶ Penjelasan Umum Paragraf 3 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008

keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara”. Kaitan antara pasar tradisional dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat erat, karena sebagian besar bahkan seluruhnya pedagang yang beroperasi di pasar tradisional merupakan pedagang kecil yang dapat dikategorikan ke dalam jenis pelaku usaha kecil. Contoh yang menjelaskan eratnya kaitan antara pasar tradisional dan UMKM¹⁷ adalah pada saat ribuan pelaku UMKM di pasar tradisional dan tempat-tempat lainnya terpaksa gulung tikar karena kalah bersaing dengan pasar modern.

Menurut Komisioner Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Ir. Dedie S. Martadisastra, SE, MM, hingga saat ini peraturan tentang pengaturan ritel modern dan pasar tradisional ada pada Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 tahun 2008. Dalam hal ini KPPU juga terlibat dalam pembentukan peraturan presiden yang diprakarsai oleh Kementerian Perdagangan (Kemendag) itu. Namun ujung tombak dalam pengaturan ritel modern itu adalah Pemerintah Daerah. Setiap daerah harus mengakomodasi dan mengadopsi peraturan mengenai ritel modern di daerah masing-masing.¹⁸

Pemerintah daerah selaku penguasa wilayah semestinya tahu potensi daerahnya. Berapa daya beli masyarakatnya dan sudah ada berapa ritel yang

¹⁷ Ahmad Fadli, *Bisnis UMKM Tergerus Pasar Modern*, Liputan 6 News, 23 Maret 2011, diakses di <http://news.liputan6.com/read/325912/bisnis-umkm-tergerus-pasar-modern> pada tanggal 14 Oktober 2013 pukul 15.45

¹⁸ Majalah Kompetisi Edisi 34, *op.cit*, hlm 8-9

beroperasi. Selama ini ada kecenderungan pemerintah daerah tidak pernah keberatan memberi izin kepada investor yang hendak membuka gerai ritel.¹⁹

Merujuk pada Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan, hierarki perundang-undangan yang berlaku di Indonesia adalah sebagai berikut.²⁰

- 1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- 2) Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat;
- 3) Undang-Undang/Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang;
- 4) Peraturan Pemerintah
- 5) Peraturan Presiden
- 6) Peraturan Daerah Provinsi; dan
- 7) Peraturan Daerah Kabupaten/Kota.

Dari hierarki di atas dapat diketahui bahwa suatu peraturan daerah berada di bawah undang-undang, peraturan pemerintah, dan peraturan presiden. Hierarki dalam perundang-undangan ini tidak terpisah, melainkan berhubungan antara satu peraturan dengan peraturan yang lainnya. Ketentuan di dalam Pasal 14 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 berbunyi:

“Materi muatan Peraturan Daerah Provinsi dan Peraturan Daerah Kabupaten/Kota berisi materi muatan dalam rangka penyelenggaraan otonomi daerah dan tugas pembantuan serta menampung kondisi khusus daerah dan/atau penjabaran lebih lanjut Peraturan Perundang-undangan yang lebih tinggi.”

Peran pemerintah di daerah tentunya sangat penting demi tercapainya keseimbangan kepentingan antara pelaku usaha ritel modern dengan pasar tradisional. Adanya pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat menjadi suatu hal yang tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lainnya. Pemerintah daerah selaku pengatur dan pembuat suatu kebijakan memiliki peranan yang sangat penting dalam hal ini. Kebijakan yang ada dapat berupa aturan-aturan yang diatur dan disusun dalam suatu peraturan perundang-undangan di daerah. Adapun

¹⁹ Euis Soliha, *loc.cit*

²⁰ Pasal 7 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011

ketentuan-ketentuan yang berlaku di dalamnya harus diterapkan secara konsisten dan sesuai dengan peraturan yang berada di atasnya.

Kota Surakarta atau dikenal dengan sebutan Kota Solo, dan Kota Malang merupakan dua kota yang saat ini mengalami perkembangan pesat dalam pembangunannya, terutama dalam hal perekonomian. Terdapat banyak industri ritel yang berdiri seiring dengan kemajuan dua kota ini. Persaingan usaha di dalamnya sangat perlu diatur sebaik-baiknya agar terjadi kemajuan ekonomi bersama. Berikut adalah gambaran singkat iklim usaha ritel di kedua kota tersebut, yaitu Kota Surakarta dan Kota Malang.

Di Kota Surakarta, pasca tahun 2002 perkembangan ritel sangat pesat. Bertambahnya ritel di Surakarta ini ditopang dengan kemunculan pasar-pasar modern berupa *mall*. Setelah Solo Grand Mall (SGM) beroperasi pada akhir Desember 2004, giliran Solo Square, *mall* tengah kota beroperasi. Pusat perbelanjaan ini masih ditambah dengan munculnya pusat-pusat perdagangan berupa toko, rumah toko (*ruko*). Seperti Pusat Grosir Solo yang telah beroperasi Oktober 2004. Belum lagi masih terdapat *ruko* yang banyak bertebaran di sudut-sudut kota. Praktis untuk pemain ritel skala besar di Solo selama tahun 2005 belum ada penambahan. Hanya saja pemain ritel lama mulai menambah gerainya. Seperti Hero Supermarket akan menambah gerai di Solo Square. PT Matahani Tbk dengan bendera Hypermart juga telah membuka ritel jenis *hypermarket* di SGM. Termasuk juga pusat perkulakan yang ada di perbatasan kota.²¹

Seiring berjalannya waktu, Pemerintah Kota Surakarta belajar menata iklim persaingan di kota tersebut. Hingga muncul penilaian bahwa Pemkot Surakarta anti investasi dari luar. Menurut Sukasno, Ketua DPRD Kota

²¹ Solo Pos, 15 Desember 2005, *Pertentangan ritel modern vs tradisional makin menguat*, hlm 5



Surakarta, penilaian tersebut tidak mendasar. Menurut Sukasno Perda menjaga supaya pertumbuhan pasar-pasar modern tidak mematikan pasar tradisional. “Sebab kalau tidak diatur pasti pelaku usaha kecil akan kalah dengan pelaku usaha besar, dan dalam peraturan ini sama sekali tidak ada aturan yang menghadang investor asing,” jelasnya.²²

Untuk melindungi dan membina pelaku usaha kecil di Kota Solo, pemerintah setempat memfasilitasi pedagang dan pengrajin dengan menggelar barang dagangannya di sepanjang tengah kota, tepatnya di jalan Diponegoro. “Setiap Sabtu malam Minggu jalan tersebut di tutup untuk memberi kesempatan pedagang dan pengrajin untuk menggelar dagangannya, ini contoh kecil kita berani menutup jalan lalu lintas untuk pedagang kecil”, ujarnya. Di seputar stadion Manahan Solo ada pasar Serambi, pasar yang posisinya di tengah kota dan buka pada minggu pagi. “Suasannya ramai sekali oleh pengunjung dan penjual,” katanya. Makanya jangan dibayangkan kalau pengusaha kecil di Solo itu dipinggirkan. Mereka diberi tempat yang layak dan proporsional.²³

Kota Surakarta dengan produk hukumnya adalah Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 5 Tahun 2011 mengatur tentang penataan dan pembinaan pusat perbelanjaan dan toko modern. Di dalam penjelasan umum paragraf pertama dari peraturan daerah ini, dijelaskan bahwa, “Dengan pesatnya perkembangan usaha perdagangan eceran dalam skala kecil dan menengah, usaha perdagangan eceran 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.”

²² Majalah Kompetisi Edisi 34, *Op.cit*, hlm 11

²³ *ibid*

Sedangkan di Kota Malang, Peneliti PPOTODA UB Fitri Wicahyanti dan Syahrul Syahjidin dalam paparannya memberikan contoh yang paling lokalistik, yakni Kota Malang. Perekonomian di Kota Malang yang mengalami peningkatan hingga mencapai 6,7 % (enam koma tujuh persen) itu merupakan pertumbuhan ekonomi yang signifikan. Terutama, jika dibandingkan di antara kota di Jawa Timur. “Namun sayangnya perkembangan ekonomi Kota Malang lebih disebabkan oleh maraknya industri ritel di kota ini.”²⁴

Data di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang menyebut di kota ini terdapat 91 (sembilan puluh satu) toko modern berbentuk *minimarket* yakni 54 (lima puluh empat) Indomaret dan 37 (tiga puluh tujuh) Alfamart. Jumlah swalayan modern di wilayah Kota Malang telah melebihi batas ideal yang seharusnya antara 18-20 lokasi.²⁵

Dengan jumlah penduduk sekitar hampir satu juta jiwa, maka idealnya swalayan modern seperti *minimarket* dan *hypermarket* tidak lebih dari 20 (dua puluh) lokasi saja. Jumlah ini semakin mengalahkan jumlah pasar tradisional di Kota Malang yang berjumlah 18 (delapan belas) pasar. Ketidakseimbangan antara jumlah pasar modern dan tradisional ini, mereka nilai, menyebabkan berbagai dampak negatif bagi ekonomi kerakyatan Kota Malang.²⁶

Saat ini di Kota Malang, terdapat produk hukum yang mengatur mengenai penyelenggaraan usaha perindustrian dan perdagangan, sebagaimana diatur di dalam Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010. Di dalam paragraf pertama dari peraturan daerah ini, dijelaskan bahwa, “Upaya peningkatan

²⁴ Dalam Artikel: *Lebih Bijak Menyikapi Kompetisi*, diakses di <http://kompetisinews.blogspot.com/2012/09/lebih-bijak-menyikapi-persaingan-pasar.html> pada tanggal 15 Agustus 2013 pukul 12.33

²⁵ *Ibid*

²⁶ *Ibid*

perekonomian bangsa perlu ditopang oleh kemajuan perekonomian daerah. Hal tersebut dilaksanakan dengan menitikberatkan pada pengembangan usaha berbasis potensi lokal sebagai wujud pelaksanaan dari semangat nilai-nilai otonomi daerah dan harus pula didukung oleh kepastian hukum dalam berusaha sehingga peran serta masyarakat dalam pembangunan melalui sektor perdagangan dapat berjalan secara optimal.”

Kebijakan pemerintah di daerah, selaku kepanjangan tangan dari pemerintah pusat dalam menegakkan aturan yang sudah diatur di dalam peraturan perundang-undangan di atasnya, sangat penting untuk meningkatkan dan melindungi pasar tradisional dalam persaingannya terhadap ritel modern. Sejah mana kedua peraturan daerah di Kota Surakarta dan Kota Malang dalam menyikapi perkembangan usaha ritel yang semakin pesat serta tetap menjaga keberlangsungan pasar tradisional merupakan hal yang perlu untuk dikaji. Untuk itu kajian-kajian akan difokuskan pada perbandingan peraturan daerah di dua kota berbeda, yaitu Kota Surakarta dan Kota Malang sesuai dengan asas keseimbangan kepentingan pelaku usaha dalam hukum persaingan usaha dalam kaitannya dengan perlindungan terhadap usaha kecil.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut di atas penulis menarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana prinsip asas keseimbangan kepentingan antara pelaku usaha ritel modern dengan pasar tradisional dalam hukum persaingan usaha?

2. Bagaimana Peraturan Daerah Kota Surakarta dan Kota Malang mengatur keberadaan ritel modern dengan pasar tradisional?
3. Bagaimana model pengaturan yang tepat mengenai asas keseimbangan kepentingan di dalam Peraturan Daerah Kota Surakarta dan Peraturan Daerah Kota Malang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penulisan dan penelitian ini adalah untuk memahami dan menelaah suatu permasalahan. Adapun yang menjadi dasar tujuan penulisan dan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis prinsip asas keseimbangan kepentingan antar sesama pelaku usaha dalam hukum persaingan usaha yang dapat menjaga keberlangsungan pasar tradisional terhadap ekspansi ritel modern;
2. Untuk menginventarisasi dan mengkaji pengaturan di Peraturan Daerah Kota Surakarta dan Kota Malang dalam mengatur keberadaan ritel modern dengan pasar tradisional; dan
3. Untuk menemukan model pengaturan yang tepat mengenai asas keseimbangan kepentingan pelaku usaha ritel modern dengan pasar tradisional di dalam Peraturan Daerah Kota Surakarta dan Peraturan Daerah Kota Malang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penulisan dan penelitian ini adalah untuk menguraikan dan menjelaskan tentang kegunaan dari penulisan dan penelitian ini, yang mana dibedakan menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan praktis.

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Dosen

Sebagai wacana untuk perkembangan ilmu pengetahuan hukum khususnya hukum persaingan usaha yang terkait dengan prinsip asas keseimbangan kepentingan antara pelaku usaha ritel modern dengan pasar tradisional sehingga dapat menambah wawasan, pengetahuan, konsep, metode, maupun pengembangan teori di bidang hukum persaingan usaha.

b. Bagi Mahasiswa

Sebagai ilmu yang bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan prinsip asas keseimbangan kepentingan antara pelaku usaha ritel modern dengan pasar tradisional, serta sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan prinsip asas keseimbangan kepentingan antara pelaku usaha ritel modern dengan pasar tradisional.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Pemerintah Daerah agar dapat membentuk suatu produk hukum sebagai upaya preventif dalam menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat antara ritel modern dengan pasar tradisional di daerah masing-masing.

b) Referensi bagi peneliti berikutnya dalam mengkaji masalah yang sama di masa yang akan datang.

c) Sebagai tambahan wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya dalam hal kebijakan pengaturan persaingan usaha yang sehat di daerah.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bagian ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, manfaat penelitian, dan tujuan penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini berisi tinjauan tentang istilah-istilah dan pendapat-pendapat para ahli yang mencakup luas pengertian ritel, ritel modern, pasar tradisional, pengertian pemerintahan daerah, pengertian persaingan usaha tidak sehat, hal-hal yang dilarang dalam hukum persaingan usaha, pendekatan dalam hukum persaingan usaha, asas keseimbangan kepentingan dalam hukum persaingan usaha, tinjauan tentang kebijakan dan intervensi pemerintah.

BAB III: METODE PENELITIAN

Berisi tentang metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, pendekatan penelitian, jenis bahan hukum, teknik pengumpulan bahan hukum, teknik analisis bahan hukum, dan definisi konseptual.

BAB IV: PEMBAHASAN

Berisi tentang deskripsi data dan pembahasan yang berisi jawaban dari rumusan masalah yang merupakan hasil penelitian yang meliputi prinsip asas keseimbangan kepentingan dalam hukum persaingan usaha, pengaturan ritel modern dengan pasar tradisional di dalam Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 5 Tahun 2011 dan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010, serta model pengaturan yang tepat mengenai asas

keseimbangan kepentingan antara pelaku usaha ritel modern dengan pasar tradisional di dalam Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 5 Tahun 2011 dan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010.

BAB V: PENUTUP

Bagian ini merupakan bagian terakhir dari penelitian ini berisikan tentang kesimpulan dan saran mengenai bagaimanakah prinsip asas keseimbangan kepentingan ritel modern dengan pasar tradisional dalam hukum persaingan usaha di Indonesia, bagaimanakah peraturan daerah Kota Surakarta dan Kota Malang mengatur keberadaan ritel modern dan pasar tradisional, serta menemukan model pengaturan yang tepat mengenai asas keseimbangan kepentingan ritel modern dengan pasar tradisional di dalam Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 5 Tahun 2011 dan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi dan menambah wawasan bagi pembacanya.