

RINGKASAN BUKU:

SUKSES BISNIS RITEL MODERN

Oleh:

**IR. R. SERFIANTO D. PURNOMO
CITA YUSTISIA SERFIYANI, SH
ISWI HARIYANI, SH, MH**

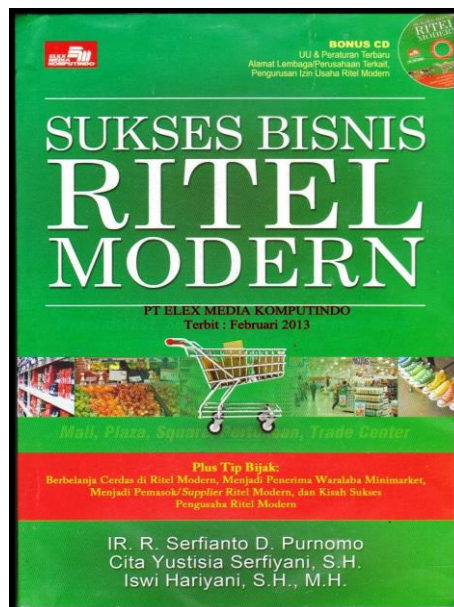
Penerbit:

PT. ELEX MEDIA KOMPUTINDO (GRAMEDIA GROUP)

Tahun Terbit : Februari 2013

Jumlah Halaman : 431 hal.

Harga Jual : Rp 80.800



Bisnis ritel modern di Indonesia saat ini berkembang semakin pesat seiring kemajuan perekonomian Indonesia. Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) membuat perkiraan pertumbuhan bisnis ritel modern di tanah air tahun 2012 mencapai 15%. Pertumbuhan tersebut didorong pertambahan gerai baru yang diproyeksikan mencapai 2500 gerai, yang terdiri dari 2000 gerai minimarket dan 500 gerai supermarket besar. Guna mengantisipasi pertumbuhan pasar modern yang semakin pesat, Pemerintah melalui Kementerian Perdagangan berencana merevisi peraturan tentang pasar swasta termasuk minimarket, agar pertumbuhan pasar modern tidak sampai mematikan pasar rakyat. Di sisi lain, pasar rakyat diharapkan juga dapat berbenah diri guna memenuhi tuntutan konsumen yang semakin meningkat.

Indonesia berada di urutan ketiga setelah India dan China sebagai negara yang memiliki pertumbuhan bisnis ritel terbaik di kawasan Asia, berdasarkan hasil survei perusahaan konsultan manajemen global AT Kearney dalam laporan *Global Retail Development Index (GRDI)* tahun 2011. Berdasarkan data Kementerian Perdagangan 2011, tercatat ada 15.000 pasar rakyat dan 2,5 juta toko atau warung milik perseorangan dengan modal kecil. Sedangkan jumlah pasar swasta sebanyak 14.250 unit, terdiri dari 11.927 minimarket, 1.146 supermarket, 141 hypermarket, dan 26 perkulaan swasta. Khusus di DKI Jakarta, terdapat 1.868 minimarket, namun hanya 422 minimarket yang mempunyai izin lengkap. Pemda DKI Jakarta juga berencana menertibkan minimarket yang melanggar syarat jarak dengan pasar tradisional.

Kemajuan perekonomian ikut mendorong perkembangan pasar modern dan bisnis ritel di Indonesia. Tumbuhnya masyarakat kelas menengah di tanah air mendorong meningkatnya minat investasi dan gairah belanja. Bank Dunia menyatakan jumlah penduduk kelas menengah di Indonesia pada tahun 2010 sebesar 56,5 % dari total populasi. Angka ini meningkat tajam dibandingkan data tahun 1999 dimana saat itu jumlah kelas menengah di Indonesia ditaksir sebesar 25% dari total populasi. Menurut hasil riset Standard Chartered Bank jumlah orang sangat mapan di Indonesia (berpenghasilan Rp 240 juta/ tahun atau berinvestasi Rp 150 juta/ tahun) sebanyak 4 juta orang, mengalahkan Korea Selatan yang hanya 3,2 juta orang.

Pasar modern/ ritel modern (toko modern dan pusat perbelanjaan) saat ini sudah merambah ke berbagai kota di Indonesia. Bahkan, toko modern berbentuk jaringan waralaba minimarket sudah menyebar hingga ke sejumlah kota kecamatan. Toko modern dapat berupa *hypermarket*, supermarket, *department store*, minimarket, *speciality store*, dan grosir. Sedangkan pusat perbelanjaan (*shopping center*) dapat berbentuk *mall*, *plaza*, *square*, pertokoan, atau pusat perdagangan/ *trade-centre*.

Perkembangan bisnis ritel modern yang pesat adalah fenomena yang wajar jika dikaitkan dengan perkembangan zaman serta meningkatnya jumlah kelas menengah di tanah air. Pertumbuhan bisnis ritel modern jika dikelola dengan baik dapat mendatangkan banyak manfaat bagi negara dan masyarakat dalam bentuk pemasukan pajak bagi pemerintah pusat dan daerah, menambah lapangan kerja, meningkatkan investasi, menggerakkan sektor usaha riil dan pariwisata, meningkatkan konsumsi dalam negeri, meningkatkan kemitraan usaha dengan UMKM, dan lain-lain.

Perkembangan pasar modern atau ritel modern sesungguhnya dapat mempercepat kemajuan perekonomian bangsa, asalkan tidak sampai mematikan pasar tradisional. Untuk itulah Pemerintah membuat sejumlah regulasi yang salah satunya mengatur tentang jarak antara pasar modern dan pasar tradisional. Namun sayang banyak aturan main yang dilanggar sehingga muncul persaingan yang tidak sehat antara pasar modern dengan pasar tradisional. Bahkan persaingan yang tidak sehat juga terjadi di antara para pengelola pasar modern.

Persaingan tidak sehat juga bisa dikendalikan dengan membuat aturan pembatasan jam operasional toko modern. Namun demikian upaya Pemerintah melindungi pasar tradisional jangan sampai menghambat kemajuan pasar modern yang sudah menjadi tuntutan perubahan zaman. Semua ini bisa diatur dengan baik asalkan didukung pengaturan tata ruang dan jam operasional serta penegakan hukum yang baik.

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	
KATA-KATA BIJAK	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
KATA PENGANTAR	iv
RINGKASAN	v
DAFTAR ISI	vi
BAB 1. PERKEMBANGAN BISNIS RITEL MODERN	1
BAB 2. PASAR MODERN & PASAR TRADISIONAL	6
1. Pengertian dan Dasar Hukum Pasar Tradisional	6
2. Pendirian Pasar Tradisional dan Pasar Modern	9
3. Perbandingan Pasar Tradisional dan Pasar Modern	12
4. Pasar Modern versus Pasar Tradisional	16
BAB 3. TOKO MODERN (<i>MODERN STORE</i>)	23
1. Pengertian dan Ruang Lingkup Toko Modern	23
2. Macam - Macam Toko Modern	26
BAB 4. PUSAT PERBELANJAAN (<i>SHOPPING CENTRE</i>)	36
1. Pengertian dan Sistem Pusat Perbelanjaan	36
2. Macam - Macam Pusat Perbelanjaan	39
BAB 5. PERAN PEMERINTAH, PEMDA DAN BPOM DALAM PENGEMBANGAN RITEL MODERN	45
1. Peran Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah	45
2. Peran Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)	49
BAB 6. PENYELENGGARAAN PASAR SEHAT	61

BAB 7.	IZIN USAHA RITEL MODERN	70
	1. Izin Usaha Ritel Modern Sesuai Perpres dan Permendag	70
	2. Izin Usaha Ritel Modern di Provinsi DKI Jakarta	75
	3. Izin Usaha Ritel Modern di Berbagai Daerah	85
BAB 8.	ASPEK TANAH, BANGUNAN DAN TATA RUANG DALAM PEMBANGUNAN RITEL MODERN	106
	1. Aspek Pertanahan	106
	2. Aspek Bangunan Gedung	114
	3. Aspek Tata Ruang	131
BAB 9.	PENJUALAN RITEL & WARALABA	138
	1. Penjualan Ritel dan Waralaba (<i>Franchise</i>)	138
	2. Enam Kriteria Waralaba	144
	3. Perlindungan Hukum Bagi Penerima Waralaba	148
	4. Ruang Lingkup Waralaba	148
	5. Waralaba dan Lisensi HAKI	151
BAB 10.	PENJUALAN RITEL & PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG (DS – MLM)	156
	1. Penjualan Ritel dan Penjualan Langsung	156
	2. Penjualan Langsung Berjenjang (MLM)	160
BAB 11.	PERSAINGAN USAHA RITEL YANG SEHAT	165
	1. Persaingan Usaha Ritel Modern dengan Pasar Tradisional	165
	2. Persaingan Usaha Antara Sesama Ritel Modern	167
	3. Persaingan Usaha Antara Pemasok dengan Ritel Modern	172
	4. Kaitan Monopoli dan Persaingan Usaha dengan MKAPP	174
	5. Perjanjian dan Kegiatan yang Dilarang UU 5 / 1999	180
BAB 12.	PERLINDUNGAN KONSUMEN RITEL	190
	1. Kasus - Kasus Pelanggaran Hak - Hak Konsumen Ritel	190
	2. Hak dan Kewajiban Konsumen Serta Pelaku Usaha	194
	3. Perbuatan yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha	196
	4. Tanggung Jawab Pelaku Usaha	201
	5. Lembaga Perlindungan Konsumen (BPKN, LPKSM, BPSK)	203
BAB 13.	KEMITRAAN USAHA RITEL MODERN DAN UMKM	214
	1. Praktik Kemitraan Usaha Ritel Modern dan UMKM	214
	2. Kemitraan Usaha Sesuai UU 20 / 2008	219
	3. Kemitraan Usaha Sesuai PP 44 / 1997	224
	4. Kemitraan Usaha Sesuai Permendag 53 / 2008	231

BAB 14. TIPS BIJAK BERBELANJA DI RITEL MODERN	237
BAB 15. TIPS BIJAK MENJADI PENERIMA WARALABA MINIMARKET	246
1. Peluang Usaha Minimarket di Indonesia	246
2. Tips Menjadi Penerima Waralaba (<i>Franchisee</i>)	247
3. Tips Menjadi Penerima Waralaba Indomaret	253
4. Tips Menjadi Penerima Waralaba Alfamart	257
5. Tips Menjadi Penerima Waralaba Alfamidi	260
BAB 16. TIPS BIJAK MENJADI PEMASOK BARANG DI RITEL MODERN	263
1. Dasar Hukum Pemasok Barang di Ritel Modern	263
2. Tips Menjadi Pemasok Sesuai Pengalaman Pribadi Penulis	268
3. Tips Memasok Ritel Modern Sesuai Pendapat Frans M Royan	268
BAB 17. KISAH - KISAH SUKSES PENGUSAHA RITEL MODERN	278
1. Bob Sadino : Bos Pasar Swalayan yang Nyentrik	278
2. Djoko Susanto : Raja Bisnis Minimarket di Indonesia.	281
3. Hari Dharmawan : Pendiri Matahari Department Store	284
4. Ipung Kurnia : Sang Penerus dan Pimpinan Hero Group.....	286
5. Jakob Oetama : Sang Raja Media Pendiri TB Gramedia	290

DAFTAR BACAAN

DAFTAR SINGKATAN

DAFTAR SKEMA

DAFTAR TABEL

DAFTAR ALAMAT - ALAMAT

BIODATA PENULIS BERTIGA

DAFTAR BUKU KARYA PENULIS

ISI SAMPUL BELAKANG

BONUS CD BERISI UU & PERATURAN