



**KAJIAN YURIDIS TENTANG PENGATURAN BISNIS RITEL PADA  
PERDAGANGAN ECERAN (RETAIL ACT)  
DIKABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi syarat-syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Hukum  
dan mencapai gelar sarjana hukum

Oleh :

**NUR ROHIM**  
NIM : 010710101265

**JURUSAN/BAGIAN HUKUM PERDATA  
FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS JEMBER**

2006

Asal:	Hasil Femboian	Klass 346.07
Terima Tgl :	08 MAR 2006	ROH.
No. Induk :		K
KLAIR / PENYALIN :		C13

**KAJIAN YURIDIS TENTANG PENGATURAN BISNIS RITEL PADA  
PERDAGANGAN ECERAN (RETAIL ACT)  
DI KABUPATEN JEMBER**



**KAJIAN YURIDIS TENTANG PENGATURAN BISNIS RITEL PADA  
PERDAGANGAN ECERAN (RETAIL ACT)  
DI KABUPATEN JEMBER**

Oleh:

**NUR ROHIM**  
**NIM. 010710101265**

Pembimbing

**SUGIJONO, S.H.**  
**NIP. 131 403 358**

Pembantu Pembimbing

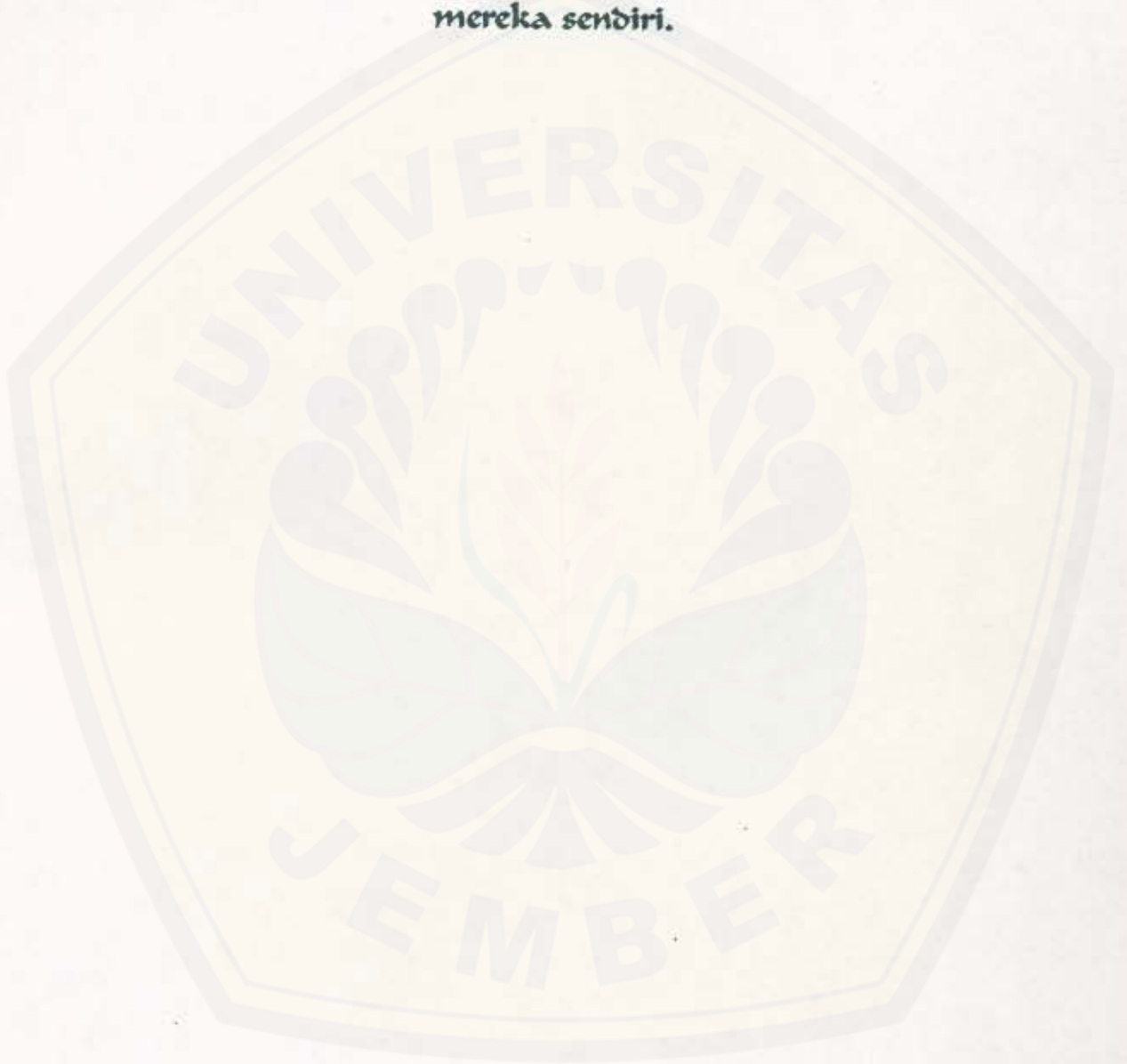
**ISWI HARIYANI, S.H.**  
**NIP. 131 759 755**

**JURUSAN/BAGIAN HUKUM PERDATA  
FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2006**

## MOTTO

Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum  
sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri  
mereka sendiri.



---

Departemen Agama Republik Indonesia, *Al Qur'an dan Terjemahnya*,  
Jakarta, 1985



## PERSEMBAHAN

*Kupersembahkan Skripsi ini kepada:*

1. Ayahanda **PUDJIANTO** Ibunda **MARSIJAH** yang dengan segenap jiwa dan raga telah mencurahkan cinta, kasih sayang, semangat dan dukungan, serta tanpa pamrih memberikan yang terbaik dalam bahtera kehidupan ini.
2. Alma Mater tercinta Fakultas Hukum Universitas Jember.
3. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Jember yang telah memberikan ilmu dan didikannya.
4. Kakak-kakakku **TITIK SRI MARDIYATI** sekeluarga, **DWI SANTOSO** sekeluarga, **EDI SUSANTO** sekeluarga, dan **HENI SUPRIYANTO** sekeluarga yang telah membimbing dan mengarahkanku dalam perjalanan hidup ini.

## PERSETUJUAN

Dipertahankan di hadapan Panitia Penguji pada:

Hari : Sabtu

Tanggal : 18

Bulan : Pebruari

Tahun : 2006

Diterima oleh Panitia Penguji Fakultas Hukum Universitas Jember

Panitia Penguji

Ketua,



**EDY SRIONO, S.H.**  
NIP. 131 336 656

Sekretaris,



**EMI ZULAIKA, S.H.**  
NIP. 132 288 193

### ANGGOTA PANITIA PENGUJI

1. **SUGIJONO, S.H.**  
NIP. 131 403 358



2. **ISWI HARIYANI, S.H.**  
NIP. 131 759 755



**PENGESAHAN**

**Skripsi dengan judul:**

**KAJIAN YURIDIS TENTANG PENGATURAN BISNIS RITEL  
PADA PERDAGANGAN ECERAN (RETAIL ACT) DI  
KABUPATEN JEMBER**

**Oleh:**

**NUR ROHIM**  
NIM. 010710101265

**Pembimbing**



**SUGIJONO, S.H.**  
NIP. 131 403 358

**Pembantu Pembimbing**



**ISWI HARIYANI, S.H.**  
NIP. 131 759 755

**Mengesahkan,**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL RI  
UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS HUKUM**

**Dekan,**



  
**KOPING PARON PIUS, S.H., S.U.**  
NIP. 130 808 985



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehariba'an Allah SWT atas limpahan taufik, karunia, dan hidayah-Nya. Sholawat serta salam kuhaturkan kepada Rasulullah SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul, **"Kajian Yuridis Tentang Pengaturan Bisnis Ritel Pada Perdagangan Eceran (Retail Act) Di Kabupaten Jember"**. Penulisan skripsi ini bertujuan memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih kurang sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik untuk kesempurnaan skripsi ini.

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Sugijono, S.H. sebagai Pembimbing, yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan serta motivasi, sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini.
2. Ibu Iswi Hariyani, S.H. sebagai Pembantu Pembimbing, yang telah sabar memberikan bimbingan dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
3. Bapak Edy Sriono, S.H. sebagai Ketua Panitia Penguji Skripsi.
4. Ibu Emi Zulaika, S.H. sebagai Sekretaris Panitia Penguji Skripsi.
5. Ketua dan Sekretaris Bagian Hukum Keperdataan.
6. Bapak Kopong Paron Pius, S.H., S.U. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Jember dan Bapak Totok Sudaryanto, S.H., M.S., Bapak I Ketut Suandra, S.H., Bapak Ida Bagus Oka Ana, S.H., M.M., sebagai Pembantu Dekan I, II, serta III Fakultas Hukum Universitas Jember.
7. Bapak Kukuh Budi Mulya, S.H., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik, terimakasih atas segala pengarahan dan bimbingannya selama kuliah.
8. Segenap Dosen Fakultas Hukum Universitas Jember, terima kasih banyak atas segala jasa dan tempaannya sehingga penulis dapat memperkaya



pengetahuan hukum, serta kepada staf dan karyawan atas segala pelayanannya.

9. Bapak Drs. H. Soepratigto, M.Si. selaku Kepala Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Penanaman Modal dan Bapak Drs. Agus Nur Abadi selaku Kasi Perdagangan Dalam Negeri Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Penanaman Modal Kabupaten Jember, terima kasih atas segala bantuannya demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.
10. Teman-temanku di Fakultas Hukum Universitas Jember: Zainudin, Munir, Christina, Dewi, Rosita, Anggara, Dian, Wisnu, Naf'an, dan lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per-satu.
11. Ikhwan dan Akhwat yang bernaung dalam Lembaga Dakwah Kampus Universitas Jember sukron katsir atas jalinan ukhuwah dan keilmuan islamnya serta semoga tujuan dakwah yang kita laksanakan segera terwujud di dunia ini.
12. Sahabat-sahabatku di kost "IBU LALU SYAKUR" Jl. Jawa II /5: utamanya Yhuda sebagai teman berbagi dan ngobrol, Masto, Ali, Harry, serta Ari terima kasih atas bantuannya selama ini.
13. Semua pihak yang tidak sempat penulis sebutkan satu per-satu, terima kasih atas bantuannya selama ini.

Semoga Allah SWT membalas budi baik mereka dan akhirnya penulis berharap semoga karya tulis ini bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, 18 Pebruari 2006

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
RINGKASAN.....	xii
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penulisan.....	4
1.4.1 Tujuan Umum.....	4
1.4.2 Tujuan Khusus.....	4
1.5 Metode Penulisan.....	4
1.5.1 Pendekatan Masalah.....	5
1.5.2 Bahan Hukum.....	5
1.5.3 Metode Pengumpulan Bahan Hukum.....	6
1.5.4 Analisis Bahan Hukum.....	6
 <b>BAB II FAKTA, DASAR HUKUM DAN LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Fakta.....	7
2.2 Dasar Hukum.....	9
2.3 Landasan Teori.....	12
2.3.1 Pengertian Umum Perdagangan.....	12
2.3.2 Pengertian Perdagangan Eceran (Retail Act).....	14



2.3.3 Pengertian Pasar Modern Dengan Pasar Tradisional.....	16
2.3.4 Perbedaan Pasar Modern Dengan Pasar Tradisional.....	18

### **BAB III PEMBAHASAN**

3.1 Ketentuan Hukum Yang Berlaku Dalam Bisnis Ritel Di Indonesia...26	
3.1.2 Peraturan Yang Dijadikan Dasar Dalam Operasionalisasi Bisnis Ritel.....	26
3.1.2 Peranan Peraturan Daerah (Perda) Sebagai Landasan Operasionalisasi Bisnis Ritel Yang Berada Di Kabupaten Jember.....	30
3.2 Perlindungan Hukum Yang Diberikan Bagi Para Pelaku Bisnis Ritel.....	33
3.2.1 Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Bisnis Ritel Yang Lebih Kecil.....	33
3.2.2 Perlindungan Hukum Bagi Pasar Tradisional.....	37
3.3 Hambatan-hambatan Yang Terjadi Dalam Penegakan Peraturan Pada Bisnis Ritel.....	41
3.3.1 Hambatan-hambatan Yang Terjadi Dalam Penegakan Peraturan Pada Bisnis Ritel.....	41
3.3.2 Penanganan-penanganan Yang Dilakukan Dalam Mengatasi Hambatan-hambatan Penegakan Peraturan Bisnis Ritel.....	45

### **BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN**

4.1 Kesimpulan.....	49
4.2 Saran.....	50

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 :Surat Permohonan Konsultasi ke Kantor Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Penanaman Modal Kabupaten Jember.
- Lampiran 2 :Surat Keterangan Telah Melakukan Konsultasi dari Kantor Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Penanaman Modal Kabupaten Jember.
- Lampiran 3 :Surat Laporan Pembukaan Cabang Perusahaan PT Indomarco Prismatama.
- Lampiran 4 : Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)-Besar.
- Lampiran 5 :Surat Penolakan Kehadiran Indomaret / Alfamart dan sejenisnya di Arjasa.
- Lampiran 6 :Keputusan Bersama Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri Nomor 145 / MPP / Kep / 5 / 97 dan Nomor 57 Tahun 1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan.
- Lampiran 7 :Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 261 / MPP / Kep / 7 /1997 tentang Pembentukan Tim Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan Pusat.
- Lampiran 8 :Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 420 / MPP / Kep / 10 /1997 tentang Pedoman Penataan Pasar dan Pertokoan.
- Lampiran 9 :Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 107 / MPP / Kep / 2 / 1998 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pemberian Izin Usaha Pasar Modern.
- Lampiran 10 :Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23 / MPP / Kep / I / 1998 tentang Lembaga-lembaga Usaha Perdagangan.



## RINGKASAN

Dinamika kehidupan masyarakat baik yang ada di perkotaan maupun yang ada di pedesaan telah memberikan bermacam-macam alternatif kegiatan ekonomi yang ditandai dengan meningkatnya daya beli, berkembangnya kemampuan produksi barang dan jasa sekaligus meningkatkan permintaan terhadap barang dan jasa, baik dalam jumlah, kualitas, waktu, pelayanan, serta tuntutan masyarakat konsumen atas preferensi lainnya. Akibat dari tuntutan masyarakat terhadap hal-hal tersebut di atas timbul fenomena baru yaitu munculnya pasar dengan format modern. Pasar modern itu terdiri dari Mall, Supermarket, Departement Store, dan Shopping Centre yang dalam perkembangannya kurang terencana utamanya dalam lokasi dan membentuk sinergi dengan pedagang kecil dan menengah, Koperasi, serta Pasar Tradisional. Kabupaten Jember sebagai salah satu kota besar di daerah Jawa Timur, di samping Malang dan Surabaya mempunyai situasi dan kondisi yang potensial dalam menumbuhkan dan mengembangkan bisnis ritel di Indonesia. Berdasarkan latar belakang seperti dalam pemaparan di atas, mendorong dan memunculkan keinginan penulis untuk meneliti, dan mengkaji, kemudian menuangkannya dalam bentuk karya ilmiah yaitu skripsi yang berjudul **“KAJIAN YURIDIS TENTANG PENGATURAN BISNIS RITEL PADA PERDAGANGAN ECERAN (RETAIL ACT) DI KABUPATEN JEMBER”**.

Permasalahan yang diangkat dalam skripsi ini adalah apakah ketentuan hukum yang berlaku sudah memadai dalam bisnis ritel di Indonesia, bagaimana perlindungan hukum yang diberikan bagi para pelaku bisnis ritel, dan hambatan-hambatan apa yang terjadi dalam penegakan peraturan pada bisnis ritel.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk mengkaji dan menganalisis apakah ketentuan hukum yang berlaku sudah memadai dalam bisnis ritel di Indonesia, untuk mengkaji dan menganalisis terhadap perlindungan hukum yang diberikan bagi para pelaku bisnis ritel, dan untuk mengetahui hambatan-hambatan yang terjadi dalam penegakan peraturan pada bisnis ritel.

Metode pendekatan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah yuridis normatif. Bahan hukum yang digunakan meliputi: bahan hukum primer berupa



Keputusan Bersama Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri Nomor 145/MPP/Kep/5/97 dan Nomor 57 Tahun 1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan, dan peraturan dasar serta peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan bidang yang akan dikaji berdasarkan permasalahan yang ada; bahan hukum sekunder berupa literature, wawancara, buku-buku, majalah, artikel; dan bahan hukum tersier berupa kamus. Sedangkan metode pengumpulan bahan hukum yang dilakukan dengan cara studi kepustakaan, dan studi lapangan. Metode analisis bahan hukum yang digunakan adalah metode diskriptif kualitatif.

Kesimpulan dalam skripsi ini adalah Peraturan yang dijadikan dasar dalam bisnis ritel adalah Keputusan Bersama Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri Nomor 145 / MPP / Kep / 5 / 97 dan Nomor 57 Tahun 1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan. Kabupaten Jember belum mempunyai Peraturan Daerah (Perda) guna mengatur bidang bisnis ritel tersebut. Ketentuan mengenai zonasi bagi pelaku usaha, hypermarket, supermarket, minimarket dan pengecer kecil perlu ditetapkan, kelemahan berbagai regulasi di sektor ritel disebabkan belum adanya peraturan yang signifikan yang khusus mengatur, seiring dengan trend ritel yang dinamis dan penuh inovasi. Penghambat dari penegakan peraturan pada bisnis ritel dapat ditinjau dari hal-hal sebagai berikut: badan-badan yang berwenang memberikan izin pada bisnis ritel, peraturan yang dijadikan dasar operasinya perdagangan eceran (*Retail Act*), konsumen yang lebih menyukai untuk berbelanja di pasar modern, persetujuan yang diberikan oleh masyarakat sekitar gerai yang akan dibuka. RUU ritel yang sedang dibahas diharapkan akan mengatur masalah pasar tradisional yang belakangan kehilangan daya saing.

Saran yang diusulkan adalah Pemerintah Kabupaten Jember supaya segera membuat peraturan daerah (perda) tentang perdagangan eceran (*Retail Act*). RUU perdagangan supaya segera disahkan khususnya yang mengatur bisnis ritel yang nantinya diharapkan menjadi payung hukum dalam pengaturan distribusi, ritel, zoning ritel, hingga imbal dagang (*counter trade*).



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pembangunan yang dilaksanakan oleh bangsa Indonesia telah memberikan peningkatan kemajuan dan kesejahteraan bagi rakyatnya. Hal ini ditandai dengan pertumbuhan ekonomi rata-rata 7 % per tahun dan meningkatnya pendapatan per kapita penduduk pada tahun 1996 menjadi US \$ 1.094 (Lampiran Kep. Menperindag RI No. 420/MPP/Kep/10/1997). Disamping itu daya beli masyarakat perbandingannya lebih besar dari pendapatan per kapita nasional. Peningkatan kesejahteraan ini telah dirasakan oleh masyarakat seluruhnya, baik itu masyarakat perkotaan maupun masyarakat pedesaan.

Peningkatan dinamika kehidupan masyarakat baik yang ada di perkotaan maupun yang ada di pedesaan telah memberikan bermacam-macam alternatif kegiatan ekonomi yang ditandai dengan meningkatnya daya beli, berkembangnya kemampuan produksi barang dan jasa sekaligus meningkatkan permintaan terhadap barang dan jasa, baik dalam hal jumlah, kualitas, waktu, pelayanan, serta tuntutan masyarakat konsumen atas preferensi lainnya.

Akibat dari tuntutan masyarakat terhadap hal-hal tersebut di atas timbul fenomena baru yaitu munculnya pasar dengan format modern. Pasar modern itu terdiri dari Mall, Supermarket, Departement Store, dan Shopping Centre yang dalam perkembangannya kurang terencana utamanya dalam lokasi dan membentuk sinergi dengan pedagang kecil dan menengah, Koperasi, serta Pasar Tradisional. Hal ini patut disayangkan sebab mereka yang bergerak di bidang perdagangan eceran telah menolong perekonomian Indonesia di akhir tahun 1997.

Bisnis eceran, yang kini populer di sebut bisnis ritel, merupakan bisnis yang memberikan penghidupan kepada banyak orang dan memberi keuntungan bagi sebagian orang lainnya. Jika kita melihat di negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Inggris, Perancis, dan lain-lain sektor bisnis eceran adalah salah satu sektor utama perekonomian yang mendatangkan pendapatan yang besar bagi negara.

Kita perlu mengingat bahwa pada saat sektor lain terutama dalam bidang property terpuruk akibat sering terjadinya kerusuhan dan krisis ekonomi yang berkepanjangan, tidak demikian halnya dengan sektor ritel. Meskipun retailer lokal yang pada waktu itu berdiri sempat mengalami kegoncangan karena aksi penjarahan dan pembakaran dalam kerusuhan Mei 1998. Tetapi mereka segera bangkit kembali dengan membuka gerai hypermarket. Bahkan raksasa operator hypermarket dari mancanegara membuka gerainya pertama pada bulan Oktober 1998, hanya terpaut 4 bulan pasca kerusuhan. Sebuah keberanian dan ketegaran yang luar biasa, hypermarket itu malah dengan gencarnya membuka toko-toko raksasa mereka.

Bisnis ritel dalam hal ini yang dilakukan oleh para pelaku yang mempunyai format Pasar Modern (Mall, Hypermarket, Supermarket, Departement Store, dan Shopping Centre) berkembang dengan pesat sampai ke daerah tingkat II di luar ibukota Propinsi, dan tumbuhnya kurang terkoordinasi yang pada akhirnya jika tidak diarahkan secara dini akan dapat mengakibatkan tergusurnya Pedagang Kecil dan Menengah, Koperasi serta Pasar Tradisional.

Kabupaten Jember sebagai salah satu kota besar di daerah Jawa Timur, disamping Malang dan Surabaya mempunyai situasi dan kondisi yang potensial dalam menumbuhkan dan mengembangkan bisnis ritel di Indonesia. Terbukti dengan sudah banyak bermunculan pusat-pusat perbelanjaan dalam format modern, diantaranya: Matahari Supermarket dan Departement Store, Alfa Toko Gudang Rabat, dan sebagainya. Juga pusat-pusat perbelanjaan yang lebih kecil yaitu Indomaret dan Alfamart, di samping pelaku bisni ritel lokal sendiri.

Para pelaku bisnis ritel di Jember tersebut berasal dari retailer nasional yang tidak menutup kemungkinan akan juga menjadi incaran dari retailer mancanegara dengan hypermarketnya. Jika tidak ada halangan dan rintangan sebentar lagi akan dibuka pusat perbelanjaan yang sangat besar (Hypermarket) di kota Jember yaitu di kawasan Mandiri Land.

Kota-kota kabupaten atau kotamadya, yang mempunyai komunitas tidak sampai satu juta jiwa menjadi fokus ekspansi retailer nasional yang sebelumnya tinggal puing. Ekspansi ini dilakukan tampaknya sebagai penghindaran (*es*



*caping*) dari persaingan dengan retailer global (hypermarket) yang tidak mungkin membuka gerainya di kota dengan populasi di bawah 5 juta jiwa kecuali bila mereka menghadirkan benderanya dalam ukuran yang lebih kecil (ukuran Supermarket).

Menghindari dampak kehadiran Pasar Modern yang dapat menekan perkembangan Pedagang Kecil dan Menengah, Koperasi, serta Pasar Tradisional, maka pertumbuhan dan perkembangan Pasar Modern perlu ditata dan dibina kembali agar Pedagang Kecil dan Menengah, Koperasi serta Pasar Tradisional, dapat tumbuh dan berkembang dalam mengisi peluang usaha yang terbuka.

Berdasarkan latar belakang seperti dalam pemaparan di atas, mendorong dan memunculkan keinginan penulis untuk meneliti dan mengkaji, kemudian menuangkannya dalam bentuk karya ilmiah yaitu skripsi yang berjudul **“KAJIAN YURIDIS TENTANG PENGATURAN BISNIS RITEL PADA PERDAGANGAN ECERAN (RETAIL ACT) DI KABUPATEN JEMBER”**.

### **1.2 Ruang Lingkup**

Berdasarkan latar belakang di atas, dengan tujuan untuk membatasi ruang lingkup kajian agar terdapat kesatuan arah dan arti serta memberikan kepastian pada permasalahan yang diteliti. Maka penulisan skripsi ini mengambil permasalahan yang terjadi dalam kaitannya aspek hukum dagang khususnya bidang bisnis ritel pada perdagangan eceran yang terdapat di daerah Jember sebagai lokasi penelitian.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang akan di bahas sebagai berikut:

1. Apakah ketentuan hukum yang berlaku sudah memadai dalam bisnis ritel di Indonesia?
2. Bagaimana perlindungan hukum yang diberikan bagi para pelaku bisnis ritel?
3. Hambatan-hambatan apa yang terjadi dalam penegakan peraturan pada bisnis ritel?

## **1.4 Tujuan Penulisan**

Penulisan skripsi ini memiliki dua tujuan, yaitu tujuan utama dan tujuan khusus. Kedua tujuan tersebut dijabarkan sebagai berikut:

### **1.4.1 Tujuan Umum**

1. Memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Hukum pada Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Jember.
2. Guna kepentingan ilmu pengetahuan dan para praktisi hukum, khususnya pada bidang bisnis ritel agar dapat dijadikan pedoman untuk memahami dan menyelesaikan permasalahan yang terjadi di masyarakat.

### **1.4.2 Tujuan Khusus**

1. Untuk mengkaji dan menganalisis apakah ketentuan hukum yang berlaku sudah memadai dalam bisnis ritel di Indonesia.
2. Untuk mengkaji dan menganalisis terhadap perlindungan hukum yang diberikan bagi para pelaku bisnis ritel.
3. Untuk mengetahui hambatan-hambatan yang terjadi dalam penegakan peraturan pada bisnis ritel.

## **1.5 Metode Penulisan**

Metodologi adalah usaha menemukan, mengembangkan, dan menguji kebenaran suatu pengetahuan, usaha mana dilakukan dengan menggunakan metode-metode ilmiah (Sutrisno Hadi, 2002:04). Karya tulis ilmiah yang baik harus memenuhi syarat-syarat, yaitu: memiliki kebenaran, kepastian, tulisan yang dibuat bersifat obyektif, dan susunannya sistematis. Penulisan skripsi ini merupakan kajian dan analisis dari wawancara di lapangan serta kajian dan analisis literature. Selanjutnya ditarik kesimpulan untuk memperoleh pokok-pokok penyusunan skripsi ini. Penulis akan menjabarkan metodologi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:





### 1.5.1 Pendekatan Masalah

Pendekatan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah metode pendekatan yuridis normatif, yaitu pendekatan dengan menganalisis dan mengkaji ketentuan-ketentuan hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku yang mengatur hal-hal yang menjadi permasalahan yang akan dibahas. Metode pendekatan diatas digunakan dengan mengingat bahwa permasalahan yang diteliti berkisar pada peraturan perundang-undangan yaitu peraturan satu dengan peraturan lainnya serta kaitannya dengan penerapan dalam praktek (R. H. Soemitro, 1990:97).

### 1.5.2 Bahan Hukum

Bahan hukum yang dipergunakan untuk penyusunan skripsi ini, yaitu:

#### 1. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan-bahan hukum yang mengikat yang terdiri dari Keputusan Bersama Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri Nomor 145/MPP/Kep/5/97 dan Nomor 57 Tahun 1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan, dan peraturan dasar serta peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan bidang yang akan dikaji berdasarkan permasalahan yang ada.

#### 2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum skunder adalah bahan-bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer seperti hasil-hasil penelitian, literature, wawancara, buku-buku, majalah, artikel, dan data-data penunjang lainnya yang mendukung pembahasan terhadap masalah yang disusun dalam skripsi ini.

#### 3. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan-bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, seperti kamus, ensiklopedia, internet, dan lain-lain (Soerjono Soekanto, 1985:14).

### 1.5.3 Metode Pengumpulan Bahan Hukum

Metode pengumpulan bahan hukum yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini, yaitu:

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan ini digunakan untuk mencari konsepsi-konsepsi, teori-teori, pendapat-pendapat ataupun penemuan-penemuan yang berhubungan erat dengan pokok permasalahan. Kajian pustaka dilakukan dengan mengkaji dan menganalisis peraturan perundang-undangan yang berlaku saat ini, karya ilmiah para sarjana, serta buku-buku yang berkaitan dengan bisnis ritel di Indonesia.

b. Studi Lapangan

Studi lapangan merupakan cara memperoleh data yang bersifat primer. Hal ini akan diusahakan untuk memperoleh data-data dengan mengadakan tanya jawab (wawancara) dengan pihak yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas. Yaitu Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Penanaman Modal, Matahari, dan Pasar Tanjung di Kabupaten Jember (R. H. Soemitro, 1990:98).

### 1.5.4 Analisis Bahan Hukum

Analisis bahan hukum menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif adalah suatu metode untuk memperoleh gambaran singkat tentang permasalahan dengan tidak didasarkan pada angka-angka, tetapi didasarkan analisis yang telah diuji dengan ketentuan-ketentuan dan peraturan-peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan permasalahan yang ada (R. H. Soemitro, 1990:138). Bahan Hukum yang telah dikaji dan dianalisis yang dimulai dari suatu permasalahan yang bersifat umum menuju permasalahan yang bersifat khusus atau dari hal-hal yang bersifat umum ke hal-hal yang bersifat khusus. Selanjutnya ditarik suatu kesimpulan yang bersifat deduktif (Burhan Ashofa, 1998:15).



## BAB II

### FAKTA, DASAR HUKUM DAN LANDASAN TEORI

#### 2.1 Fakta

Fakta yang dipaparkan pada skripsi ini adalah Kompas yang memberitakan bahwa pada tanggal 24 Oktober 2005 para pedagang tradisional mengeluh dan mengadu ke Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Jember. Hal ini sebagai akibat kehadiran perusahaan ritel swalayan yang justru dikhawatirkan dapat mematikan usaha pengelola Pasar Tradisional yang telah dirintis sejak bertahun-tahun. Karena itu, sejumlah pedagang tradisional dari Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember datang ke DPRD Jember untuk mengadukan nasib.

Sekitar 8 (delapan) orang yang mewakili puluhan bahkan ratusan pedagang tradisional yang mengajukan keberatan jika Indomaret atau Alfamart masuk ke kecamatan Arjasa. Salah satu wakil pedagang tradisional yang diterima Komisi A dan Komisi B DPRD Jember menyatakan untuk menjadikan usaha seperti saat ini membutuhkan waktu bertahun-tahun.

Berdasarkan analisis ekonomi, usaha yang dilakukan oleh pengelola Pasar Tradisional sebenarnya sulit bisa seperti ini sebab tenaga kerja dan sejumlah biaya variabel tidak harus dimasukkan sebagai bagian dari modal. Sebelum pada tanggal 20 Juli 2005 menjelang dibukanya usaha Indomaret di kecamatan Arjasa beberapa warga sudah menyampaikan surat keberatan kepada bupati. Namun hingga saat itu belum mendapat tanggapan yang sebagaimana diharapkan, malah sekarang warga mendapatkan jawaban dengan pembangunan swalayan pada siang dan malam hari. Hal inilah yang kemudian menimbulkan kecemburuan kepada warga sekitar. Masalah ini sebenarnya sudah disampaikan kepada camat Arjasa, tetapi tidak bisa memutuskan karena sudah ada tanda tangan persetujuan dari warga, kepala desa setempat.

Wakil Ketua Komisi A DPRD Jember Mohammad Jufrida mengatakan, pemerintah Kabupaten Jember sebaiknya bisa membatasi keberadaan perusahaan pasar ritel agar jangan sampai menjamur ke pelosok desa atau kecamatan. Jika

setiap kecamatan ada perusahaan sejenis, hal itu akan dapat mematikan pedagang tradisional yang telah merintisnya sejak bertahun-tahun. Faktor yang menjadi penyebabnya ialah mereka tidak mampu bersaing di harga, apalagi jika masuk ritel ada anggapan gengsi pembeli menjadi naik.

Kompas pada tanggal 30 Nopember 2005 memberitakan adanya proyek pembangunan mall atau pertokoan di lokasi perumahan elite Mandiri Land Jember, terpaksa harus dihentikan Satuan Polisi Pamong Praja Pemerintah Kabupaten Jember. Pemberhentian itu disebabkan manajemen Mandiri Land tidak memiliki izin untuk mendirikan bangunan. Alasan itu diungkapkan oleh Kepala Satpol PP Pemkab Jember Gatot Purwanto di kantornya. Proyek sebesar itu memang masih belum memiliki izin mendirikan bangunan (IMB), *Hider Ordonantie (HO)*. Atau tidak melanggar Undang-Undang Gangguan dan Persetujuan Prinsip.

Mandiri Mall dibangun di dalam kawasan Mandiri Land yang menurut rencana didirikan di areal seluas sekitar 26 hektar. Namun, belum lama ini mendapat protes dari warga sekitar karena berani menutup saluran irigasi yang menuju areal persawahan. Segel untuk menghentikan pekerjaan sudah disampaikan kepada para pekerja sehingga mereka tidak dibenarkan untuk melanjutkannya.

Mendirikan suatu bangunan memang harus memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan oleh Undang-Undang, misalnya IMB dari pemerintah daerah setempat. Pemberian ijin dari suatu bangunan yang seperti dipaparkan di atas tidak hanya harus memperoleh ijin seperti bangunan biasa, tetapi juga harus memiliki syarat-syarat untuk mendirikan usaha pasar modern.

Hal ini disebabkan Mall merupakan salah satu bentuk pasar modern yang tidak boleh mematikan pelaku usaha lainnya, yang sama-sama di bidang ritel. Pelaku usaha itu diantaranya pasar tradisional maupun toko-toko serta warung-warung yang berada di kawasan pembangunan Mandiri Mall.



## 2.2 Dasar Hukum

Dasar hukum yang digunakan sebagai landasan yuridis, yaitu:

1. Kitab Undang-Undang Hukum Dagang:
  - a. Pasal 59  
Bursa perdagangan adalah tempat para pedagang, juragan kapal, makelar, kasir dan orang-orang lain yang bersangkutan-paut dengan perdagangan. Hal ini diselenggarakan berdasarkan kekuasaan Menteri Keuangan.
  - b. Pasal 60  
Dari perundingan-perundingan dan kesepakatan-kesepakatan yang diadakan pada bursa disusunlah ketentuan-ketentuan kurs-kurs wesel, harga barang-barang dagangan, asuransi-asuransi dan muatan kapal laut dan darat, obligasi dalam dan luar negeri, dana-dana, dan surat-surat berharga lainnya yang dapat digunakan untuk menetapkan kurs. Kurs-kurs atau harga-harga yang bermacam-macam itu disusun menurut peraturan atau kebiasaan setempat.
  - c. Pasal 61  
Jam mulai diadakan dan berakhirnya bursa, dan segala sesuatu yang berkenaan dengan ketertibannya yang baik diatur oleh Menteri Keuangan sebagai peraturan tersendiri.
2. Keputusan Bersama Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri Nomor 145 / MPP / Kep / 5 / 97 dan Nomor 57 Tahun 1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan.
3. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 261 / MPP / Kep / 7 / 1997 tentang Pembentukan Tim Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan Pusat.
4. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 420 / MPP / Kep / 10 / 1997 tentang Pedoman Penataan Pasar dan Pertokoan.
5. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 107 / MPP / Kep / 2 / 1998 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pemberian Izin Usaha Pasar Modern.
6. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23 / MPP / Kep / I / 1998 tentang Lembaga-lembaga Usaha Perdagangan:

a. Pasal 1 Angka (1)

Perdagangan adalah kegiatan jual-beli barang dan / atau jasa yang dilakukan yang dilakukan secara terus-menerus dengan tujuan pengalihkan hak atas barang dan / atau jasa dengan disertai imbalan atau kompensasi.

b. Pasal 1 Angka (2)

Perdagangan adalah perorangan atau badan usaha yang melakukan kegiatan perniagaan/ perdagangan secara terus-menerus dengan tujuan memperoleh laba.

c. Pasal 1 Angka (3)

Lembaga Perdagangan, adalah suatu institusi / badan yang berbentuk perorangan atau badan usaha baik sebagai Eksportir, Importir, Pedagang Besar, Pedagang Pengecer, ataupun lembaga-lembaga perdagangan lain yang sejenis, yang di dalam tatanan pemasaran barang dan / atau jasa, melakukan kegiatan perdagangan dengan cara memindahkan barang atau jasa baik langsung maupun tidak langsung dari produsen sampai pada konsumen.

d. Pasal 1 Angka (7)

Pedagang Pengecer (Retailer), adalah perorangan atau badan usaha yang kegiatan pokoknya melakukan penjualan secara langsung kepada konsumen akhir dalam partai kecil.

e. Pasal 1 Angka (34)

Toko Serba Ada (Departement Store), adalah toko skala besar untuk melakukan penjualan berbagai macam barang.

f. Pasal 1 Angka (37)

Toko Swalayan (*Self Service Store*), adalah toko yang melakukan penjualan barang-barang dengan tidak menggunakan bantuan pelayanan.

g. Pasal 1 Angka (39)

Mall / Super Mall / Plaza, adalah tempat atau bangunan (toko) dalam skala besar untuk perdagangan, rekreasi, restoran dan sebagainya yang diperuntukkan bagi kelompok, perorangan, perusahaan atau koperasi untuk melakukan penjualan barang-barang dan / atau jasa.



h. Pasal 1 Angka (40)

Pertokoan (*Shopping Centre*), adalah suatu wilayah lingkungan / tempat / bagian pertokoan dimana terdapat bangunan toko-toko sepanjang tepi jalan dan atau wilayah lain yang dapat dijangkau oleh transportasi dan masyarakat, dan ditetapkan oleh Pemerintah Daerah sebagai daerah pertokoan yang pengelolaannya dilakukan secara mandiri oleh Pedagang Kecil dan Menengah, dan Koperasi, dimana tata pelayanannya dapat menggunakan, cara pelayanan modern dan teknologi maju antara lain swalayan.

i. Pasal 1 Angka (41)

Pasar adalah tempat bertemunya pihak penjual dan pihak pembeli untuk melaksanakan transaksi dimana proses jual beli terbentuk, yang menurut kelas mutu pelayanan dapat digolongkan menjadi Pasar Tradisional dan Pasar Modern, dan menurut sifatnya pendistribusiannya dapat digolongkan menjadi Pasar Eceran dan Pasar Perkulakan / Grosir.

j. Pasal 1 Angka (42)

Pasar Modern, adalah pasar yang dibangun oleh Pemerintah, Swasta, atau Koperasi yang dalam bentuknya berupa Mall, Supermarket, *Departement Store*, dan *Shopping Centre* dimana pengelolanya dilaksanakan secara modern, dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan, bermodal relatif kuat, dan dilengkapi label harga yang pasti.

k. Pasal 1 Angka (43)

Pasar Tradisional, adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Swasta, Koperasi atau Swadaya Masyarakat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda, yang dimiliki/dikelola oleh Pedagang Kecil dan Menengah, dan Koperasi, dengan usaha skala kecil dan modal kecil, dan dengan proses jual beli melalui tawar-menawar.

l. Pasal 1 Angka (45)

Pasar Eceran, adalah pasar tempat dilakukannya usaha perdagangan dalam partai kecil.

m. Pasal 1 Angka (46)

Pasar Swalayan (*Super Market*), adalah pasar yang kegiatan usahanya menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari secara langsung kepada konsumen dengan teknik pelayanan konsumen itu sendiri.

n. Pasal 3 Ayat (1)

Termasuk sebagai Pedagang Pengecer (*Retailer*) adalah Agen Pabrik dan Agen Penjualan, Agen Pembelian, Agen Penjualan Pemegang Merek, Pemasok (*Supplier*), Dealer Pengecer, dan Pengecer Tanpa Toko.



o. Pasal 3 Ayat (2)

Pedagang Pengecer (Retailer), sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibedakan menjadi Pedagang Pengecer Skala Kecil dan Pedagang Pengecer Skala Besar.

a) Pedagang Pengecer Skala Kecil harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- 1) memiliki modal usaha di luar tanah dan bangunan tempat usaha tidak lebih dari Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah);
- 2) hanya mempekerjakan beberapa orang atau dikerjakan oleh pemilik sendiri dan keluarganya.

b) Pedagang Pengecer Skala Besar harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- 1) memiliki modal usaha di luar tanah dan bangunan tempat usaha sekurang-kurangnya Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah);
- 2) menggunakan teknologi pemasaran dan pelayanan modern;
- 3) menguasai gudang secukupnya sesuai dengan komoditi yang diperdagangkan;
- 4) menerapkan manajemen modern dalam pengelolaan usahanya.

p. Pasal 7 Ayat (1)

Pedagang Pengecer dapat mempekerjakan sebanyak-banyaknya 3 (tiga) orang tenaga asing yang berlatar belakang pendidikan Sarjana (S1) atau yang setara dengan S1 dan berpengalaman kerja sekurang-kurangnya 3 (tiga) tahun di bidang dimana ia akan ditempatkan sebagai pembantu teknis (*technical assistant*).

q. Pasal 7 Ayat (2)

Untuk setiap tenaga kerja asing yang dipekerjakan oleh Pedagang Pengecer sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Pedagang Pengecer tersebut diwajibkan juga untuk mempekerjakan sekurang-kurangnya 3 (tiga) orang tenaga kerja Indonesia sebagai tenaga ahli atau tenaga administratif.

## 2.3 Landasan Teori

### 2.3.1 Pengertian Umum Perdagangan

Perdagangan atau perniagaan pada umumnya ialah pekerjaan memberi barang dari suatu tempat atau pada suatu waktu dan menjual barang itu ditempat lain atau pada waktu yang berkaitan dengan maksud memperoleh keuntungan. Pada zaman modern ini, perdagangan adalah pemberian kepada produsen dan konsumen untuk membelikan dan menjualkan barang-barang yang memudahkan dan meminjamkan pembelian dan penjualan (C.S.T. Kansil, 1994:01).



Kegiatan perdagangan yang utama ialah membawa barang-barang dari produsen ke tempat-tempat konsumen (pemakai) atau dari tempat yang mempunyai kelebihan persediaan ke tempat-tempat yang kekurangan. Kegiatan ini merupakan penanggulangan jarak diantara produsen dan konsumen atau diantara tempat yang mempunyai kelebihan persediaan ke tempat yang kekurangan persediaan (Iting Partadireja, 1978:04).

Perdagangan dapat dikelompokkan dari pelbagai aspek:

1. menurut cara-cara menjual barangnya
  - a. perdagangan besar, yaitu yang menjualnya barang semata-mata kepada pedagang-lagi (distributor, dealer, dan pedagang-pedagang eceran, tidak langsung kepada konsumen. Orangny disebut pedagang besar.
  - b. perdagangan kecil, yaitu yang menjualnya barang langsung kepada konsumen. Orangny disebut pedagang kecil atau pedagang eceran.
2. menurut batas-batas tempat berdagang
  1. perdagangan lokal, yang hanya berdagang dalam satu pulau atau dalam satu bagian pulau.
  2. perdagangan inter-insuler, yang melakukan perdagangan antar pulau (dalam wilayah Indonesia).

Perdagangan lokal dan inter-insuler disebut perdagangan dalam negeri.
3. perdagangan luar negeri, terdiri dari:
  - a. perdagangan impor, yang membeli barang dari luar negeri (orangny disebut importir)
  - b. perdagangan ekspor, yang menjual barang ke luar negeri (orangny disebut eksportir)
  - c. perdagangan transito, yaitu yang mendatangkan barang dari luar negeri untuk dijual lagi ke luar negeri atau pedagang meneruskan.
3. perdagangan dengan tenggat waktu
  - a. perdagangan *op levering* (perdagangan dengan penyerahan).
  - b. Perdagangan *termijn* (perdagangan yang tidak memerlukan penyerahan).

4. cara memperoleh dan menyebarkan barangnya
  - a. perdagangan mengumpul (*collecterend*), ialah yang membeli barang secara berangsur-angsur, mengumpulkan dan menyediakan
  - b. perdagangan menyebarkan (*distribuerend*), ialah perdagangan menjual barang ke konsumen, setelah melalui pengangkutan dan penyediaan
5. menurut barangnya
  - a. perdagangan barang, contoh: perdagangan kopi, perdagangan kapok, dan lain-lain
  - b. perdagangan surat-surat berharga, contoh: perdagangan wesel, perdagangan efek, dan lain-lain (Iting Partadireja, 1978:01).

### 2.3.2 Pengertian Perdagangan Eceran (Retail Act)

Pengertian perdagangan eceran (*retail act*) menurut bahasa kata ritel atau retail berarti eceran atau perdagangan eceran, dan peritel atau retailer diartikan sebagai pengecer atau pengusaha perdagangan eceran. Menurut kamus, kata retail ditafsirkan sebagai "*selling of goods and or services to the publics*"; atau penjualan barang dan atau jasa kepada khalayak (Manser, dalam Asep ST Sujana, 2005:11).

Berman dan Evans (dalam Asep ST Sujana, 2005: 11) mengartikan kata retail dalam kaitan retail management sebagai "*those business activities involved in the sale of goods and services to consumers for their personal, family, or household use*" atau keseluruhan aktivitas bisnis yang menyangkut penjualan barang dan jasa kepada konsumen untuk digunakan oleh mereka sendiri, keluarga, atau rumah tangganya. Davidson (dalam Asep ST Sujana, 2005: 12) memberikan definisi tentang retail sebagai; "*business establishment that derives over 50% of total sales volume to ultimate consumers whose motive of purchase is for personal or family use*" atau suatu institusi atau kegiatan bisnis yang lebih dari 50% dari total penjualannya merupakan penjualan kepada konsumen akhir yang motivasi belanjanya adalah untuk kepentingan pribadi atau keluarganya.

Kedua definisi tentang pengertian bisnis ritel yang patut diperhatikan adalah:



1. Penjualan kepada *end user* (konsumen akhir)
2. Motivasi pembelian konsumen adalah untuk kepentingan sendiri (termasuk keluarganya) dan tidak untuk dijual kembali, atau paling tidak lebih dari separuh penjualannya adalah kepada konsumen untuk kepentingannya sendiri seperti yang diungkapkan Davidson.

Beberapa pengertian atau definisi tentang aktivitas bisnis ritel ternyata tidak hanya sekedar merupakan penjualan barang dalam arti fisik, tetapi juga meliputi penjualan jasa. Contohnya penjualan tiket pesawat, wartel, warnet, dan sebagainya juga tercakup dalam kategori bisnis ritel. Penjualan jasa tersebut merupakan penjualan "*real services*". Jasa-jasa yang menyertai penjualan barang (*complementary services*) juga termasuk didalamnya, yaitu layanan pesan antar (*delivery services*), jaminan (*guarantee/warranty*), dan fasilitas kredit (penggunaan kartu kredit) dan atau leasing, contohnya: Sumber Kredit, Columbia, dan lain-lain (Asep ST Sujana, 2005:12).

Pengertian bisnis ritel jika dikaitkan dengan tempat dilakukannya aktivitas penjualan maka tidak hanya mencakup digunakannya sebuah toko (*shop/store*), tetapi juga mencakup aktivitas serupa yang tidak menggunakan tempat khusus dalam proses jual-beli. Contohnya *mail order* (layanan pesan barang via surat/telepon), dan *diret selling* (penjualan dari rumah ke rumah atau berdasarkan keanggotaan *multi level marketing*). Berdasarkan pengertian bisni ritel mereka juga merupakan bagian bentuk lain dari entitas bisnis ritel (Asep ST Sujana, 2005:13).

Penjual partai besar (*grosir*) atau *wholesaler*, dan bahkan pabrikan (*manufacture*) dapat pula berlaku sebagai *retailer*, jika mereka juga melakukan penjualan barang dan jasanya kepada konsumen akhir secara langsung. Contohnya adalah konsep *retailing Makro* dan *Goro* yang memposisikan diri sebagai *wholesaler*, namun juga melayani konsumen akhir. Selain itu, konsep *factory outlet* merupakan contoh nyata bagi *manufacture* yang melakukan penjualan langsung kepada konsumen akhir (*Bata Factory Outlet, Metro Factory Outlet*, dan sebagainya). Bisnis ritel mempunyai fungsi dalam rantai distribusi sebagai tahap akhir proses distribusi dengan dilakukannya penjualan langsung kepada konsumen



akhir. Retailer juga berperan sebagai penghimpun berbagai kategori atau jenis barang yang menjadi kebutuhan konsumen sehingga konsumen menjadikan toko ritel sebagai tempat rujukan untuk mendapatkan (*to choose, to find*) barang yang dibutuhkannya (Asep ST Sujana, 2005:13).

Bisnis ritel berperan sebagai penentu eksistensi barang dari *manufacture* di pasar konsumsi (*consumption market*), dan dengan demikian *manufacture* dan distributor memiliki ketergantungan yang besar terhadap entitas bisnis ritel. Seperti pada umumnya bisnis lainnya, bisnis ritel juga berupaya untuk mendapatkan margin keuntungan dari proses distribusi barang/jasa, retailer juga sangat tergantung pada pasokan (*supply*) barang dari *manufacture* dan atau distributor (Asep ST Sujana, 2005:14).

Tingkat keuntungan yang maksimum dari retailer merupakan hasil dari *positioning* yang *optimum retailer* tersebut di pasar konsumen dan di pasar sumber barang/jasa (*resources market*). Dan dari kemampuannya untuk beroperasi seefisien mungkin dalam keseimbangan proses distribusi (Asep ST Sujana, 2005:15).

### 2.3.3 Pengertian Pasar Modern Dengan Pasar Tradisional

Pengertian pasar mempunyai beberapa arti jika ditinjau dari sudut pandang yang berbeda, yaitu:

1. Pasar dalam arti "tempat", yaitu tempat bertemunya para penjual dan pembeli. Contohnya Pasar Tanah Abang, Pasar Baru, Pasar Glodok di Jakarta. Pasar Beringharjo di Yogyakarta, Pasar Wonokromo di Surabaya, Pasar Tanjung, Pasar Arjasa, Pasar Tanggul di Jember. Contoh lainnya adalah "Pasar Jongkok" di Jakarta, yang mengharuskan pembeli berjongkok untuk melihat barang sebelum bertransaksi karena penjual menggelar barangnya hanya di atas tanah beralaskan plastik atau lainnya.
2. Pasar dalam arti "interaksi permintaan dan penawaran". Contohnya selain pembeli dan penjual yang harus ada, tetapi adanya kebutuhan dan pasokan barang/jasa, seperti dalam istilah pasar modal terdapat aktivitas jual-beli saham (dalam pecahan-pecahan tertentu). Contoh yang lainnya pasar barang



bekas yang terdapat barang kebutuhan barang murah, yang biasanya berupa barang bekas dan adanya banyak pasokan barang bekas. Dalam contoh barang bekas ini, bisa terdapat suatu pasar dalam arti tempat yang menjadi ajang bertemunya pembeli dan penjual barang bekas.

3. Pasar dalam arti "sekelompok anggota masyarakat yang memiliki kebutuhan dan daya beli". Pengertian ini merujuk pada dua kata kunci "kebutuhan" dan "daya beli". Orang-orang dengan kebutuhan terhadap barang tertentu belum disebut sebagai pasar jika mereka tidak dapat membeli barang dimaksud meskipun harganya hanya dua puluh ribu rupiah. Sebaliknya, ada orang-orang lain yang mempunyai uang dua tiga ratus ribu rupiah di kantongnya tetapi karena tidak ada kebutuhan barang itu, tidak juga menjadi pasar. Jadi, pasar dalam pengertian ketiga ini adalah orang-orang yang menginginkan sesuatu barang dan ada kemampuan membeli (Hendri Ma'ruf, 2005:04).

Pemakaian kata pasar akan mengacu pada ketiga pengertian di atas secara bergantian, tergantung pada konteks kalimatnya. Pasar yang dimaksud disini lebih banyak mengacu pada pengertian yang pertama, dan dalam beberapa penggunaan akan mengacu pada pengertian yang kedua dan ketiga (Hendri Ma'ruf, 2005:05).

Pengertian tentang pasar juga terdapat pada Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 420 / MPP / Kep / 10 / 1997 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan menyatakan pasar adalah tempat bertemunya pihak penjual dan pihak pembeli untuk melaksanakan transaksi dimana proses jual beli terbentuk, yang menurut kelas mutu pelayanan dapat digolongkan menjadi pasar Tradisional dan Pasar Modern dan menurut sifat pendistribusiannya dapat digolongkan menjadi Pasar Eceran dan Pasar Perkulakan/Grosir.

Penjelasan diatas merupakan beberapa pengertian pasar pada umumnya. Selanjutnya perlu dijelaskan tentang pengertian pasar tradisional dan pasar modern yang diatur dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 420 / MPP / Kep / 10 / 1997 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan dinyatakan yang dimaksud dengan:



Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi atau swadaya masyarakat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda, yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, dan koperasi dengan skala kecil dan model kecil dan dengan proses jual beli melalui tawar-menawar (Lampiran Kep. Menperindag RI No. 420/MPP/Kep/10/1997).

Pasar Modern adalah pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, atau koperasi yang dalam bentuknya berupa Mall, Supermarket, Departemen Store, dan Shopping Centre dimana pengelolaannya dilaksanakan secara modern, dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan, bermodal relatif kuat, dan dilengkapi label harga yang pasti (Lampiran Kep. Menperindag RI No. 420/MPP/Kep/10/1997).

#### **2.3.4 Perbedaan Pasar Modern Dengan Pasar Tradisional**

Perbedaan pasar modern dengan pasar tradisional mencakup dalam beberapa aspek yang perlu dijelaskan, diantaranya:

##### **1. Gerai**

Gerai dalam segala bentuknya berfungsi sebagai tempat pembelian barang dan jasa, yaitu dalam arti konsumen datang ke gerai untuk melakukan transaksi belanja dan membawa pulang barang atau menikmati jasa. Peritel atau pengecer adalah orang yang menjual barang atau jasa secara eceran kepada masyarakat sebagai konsumennya. Peritel memiliki jumlah gerai yang bervariasi, mulai dari satu gerai sampai dengan beberapa gerai. Kata "gerai" merujuk pada tempat di mana seseorang dapat membeli barang atau jasa dan merupakan terjemahan dari kata outlet.

Gerai itu terdiri dari gerai modern pada format pasar modern dan gerai tradisional pada format pasar tradisional. Peritel besar yang memiliki usaha berbentuk perusahaan dengan melakukan kegiatan perdagangan ritel dalam skala yang besar, mempunyai gerai besar dan sekaligus gerai kecil. Perusahaan perdagangan ritel besar dapat memiliki format bervariasi dari yang terbesar (perkulakan) hingga yang terkecil (minimarket). Contohnya kelompok Salim yang memiliki gerai perkulakan yaitu Indogrosir, pasar swalayan yaitu Lion



Supermarket, Specialty Store yaitu Charmant, dan minimarketnya Indomaret dan CeriaMart. Kata “perkulakan” banyak menimbulkan kerancuan karena ada peritel yang menggunakannya untuk praktik perdagangan ecerannya. Tetapi bagi masyarakat umum, hal ini tidak menjadi masalah, yang penting bagi mereka adalah kesempatan berbelanja.

#### a. Pasar Modern

Pasar modern ditunjukkan juga dengan adanya gerai modern. Gerai modern mulai beroperasi awal 1960-an di Jakarta. Arti modern di sini adalah penataan barang menurut keperluan yang sama dikelompokkan di bagian yang sama yang dapat dilihat dan diambil langsung oleh pembeli, penggunaan alat pendingin udara, dan adanya pramuniaga profesional. Salah satu contoh gerai modern adalah Departemen Store, yang pertama di Jakarta adalah Sarinah. Dasawarsa 1960-an belum mengenal *customer service*. Modernisasi bertambah meluas pada dasawarsa 1970-an. Supermarket mulai diperkenalkan pada dasawarsa ini. Konsep *one-stop shopping* mulai dikenalkan pada dasawarsa 1980-an yang kemudian menjadi populer di awal 1990-an. Istilah pusat belanja mulai populer digunakan untuk menggantikan kata *one-stop shopping*. Banyak orang yang mulai beralih ke gerai modern seperti pusat belanja ini untuk berbelanja. Dasawarsa 1990-an adalah era diperkenalkan konsep belanja supercenter dan hypermarket kepada masyarakat Jakarta. Kalau Supercenter berasal dari Amerika Serikat, contohnya Wal Mart, maka hypermarket berasal dari Perancis, contohnya Carrefour. Supercenter menjual 30.000-an item barang (*product item*), sedangkan hypermarket menjual 50.000-an item barang. Jumlah item barang yang sedemikian besar, terbesar dari seluruh jenis gerai yang ada di muka bumi, menjadikan hypermarket mampu mengaplikasikan konsep one-stop shopping secara nyata. Menjelang pergantian ke dasawarsa berikutnya, istilah-istilah asing yang berkaitan dengan bisnis ritel mulai bermunculan. Format gerai modern yang masih asli dalam istilah asingnya dipakai, meniru apa yang ada di luar negeri. Hal ini dipengaruhi utamanya faktor globalisasi, khususnya dari Amerika Serikat. Contohnya *factory outlet* dan distro (*distribution outlet*).



Jenis-jenis gerai bermunculan di Indonesia pada tahun 2004, diantaranya:

1. *Minimarket*; terjadi pertumbuhan sebanyak 1.800 buah selama 10 tahun sampai tahun 2004. Luas ruang minimarket adalah antara 50 m<sup>2</sup> hingga 200 m<sup>2</sup>.
2. *Convenience Store*; gerai ini mirip minimarket dalam hal produk yang dijual, tetapi berbeda dalam hal harga, jam buka, luas ruang, dan lokasi. *Convenience Store* ada yang buka 24 jam dengan luas ruang antara 200 m<sup>2</sup> hingga 450 m<sup>2</sup> dan berlokasi di tempat yang strategis. Sebagian produknya sedikit lebih mahal daripada yang dijual minimarket.
3. *Specialty Store*; sebagian masyarakat lebih menyukai belanja di toko di mana pilihan produk tersedia lengkap sehingga tidak harus mencari lagi di toko lain. Keragaman produk disertai harga yang bervariasi dari yang terjangkau hingga yang premium membuat specialty store unggul. Contohnya Electronic City dan Automall.
4. *Factory Outlet*.
5. *Distro (Distribution Outlet)*.
6. *Supermarket*; sebanyak 700 buah berdiri dalam kurun 10 tahun sampai tahun 2002. Supermarket kecil mempunyai luas ruang antara 300 m<sup>2</sup> sampai 1.100 m<sup>2</sup>, sedangkan supermarket besar mempunyai luas ruang antara 1.100 m<sup>2</sup> sampai 2.300 m<sup>2</sup>.
7. *Departemen Store*; gerai jenis ini mempunyai ukuran luas ruang yang beraneka, mulai dari beberapa ratus m<sup>2</sup>, hingga 2.000 m<sup>2</sup> – 3.000 m<sup>2</sup>.
8. *Perkulakan/Gudang Rabat/Warehouse Club*.
9. *Superstore*; mulai 2.300 m<sup>2</sup> sampai 4.700 m<sup>2</sup>.
10. *Hypermarket*; luas ruang di atas 5.000 m<sup>2</sup>.
11. *Pusat Belanja* yang terdiri atas dua macam: *Mall* dan *Trade Center*. *Mall* memuat banyak gerai mulai dari toko (*store*) biasa sampai supermarket, departemen store, amusement center, dan foodcourt. *Trade Center* mirip mall tetapi tidak memiliki ruang publik seluas mall dan biasanya tidak tersedia departemen store dan amusement center.



## b. Pasar Tradisional

Gerai tradisional menunjukkan tempat tumbuh dan berkembangnya pasar tradisional. Gerai tradisional adalah gerai yang telah lama beroperasi di negeri ini, yaitu berupa: warung, toko, dan pasar. Warung biasanya berupa bangunan sederhana yang permanen (tembok penuh) semi permanen (tembok setinggi 1 meter disambung papan sebagai dinding), atau dinding kayu seluruhnya. Warung menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari. Menurut penelitian AC Nielsen, selama 10 tahun sampai tahun 2002, telah tumbuh 1 juta warung yang kebanyakan di luar kota besar dengan omzet rata-rata Rp 100.000,- per hari. Terdapat gerai yang jauh lebih murah daripada warung dan bersifat mobil (bergerak), yaitu gerobak, dimana profesi orangnya disebut sebagai "pedagang keliling". Tergolong kelompok pedagang keliling adalah pedagang kaki lima (yang merupakan terjemahan dari istilah yang aslinya dalam bahasa Belanda). Toko adalah format gerai tradisional yang bentuk dan penataan interiornya lebih baik daripada warung yang menjual produk-produk tahan lama (misalnya alat elektronik). Toko barang kebutuhan sehari-hari dikenal dengan julukan lama "toko kelontongan" atau disebut *grocery store* dalam bahasa Inggris. Terdapat banyak ragam toko sesuai dengan barang jualan mereka. Toko yang menjual emas disebut toko emas. Toko tekstil berarti toko yang menjual bahan pakaian. Tetapi, gerai yang menjual jasa tidak disebut sebagai toko jasa, misalnya: bengkel, binatu, pangkas rambut, rumah makan, dan penginapan. Sebagian besar gerai tersebut kini lebih populer dengan istilah asingnya, yaitu laundry, barber shop, restoran, dan hotel/motel. Toko, juga warung, dapat berdiri sendiri tanpa ada toko atau warung lain di dekatnya dan dapat berkumpul bersama toko lain dan/atau warung. Pasar adalah pusat belanja versi tradisional. Di setiap kota, ibukota kecamatan, sampai pada tingkat desa, pasar dapat diketemukan. Dalam suatu pasar tersedia berbagai gerai dengan segala macam produk yang diperlukan masyarakat, dari barang kebutuhan sehari-hari hingga produk tahan lama (tempat tidur, televisi). Pasar terdiri atas kios-kios di bagian dalam dan toko-toko di bagian luarnya yang menghadap jalan. Untuk pasar di desa, jajaran toko biasanya disambung



dengan jajaran warung. Karena itu, pasar di desa dan juga pasar di kecamatan akan terdiri atas kombinasi kios, warung, dan toko. Pada tingkat desa, pasar hanya ditemukan satu saja. Ini karena satu pasar melayani seluruh masyarakat desa. Pasar yang lebih besar dan biasanya lebih lengkap daripada pasar di desa adalah pasar yang terletak di ibukota kecamatan. Karena itu, warga dari pelosok desa yang ingin barang tertentu harus pergi ke pasar kecamatan yang dijual di toko, bukan di kios. Sementara itu, pasar di kota yang juga adalah ibukota kabupaten selain lengkap dengan segala kebutuhan pokok masyarakat, juga menyediakan produk yang tergolong premium untuk ukuran masyarakat desa, misalnya bahan pakaian jenis tertentu yang mahal. Mereka mencari barang dimaksud bukan ke dalam pasar melainkan ke toko yang berlokasi di bagian depan pasar atau di sekitarnya (Hendri Ma'ruf, 2005:72).

## 2. Persaingan antar format- Tradisional dan Modern

Persaingan yang terjadi adalah persaingan tipikal antara satu perusahaan ritel dan perusahaan ritel lainnya dalam format yang sama, misalnya hypermarket dan supermarket. Tetapi persaingan itu meluas, tidak saja antara perusahaan yang sama-sama memiliki hypermarket, atau antara supermarket melawan supermarket, atau minimarket melawan minimarket, tetapi juga antara hypermarket melawan supermarket, supermarket melawan minimarket, dan seterusnya. Terdapat pengecualian, yaitu persaingan yang kecil, khususnya di kota kecil dan di pedesaan, antara sebuah pasar tradisional dan pasar tradisional lainnya. Ini terjadi karena pasar tradisional melayani suatu wilayah pemukiman pada tingkat kota kecil, kecamatan, atau kelurahan (Hendri Ma'ruf, 2005:47).

Pasar tradisional di sebuah desa/kelurahan lebih kecil atau kurang lengkap dibandingkan pasar tradisional di sebuah kecamatan. Pasar di kecamatan biasanya dikitari toko-toko. Hal serupa ditemui di kota. Pasar tradisional berdiri di titik tengah suatu wilayah sehingga akan memudahkan masyarakat dari segala penjuru pada wilayah layanan pasar itu untuk datang. Sehingga suasana persaingan antara satu pasar tradisional dan pasar tradisional lainnya sangat minim. Dalam istilah pemasaran ritel, pasar tradisional di kecamatan dan desa memiliki *captive market* karena hukum gravitasi (terdekat dari rumah konsumen) atau hukum spatial.



Hanya sedikit saja penduduk yang rumahnya lebih dekat ke suatu pasar tradisional berbelanja ke pasar tradisional lainnya (Hendri Ma'ruf, 2005:47).

Gerai-gerai modern lainnya seperti departemen store dan drugstore, termasuk dalam lingkungan format modern. Dari gambaran persaingan antar format antar perusahaan tersebut, dapat dilihat salah satu peluang, yaitu pemilik toko dan warung yang berminat beralih format ke minimarket.

### 3. Fasilitas-fasilitas yang ditawarkan oleh masing-masing pelaku bisnis ritel pada pasar modern dan pasar tradisional

Fasilitas-fasilitas yang diberikan kepada konsumen antara pasar modern dengan pasar tradisioanal sangat berbeda satu dengan yang lainnya. Pasar modern menawarkan adanya kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan. Salah satu bentuk pasar modern, yaitu hypermarket. Empat kunci yang ditawarkan oleh hypermarket dalam menarik konsumennya untuk berbelanja, yakni kekuatan konsep hypermarket mengandalkan luas tempat (area) penjualan 4.000 – 15.000 m<sup>2</sup>. Dengan luas area penjualan tersebut, hypermarket dapat leluasa mengaplikasikan konsep menjual segala barang (*selling everything under one roof*) yang menjadi kecenderungan konsumen memasuki abad ke-21 ini.

*Space for one stop shopping* juga menjual barang semurah mungkin (*selling at the lowest price*), produk atau barang dengan kualitas tinggi (*product at high quality*) dan perhatian khusus kepada konsumen (*customer focused*) pun menjadi kekuatan hypermarket. Luas area penjualan cukup memungkinkan untuk menggabungkan konsep penjualan format ritel supermarket, departement store dan discount store, sehingga hypermarket mampu menjual segala sesuatu (*total meechandise*) keperluan konsumen (*total solution services*). Barang-barang lengkap yang ditunjang oleh sistem logistik bagus (*supply chain*) untuk melakukan sistem pembelian dalam volume yang besar menjadi kunci hypermarket untuk menjual barang sebanyak dan semurah mungkin. Hypermarket dapat mendikte para pemasoknya untuk menentukan harga (SWA, No.25/XX, 2004:59).

Besarnya volume barang yang dibeli dan dijual pada waktu bersamaan memungkinkan menjual barang semurah mungkin (*les margin at high turn over*).



Konsep penjualan "*lowest price every day*" bukan lagi suatu slogan, tetapi menjadi praktik sehari-hari yang mendorong konsumen mengkonsumsi barang semaksimal mungkin (*customer impuls*) di satu pihak dan menciptakan kompetisi baru dalam industri ritel di pihak lain untuk meningkatkan daya saing, efisiensi dan inovasi. Konsekuensi luas tempat penjualan dan harga yang murah mendorong produsen melipatgandakan produksinya, sehingga barang-barang yang dipajang di toko menjadi terjual (SWA, No.25/XX, 2004:59).

Hypermarket menjual barang dengan kualitas bagus dan baru. Barang-barang yang usang akan tersingkir secara otomatis di rak-rak (*out for shelves*) toko, digantikan stok baru. Apa yang dilakukan hypermarket tersebut semata-mata untuk memberi pelayanan kepada konsumen yang sifatnya bukan lagi individual, melainkan multi-dividual, yakni memberi pelayanan, memenuhi dan memuaskan konsumen satu demi satu (*one to one consumer*). Namun, kekuatan hypermarket tersebut dapat berdiri kokoh apabila ditunjang adanya integrasi unsur-unsur pokok yang bergerak secara dinamis ke seluruh pelosok dunia, yakni (1) barang jualan (*product*), (2) peralatan (*materials*), (3) sistem informasi, (4) sumber daya manusia, dan (5) keuangan (SWA, No.25/XX, 2004:59).

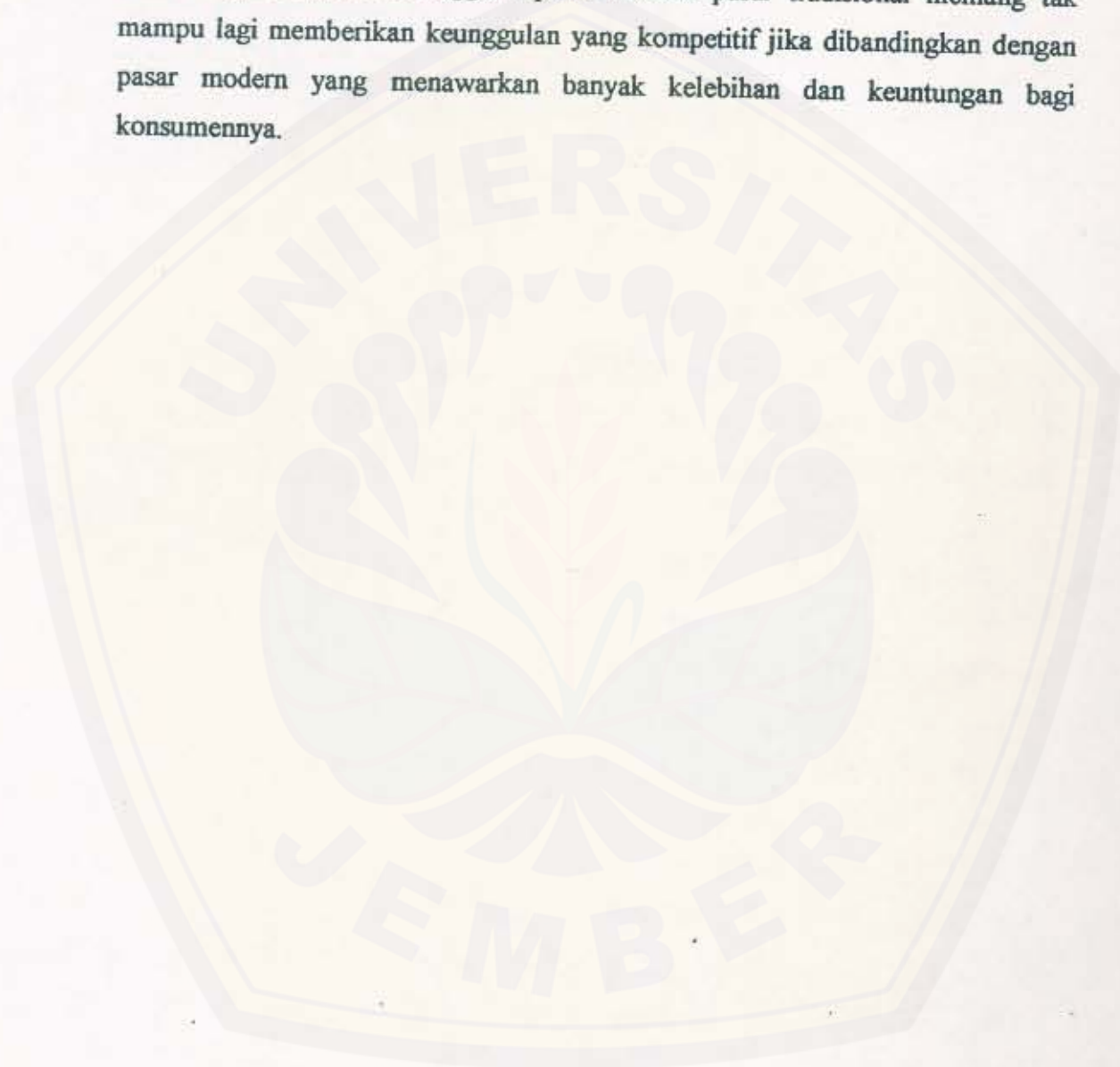
Fasilitas-fasilitas yang ditawarkan oleh pasar tradisional sangat minim sekali adanya. Pada beberapa pasar tradisional memang masih ada yang memiliki keunggulan kompetitif, yang tidak kalah dengan pasar modern. Keunggulan yang dijumpai diantaranya barang-barang yang dijual memiliki kualitas yang sangat bagus yang tidak bisa didapatkan di tempat lain. Contohnya sayur-sayuran. Tetapi memang diakui atau tidak pasar tradisional yang ada di Indonesia sebagian besar tersingkirkan oleh semakin bermunculannya pasar modern dengan berbagai bentuknya.

Hal ini disebabkan oleh banyak faktor yang mempengaruhinya, antara lain: pasar tradisional yang dulunya memiliki harga yang relatif murah, kenyataannya sekarang menjadi lebih mahal. Kondisi pasar yang tidak bersih, lantai yang becek dan suasana yang berbau tidak enak. Pasar tradisional juga mempunyai waktu operasional yang terbatas. Lokasi yang kurang strategis menyebabkan konsumen kesulitan untuk mendatangnya. Barang yang ditawarkan



juga kurang jika dibandingkan dengan pasar modern. Mustahil, seorang wanita yang bekerja di perusahaan terkemuka meluangkan waktu pada jam kantor untuk ke pasar becek.

Mereka jelas akan memilih hypermarket ataupun supermarket, yang masih buka selepas kantor. Sehingga dapat dikatakan pasar tradisional memang tak mampu lagi memberikan keunggulan yang kompetitif jika dibandingkan dengan pasar modern yang menawarkan banyak kelebihan dan keuntungan bagi konsumennya.



### **BAB III**

#### **PEMBAHASAN**

#### **3.1 Ketentuan Hukum Yang Berlaku Dalam Bisnis Ritel Di Indonesia**

##### **3.1.1 Peraturan Yang Dijadikan Dasar Dalam Operasionalisasi Bisnis Ritel**

Bisnis ritel dalam perkembangannya dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang sangat pesat. Bisnis ritel yang terus tumbuh tersebut tidak terlepas dari pertumbuhan berbagai bidang pembangunan lainnya. Jumlah penduduk yang sangat besar memerlukan barang dan jasa yang sangat besar pula. Pasar ritel yang tumbuh secara nasional tidak hanya akan menguntungkan peritel besar atau produsen barang ritel tetapi juga menguntungkan para peritel kecil. Para peritel kecil yang dimiliki oleh berjuta-juta penduduk Indonesia.

Bidang yang mempengaruhi pertumbuhan bisnis ritel adalah adanya perkembangan demografi. Jumlah penduduk Indonesia terus bertambah menyebabkan semua barang dan jasa meningkat. Komposisi penduduk menurut usia yang berubah, contohnya harapan hidup yang meningkat, membuat ragam produk juga mengikuti, baik dalam jumlah maupun jenis. Pertumbuhan ekonomi secara umum dan sektor-sektor ekonomi secara khusus mempunyai dampak langsung yang segera. Pertumbuhan ekonomi yang meningkat, contohnya dari 4,5% menjadi 6% membuka lapangan kerja baru yang cukup besar. Meskipun untuk tahun ini pertumbuhan secara nasional mengalami penurunan atau tidak memenuhi target yang direncanakan oleh pemerintah.

Bisnis ritel yang mempunyai peranan sangat besar tersebut tentu membutuhkan peraturan perundang-undangan untuk mengaturnya. Hal ini, agar terjadi sinergi dan hubungan yang saling menguntungkan dari para pelaku ritel yang ada. Jika melihat peraturan perundang-undangan yang ada sekarang ini di Indonesia maka tidak akan ditemukan semacam undang-undang yang menjadi payung bagi usaha bisnis ritel. Namun demikian, karena bisnis ritel merupakan bidang yang berhubungan dengan persaingan masa depan, maka bisnis ritel tidak boleh sama sekali tidak ada aturannya.



Peraturan yang dijadikan dasar dalam bisnis ritel adalah Keputusan Bersama Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri Nomor 145 / MPP / Kep / 5 / 97 dan Nomor 57 Tahun 1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan.

Dalam Keputusan Bersama Menteri Perindustrian dan Perdagangan dengan Menteri Dalam Negeri ini dijabarkan tentang para pelaku bisnis ritel, diantaranya:

- a. Pasar, dibagi dalam 2 (dua) kelompok, yaitu:
  1. Pasar Tradisional yang didalamnya terdapat Pasar Desa, Pasar Kecamatan, serta bentuk-bentuk pasar lainnya.
  2. Pasar Modern yang terdiri dari Mall, Supermarket, Departement Store, Shopping Centre, dan Waralaba.
- b. Pedagang Kecil dan Menengah, yaitu pedagang yang melakukan kegiatan usaha kecil sebagaimana dimaksud Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil dan Peraturan dan Perundangan yang ditetapkan kemudian.
- c. Pertokoan, yaitu suatu wilayah lingkungan / tempat / bagian / pertokoan dimana terdapat bangunan toko-toko sepanjang tepi jalan atau wilayah lain yang dapat dijangkau oleh transportasi dan masyarakat, dan ditetapkan oleh peraturan daerah sebagai daerah pertokoan.

Peraturan yang mengatur penataan dan pembinaan pasar dan pertokoan juga memiliki tujuan yang penting, yaitu melakukan pemberdayaan Pedagang Kecil dan Menengah supaya menjadi pelaku usaha yang tangguh, maju dan mandiri dalam mngisi percepatan hasil pembangunan. Di samping tujuan kejelasan kewenangan dalam pengaturan, pembinaan, pengembangan, dan pengendalian pasar dan pertokoan.

Menteri Dalam Negeri mempunyai peranan untuk melakukan pembinaan terhadap penataan dan pembangunan pasar dan pertokoan. Kewenangan ini memang cocok dengan kedudukan Menteri Dalam Negeri yang membawahi para kepala daerah di seluruh Indonesia. Pembinaan terhadap penataan dan pembangunan pasar dan pertokoan tidak dapat dilakukan secara tersentralisasi ke pusat. Tetapi perlu adanya pelimpahan wewenang yang diberikan kepada kepala



daerah. Kepala daerah yang memimpin sebuah propinsi atau pun kepala daerah yang memimpin sebuah kabupaten / kota lebih mengetahui situasi dan kondisi masyarakat yang menjadi rakyatnya. Sehingga pembinaan terhadap penataan dan pembinaan pasar dan pertokoan akan lebih efektif demi kesejahteraan bersama.

Disamping Menteri Dalam Negeri juga diatur peranan Menteri Perindustrian dan Perdagangan yaitu mengatur, membina, dan mengembangkan kegiatan usaha perdagangan di pasar dan pertokoan dan Pedagang Kecil dan Menengah termasuk kemitraan agar mampu berkembang secara tangguh, maju dan mandiri. Departemen Perindustrian dan Perdagangan sebagai suatu institusi di bawah presiden yang memang bertugas dalam sektor perekonomian pada umumnya dan bidang industri serta perdagangan pada khususnya diharapkan mampu memberikan keadilan yang utuh terhadap para pelaku usaha yang bergerak di bidang perdagangan eceran (*retail act*) di Indonesia. Hal ini harus ditunjukkan dengan tidak hanya mengurus dan memperhatikan peritel-peritel yang memiliki modal yang besar, misalnya: Matahari Departement Store, Alfa Toko Gudang Rabat, Hero Supermarket, bahkan Hypermart, Giant, dan lain-lain. Tetapi harus membantu dan lebih membina pemilik toko, warung, maupun para pemilik usaha dagang yang terdapat di pasar tradisional. Pembinaan dapat dilakukan baik itu dalam bentuk pemberian modal, pelatihan manajemen yang baik, dan pengaturan yang memberikan perlindungan terhadap para pelaku usaha tersebut. Karena pada kenyataannya pasar tradisional dalam wujud warung, toko, pasar memiliki pangsa pasar 73,8% dari pasar ritel nasional. Jumlah gerai yang dimiliki oleh peritel tradisional sebanyak 1.745.589 gerai yang tersebar di seluruh tanah air.

Keputusan Bersama Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri tersebut apabila diteliti lebih mudah akan dijumpai pengaturan yang berkaitan dengan pasar modern. Pasal yang mengaturnya, yaitu pasal 4, yang berbunyi:

- (1). Lokasi Pasar Modern berada di Ibukota Propinsi Daerah Tingkat I ditetapkan berdasarkan Rencana Tata Ruang Wilayah Kota (RTRWK);



- (2). Penetapan lokasi Pasar Modern di Daerah Tingkat II yang perkembangan kota dan tingkat ekonominya sangat pesat dan berlokasi di luar Ibukota Propinsi Daerah Tingkat I harus memperoleh ijin secara khusus dari Menteri;
- (3). Keberadaan Pasar Modern sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan (2) wajib ikut menumbuhkembangkan kegiatan usaha Pasar Tradisional dan Pengusaha Kecil dan Menengah melalui kemitraan;
- (4). Terhadap Pasar Modern yang sudah ada sebelum keputusan Bersama ini dikeluarkan, ketentuan pada ayat (3) harus dipenuhi secara bertahap, disamping harus mempertimbangkan kondisi dan perkembangan sosial ekonomi masyarakat setempat.

Pengaturan terhadap kehadiran pasar modern memang perlu lebih ditata dan diawasi. Guna mengatasi adanya dampak negatif atas kehadiran pasar modern. Tujuan yang lain agar para pedagang kecil dan menengah, koperasi, serta pasar tradisional dapat tumbuh dan berkembang dengan memanfaatkan peluang yang ada.

Pertumbuhan pasar modern di kota-kota diseluruh Indonesia yang sangat pesat telah menimbulkan persaingan ketat yang mendesak keberadaan pedagang kecil dan menengah yang bernaung di bawah pasar tradisional, karena semakin lama semakin terjepit. Gambaran ini dapat dilihat di salah satu kota di Jawa Barat, berdasarkan data dari Studi Akademika Bandung yang dipublikasikan pada bulan Februari 2003, dikatakan ekspansi para peritel mengganggu pengecer kecil. Turunya omzet pengecer kecil 49% disebabkan oleh hadirnya supermarket, 54% karena hadirnya departement store, dan 80% karena pengaruh kehadiran minimarket. Penurunan omzet pedagang kecil paling menonjol di tiga wilayah, yakni Bekasi 39%, Karawang 41%, dan Bandung merosot sampai 85%. Sektor yang omzetnya menurun adalah yang menjual sembako turun 44%, pakaian turun 49%, makanan dan minuman turun 30%, dan elektronik 42%.

Anggota Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Pande Radja Silalahi menyatakan, pada era tahun 1999, pasar tradisional mengalami penciutan 9,2 %, sedangkan minimarket mengalami peningkatan 2%. Sementara pada tahun 2002, pangsa pasar supermarket mengalami penciutan, yang sebelumnya mengalami peningkatan sebesar 7,1% dengan berkembangnya bisnis



ritel hypermarket yang merupakan jenis format yang lebih besar jika dibandingkan supermarket yang sudah ada.

### **3.1.2 Peranan Peraturan Daerah (Perda) Sebagai Landasan Operasionalisasi Bisnis Ritel Yang Berada Di Kabupaten Jember**

Berdasarkan Keputusan Bersama Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri Nomor 145 / MPP / Kep / 5 / 97 dan Nomor 57 Tahun 1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan, yang terdapat pada pasal 3 ayat (3), berbunyi sebagai berikut:

“Pemerintah Daerah menetapkan lokasi pasar dan pertokoan”.

Sehingga dengan demikian pemerintah daerah memiliki peranan yang cukup penting dalam regulasi bisnis ritel. Dalam kaitan ini, pemerintah daerah melalui peraturan daerah (perda) memberikan suatu pengaruh terhadap terciptanya sinergi diantara para pengusaha pasar modern dengan pedagang kecil dan menengah, koperasi serta pasar tradisional.

Pasar modern yang terdiri dari Mall, Supermarket, Departement Store, dan Shopping Centre berkembang dengan pesat sampai ke daerah tingkat II di luar ibukota Propinsi. Pada kenyataannya sekarang ini tumbuhnya kurang terkoordinasi sehingga apabila tidak diarahkan lebih awal akan mengakibatkan tergesurnya pedagang kecil dan menengah, koperasi, dan pasar tradisional. Peraturan daerah inilah yang memiliki peran dalam pembentukan Rencana Tata Ruang Wilayah Kota (RTRWK) dan Rencana Detail Tata Ruang Wilayah Kota (RDTWK) yang serasi dan memenuhi syarat dasar dari penataan lokasi kegiatan yang ditentukan dalam suatu perkotaan sehingga dapat membantu terwujudnya upaya pengembangan pedagang kecil dan menengah, koperasi, dan pasar tradisional.

Kabupaten Jember yang memiliki banyak pusat-pusat perdagangan eceran (*retail act*) baik yang berbentuk pasar modern maupun pasar tradisional belum mempunyai Peraturan Daerah (Perda) yang dikeluarkan oleh Pemerintah Kabupaten Jember guna mengatur bidang bisnis ritel tersebut. Padahal sudah banyak terjadi gejolak yang terjadi dalam masyarakat sebagai akibat bermunculannya minimarket-minimarket yang dibangun sampai ke tingkat



kecamatan. Contohnya: penolakan berdirinya Indomaret di Arjasa (wawancara dengan Bapak Drs. Agus Nur Abadi, sebagai Kasi Perdagangan Dalam Negeri pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Penanaman Modal Kabupaten Jember, 23 Desember 2005).

Menurut pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Penanaman Modal Kabupaten Jember, Supratigto, (Kompas, 09 Desember 2005) meski para pedagang tradisional menolak menjamurnya pengusaha ritel yang mendirikan berbagai pusat belanja baik itu dalam bentuk minimarket bahkan supermarket di berbagai kecamatan, pemerintah Kabupaten Jember tidak mampu berbuat banyak untuk menghalangi kehadirannya. Penolakan bisa dilakukan bila masyarakat sekitar tidak memberi persetujuan untuk mendapatkan ijin mendirikan bangunan atau ijin gangguan.

Memang, dilihat di lapangan dan jika hal ini terus dibiarkan dengan tidak adanya Peraturan Daerah yang mengatur perkembangan minimarket atau pun supermarket maka peritel-peritel lain seperti pedagang kecil dan menengah, koperasi, dan pasar tradisional akan semakin terdesak serta lama-kelamaan akan mati usahanya. Alasan-alasan yang disampaikan oleh pejabat di pemerintah daerah menunjukkan kurang ada kepedulian terhadap nasib para pelaku usaha kecil yang menggantungkan hidupnya pada bidang perdagangan ini. Karena pada kenyataannya ijin-ijin yang dijadikan dasar pendirian suatu minimarket hanyalah formalitas belaka. Sebab banyak juga terjadi, para pemilik toko tradisional tidak pernah dimintai ijin tentang berdirinya minimarket di lingkungannya.

Ketidakmampuan bersaing, peraturan yang kurang memihak, serta perhatian yang juga kurang kian mengancam keberadaan pasar-pasar tradisional. Kondisi serupa juga terjadi di kota-kota besar lain di Jawa Timur. Bahkan, kemungkinan dalam waktu tidak terlampau lama lagi akan merambah kota-kota kecil, jika melihat agresivitas perkembangan pusat-pusat belanja atau pasar modern. Pengusaha memang sangat jeli membidik peluang dan kesempatan, bahkan tidak menunggu atau mencari, tetapi menciptakan peluang sendiri. Larangan kehadiran pasar modern di lingkup daerah tertentu diterobos melalui model minimarket atau supermarket dalam kapasitas yang lebih kecil contoh:

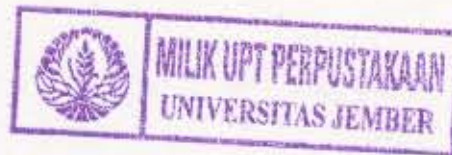


Indomaret dan Alfamart. Kini makin banyak minimarket hadir di permukiman-permukiman yang jauh dari pusat kota, baik yang berbentuk *franchise* atau waralaba maupun milik perseorangan. Penampilannya yang menarik dengan harga agak miring membuat orang suka untuk mendatanginya ([www.solocybernews.com](http://www.solocybernews.com)).

Kehadiran bisnis ritel atau eceran modern semacam hypermarket, supermarket, department store, serta pusat grosir atau kulakan memang tak terelakkan sebagai bagian dari kemajuan dan perkembangan zaman. Kini belanja bukan lagi sekadar kegiatan membeli barang-barang yang dibutuhkan, melainkan juga rekreasi. Untuk memenuhi fungsi di luar transaksi tersebut penampilan dan penataan yang menarik menjadi suatu tuntutan. Menghadapi serbuan bisnis eceran modern yang makin menyesak harus ada upaya memperbaiki penampilan pasar tradisional yang selama ini dicitrakan becek, kumuh, semrawut, dan tidak ada kepastian harga. Pemerintah kota dan kabupaten harus berlomba-lomba mempercantik pasar tradisional. Pemerintah kota dan kabupaten dapat bekerja sama dengan investor dalam merenovasi atau membangun kembali pasar tersebut. Jika melihat kejadian di kota dan kabupaten yang sudah melakukan hal tersebut diatas dijumpai berbagai persoalan sebagian besar berbuntut kurang baik, karena banyak pedagang lama yang tersingkir akibat tidak mampu membeli kios baru. Ada pula pedagang yang memilih berjualan di luar kompleks pasar, karena di dalam tidak laku, terutama di pasar yang bangunannya lebih dari satu lantai.

Persoalan tersendiri yang mesti dituntaskan oleh investor, pemerintah daerah, dan pedagang. Bagaimanapun dan apa pun yang terjadi bisnis eceran tradisional, khususnya yang berbentuk pasar tradisional, toko atau pun warung perlu diberi hak hidup agar tidak mati secara perlahan-lahan akibat desakan bisnis ritel modern. Pertimbangan utamanya adalah di sana ada pelaku-pelaku ekonomi kecil yang jumlahnya dominan dalam sistem perekonomian kita, yakni para pedagang kecil. Jangan sampai mereka pun gulung tikar satu demi satu bersamaan dengan kebangkrutan pasar, tempatnya mencari penghidupan. Di sinilah keberpihakan para penentu kebijakan dibutuhkan. Tidak mungkin menghadang dan mencegah bisnis eceran modern untuk berkembang, karena keberadaannya





juga menjadi suatu kebutuhan masyarakat, walaupun tidak dalam persentase besar, yakni kalangan menengah ke atas. Pengaturan dan penegakan peraturanlah yang diperlukan, agar bisnis eceran tradisional juga bisa tumbuh dan hidup berdampingan dengan bisnis eceran modern ([www.solocybernews.com](http://www.solocybernews.com)).

### **3.2 Perlindungan Hukum Yang Diberikan Bagi Para Pelaku Bisnis Ritel**

#### **3.2.1 Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Bisnis Ritel Yang Lebih Kecil**

Hukum *an sich* (murni/teorinya) dapat dilihat dan dikaji dari berbagai perspektif; dari segi legalistik-positivistik, dari segi fungsional, dan dari segi apa yang dinamakan *law in action*. Berbicara mengenai bisnis ritel, baik dewasa ini maupun mengenai persaingan bebas masa depan, sangat perlu bahkan mendesak, kalau memang belum ada, undang-undang payung terutama dalam melindungi bisnis retail dalam negeri. Dalam pada itu bisnis retail modern tidak boleh sama sekali mematikan, bahkan memarginalkan usaha tradisional pun, seyogyanya tidak boleh. Oleh karena itu, kalau memang belum ada, badan legislatif harus diberi masukan untuk membentuk dan menata semacam undang-undang payung yang menyangkut bisnis ritel, maka segala keputusan dari berbagai Menteri maupun dari Gubernur, setidak-tidaknya dapat dicegah inkonsistensi dan apakah itu oligopoli atau monopoli secara terselubung (J.E. Sahetapy, dalam [www.khnonline.com](http://www.khnonline.com)).

Persoalan yang tak pernah selesai dikaji adalah sampai seberapa jauh koperasi dapat berperan dalam bisnis retail. Koperasi dalam pengamatan para pakar dan mereka yang berkecimpung dalam dunia perekonomian disebut sekedar sebagai hiasan dinding belaka. Pada hal dalam Undang-Undang Dasar 1945 institusi koperasi masih tetap terpancang dengan jelas. Undang-undang induk atau undang-undang payung mengenai bisnis retail perlu mengawasi agar tidak diciptakan semacam diskriminasi dalam bentuk yang bagaimanapun. Sebab sekali diskriminasi dibenarkan dan dibiarkan, maka itu berarti pula semacam pelecehan ataupun perkosaan terhadap konstitusi 1945.

Berdasarkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23 / MPP / Kep / I / 1998 tentang Lembaga-lembaga Usaha Perdagangan: Pasal 3 Ayat (2)



“Pedagang Pengecer (Retailer), sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibedakan menjadi Pedagang Pengecer Skala Kecil dan Pedagang Pengecer Skala Besar.

- a). Pedagang Pengecer Skala Kecil harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:
  - 1) memiliki modal usaha di luar tanah dan bangunan tempat usaha tidak lebih dari Rp. 200.000.000.- (dua ratus juta rupiah);
  - 2) hanya mempekerjakan beberapa orang atau dikerjakan oleh pemilik sendiri dan keluarganya.
- b). Pedagang Pengecer Skala Besar harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:
  - 1) memiliki modal usaha di luar tanah dan bangunan tempat usaha sekurang-kurangnya Rp. 200.000.000.- (dua ratus juta rupiah);
  - 2) menggunakan teknologi pemasaran dan pelayanan modern;
  - 3) menguasai gudang secukupnya sesuai dengan komoditi yang diperdagangkan;
  - 4) menerapkan manajemen modern dalam pengelolaan usahanya”.

Mengkaji penggolongan / pembagian antara pedagang pengecer skala kecil dan pedagang pengecer skala besar maka dijumpai banyak perbedaan antara keduanya. Perlindungan hukum yang diberikan kepada pelaku bisnis ritel kecil harus lebih diprioritaskan karena mereka jumlahnya berjuta-juta yang mempekerjakan rakyat banyak. Pedagang pengecer skala kecil merupakan tipe bisnis yang paling banyak jumlahnya dengan ukuran toko umumnya di bawah 100 m<sup>2</sup>, mulai kios atau toko di pasar tradisional sampai dengan minimarket, yang dimiliki secara individual.

Pengecer kecil tidak mungkin dapat bersaing secara langsung dengan pengecer besar. Karena pengecer kecil yang diwujudkan dalam toko tradisional atau warung dan sejenisnya tidak mampu bersaing dengan supermarket, departemen store, atau juga minimarket yang didirikan oleh perusahaan induk yang mampu menawarkan barang-barang jauh lebih murah. Belum lagi, kenyamanan toko yang *self service*, berpendingin udara, hingga iming-iming undian hadiah. Disamping itu, selisih harga juga tidak hanya ratusan perak, namun hingga ribuan rupiah. Hal itu terutama terjadi pada barang-barang produksi pabrik, seperti biskuit, minuman dalam kemasan, detergen, susu, sabun, dan berbagai jenis produk lainnya. Sehingga dapat dipastikan konsumen dipastikan



akan kabur ke minimarket. Minimarket pelan tetapi pasti telah menggeser pengecer kecil yang memiliki toko tradisional mereka.

Berdasarkan kenyataan seperti diatas, diperlukan kebijakan dari pemerintah. Hukum persaingan memberikan wewenang kepada pemerintah untuk mengatur kebijakan persaingan terhadap bisnis ritel. Memang, hukum persaingan usaha menetapkan, bahwa setiap pelaku usaha mempunyai hak dan kesempatan yang sama untuk masuk ke pasar tertentu di wilayah Indonesia. Artinya, setiap pelaku usaha bebas masuk, hambatan masuk pasar Indonesia hampir tidak ada lagi, tetapi tidak berarti bahwa pemerintah Indonesia memberi kebebasan sebebas-bebasnya kepada setiap pelaku usaha membuka usahanya, di mana dia mau yang menurutnya sangat strategis bagi usahanya ([www.sinarharapan.com](http://www.sinarharapan.com)).

Pemerintah berhak dan berwenang mengatur pemberian izin usaha (lokasi) kepada setiap pelaku usaha untuk tetap menjamin terselenggaranya persaingan usaha yang sehat, kondusif dan *fair*. Dalam kaitan itu sebagaimana Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 420 / MPP / Kep / 10 / 1997 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan yang pada intinya merupakan petunjuk pelaksanaan dalam rangka pengaturan, pembinaan, pengembangan, dan pengendalian Pasar Modern di Daerah Tingkat I dan Daerah Tingkat II melalui penataan lokasi dan pembangunan pasar dan pertokoan. Pola Kemitraan Pengusaha Pasar Modern dengan Pedagang Kecil dan Menengah, Koperasi, serta Pasar Tradisional, dan mengembangkan kegiatan usaha perdagangan di pasar dan pertokoan.

Ketentuan mengenai zonasi bagi pelaku usaha, hypermarket, supermarket, minimarket dan pengecer kecil perlu ditetapkan, karena khusus bagi bisnis ritel, lokasi sangat menentukan berhasil tidaknya bisnis ritel tersebut. Oleh karena itu, kita melihat Carrefour selalu memilih lokasi yang strategis, karena lokasi adalah unsur pemuasan konsumen (*fulfilment*) yang paling kritis.

Jadi, untuk tetap menjamin terselenggaranya persaingan di antara peritel, perlu ditetapkan ketentuan zonasi. Misalnya hypermarket dan supermarket diberi izin usaha di pinggiran kota yang juga dilalui oleh kendaraan umum. Dan untuk minimarket dapat diberi izin usaha di mal-mal dan di daerah penduduk, tetapi



bawah harga pokok (jual rugi) untuk menarik konsumen, maka Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) harus melakukan investigasi, dan kalau terbukti melanggar ketentuan pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang menyatakan pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan melakukan jual beli atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat, harus dijatuhi sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Seperti pengalaman di Jerman, Wal Mart dari AS menjual sebagian barang-barangnya di bawah harga pokok, di bawah harga jual supermarket dan minimarket yang lain, yang mengakibatkan supermarket dan minimarket tersebut tidak mampu bersaing. Berdasarkan hasil investigasi Badan Antimonopoli Jerman, maka pada 7 September 2000 Badan Antimonopoli Jerman menetapkan, bahwa Wal Mart menjual sebagian barang-barangnya di bawah harga pokok yang mengakibatkan pelaku usaha kecil dan menengah tidak mampu bersaing dengannya. Badan Antimonopoli Jerman menjatuhkan denda kepada Wal Mart tersebut dan melarang barang-barang tersebut dijual di bawah harga pokok lagi. Jadi, untuk menyelenggarakan persaingan usaha yang sehat bagi peritel, pemerintah menetapkan peraturan yang mengatur tentang bisnis ritel, dan pemerintah daerah yang menetapkan ketentuan zonasi (izin lokasi)-nya bagi hypermarket, supermarket, minimarket dan pengecer kecil ([www.sinarharapan.com](http://www.sinarharapan.com)).

Pemerintah pusat telah mengeluarkan aturan mengenai penataan pasar dan pertokoan melalui surat keputusan bersama (SKB) dua menteri, Menperindag dan Mendagri No 145/MPP/Kep/5/1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan. Sedangkan Pemerintah Daerah bertanggungjawab mengatur rencana tata ruang wilayah kota (RTRWK) termasuk pengaturan wilayah bagi pengembangan pasar tradisional, ritel skala kecil, menengah, dan besar. Permohonan Izin Prinsip pendirian pasar modern berada pada kepala daerah



dengan melampirkan rencana pendirian yang disertai dokumen pendukung dan rencana kemitraan dengan UKMK. Penerbitan izin tersebut itu juga harus mendapat pertimbangan dan rekomendasi dari tim yang dibentuk kepala daerah dengan keanggotaan dari dinas terkait, asosiasi pengusaha ritel yang diakui pemerintah serta pihak lain yang dianggap perlu. Kewenangan penerbitan Izin Usaha Pasar Modern (IUPM) berada di Menteri Perdagangan namun kewenangan itu dapat diserahkan ke kepala daerah setempat.

Pasar moderen atau toko modern baru dapat melakukan kegiatan usaha setelah memiliki IUPM. (Zainal Arifin, dalam [www.lkbnantara.com](http://www.lkbnantara.com)).

### **3.2.2 Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Bisnis Ritel Pada Pasar Tradisional**

Pasar Tradisional sebagai pusat perbelanjaan yang sudah ada sejak masa kerajaan-kerajaan Nusantara memegang peranan yang sangat penting dalam menopang kegiatan perekonomian bangsa Indonesia. Pasar yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang pada akhirnya membentuk suatu harga dijalankan oleh sebagian besar masyarakat.

Pada tahun 1970-an, masyarakat biasa menyaksikan tokoh-tokoh terkenal, seperti pejabat, pengusaha, artis, maupun penyiar televisi, berbelanja di pasar. Mereka tak segan-segan keluar-masuk kawasan pasar yang kini lebih dikenal sebagai pasar tradisional. Mereka pun dengan senang hati berbelanja sayuran, buah-buahan, ikan, daging, pakaian, peralatan rumah tangga dan kebutuhan lainnya. Sekarang ini, pemandangan seperti itu sangat jarang kita jumpai. Orang-orang terkenal atau para selebritis, pengusaha dan pejabat maupun anggota legislatif lebih suka berbelanja berbagai kebutuhan di hypermarket, supermarket maupun minimarket. Bahkan rakyat biasa pun kini makin banyak yang beralih ke tempat belanja yang disebut sebagai pasar modern itu. (Dharma, dalam [www.republika.com](http://www.republika.com)).

Pasar tradisional semakin sepi pengunjung ditambah dengan banyak ritel modern yang berdiri tak jauh dari pasar tradisional. Bahkan ada yang berdampingan atau menempel dengan pasar tradisional. Pasar tradisional makin



terdesak dan ditinggalkan pengunjungnya. Secara rata-rata, pengunjung pasar tradisional tinggal 40 persen. Bahkan sebagai contoh di Jakarta, ada sembilan pasar yang hampir punah. Konsumen berbondong-bondong beralih ke pasar modern. Pangsa pasar tradisional tinggal 40 persen, tergerus oleh pasar modern. Melihat kenyataan di atas, pemerintah perlu memberikan perhatian yang lebih adil terhadap pasar yang melibatkan belasan juta pedagang kecil tersebut.

Fakta lain juga menunjukkan pada tahun 70-an sampai awal 80-an, seluruh pembeli, kelas bawah hingga atas, belanja di pasar tradisional. Pertengahan 80-an sampai awal 90-an, mulai muncul pasar modern, seperti Golden Trully, Hero, Ramayana, dan Matahari. Sebagian pembeli beralih dari pasar tradisional ke pasar modern. Tahun 90-an merupakan booming pasar modern. Masyarakat pun berbondong-bondong ke pasar modern. Tahun 2000-an, pasar tradisional makin meredup. Apalagi dengan makin menjamurnya hypermarket. Sekitar 50-60 persen pangsa pasar tradisional terambil oleh pasar modern. Sisa yang 40 persen itulah yang saat ini masih diraih oleh pedagang tradisional, terancam oleh pasar modern yang makin menyebar di berbagai tempat. Dan setiap saat bisa makin berkurang, pasar tradisional makin terpukul (Asnawi, dalam [www.republika.com](http://www.republika.com)). Banyak penyebab dan persoalan yang melatarbelakanginya, salah satunya manajemen atau pengelolaan pasar yang tidak baik. Selain itu, kebijakan pemerintah yang tidak berpihak kepada para pedagang kecil yang berada di pasar tradisional. Pemerintah lebih condong kepada beberapa pedagang besar yang dimiliki baik oleh pemilik modal dalam negeri maupun pemilik modal asing dengan kepemilikan ritel modern mereka.

Globalisasi memang sebuah kenyataan yang tak bisa dihindari, misalnya masuknya para peritel asing ke Indonesia. Tetapi meskipun demikian, seharusnya hal itu tidak kebablasan. Jika kita membandingkan dengan kondisi perdagangan eceran (ritel) di negara tetangga Singapura hanya terdapat satu outlet Carrefour (Hypermarket yang berasal dari Perancis) dengan Jakarta yang memiliki 50 outlet pasar modern, baik hypermarket maupun supermarket jelas sangat bertolak belakang. Keberadaan mereka jelas mematikan pasar tradisional. Apalagi di tingkat lingkungan, kini sudah hadir minimarket yang dikembangkan oleh



perusahaan jaringan minimarket yang memiliki modal besar, yang menjadi pesaing berat warung-warung kecil.

Pedagang pasar tradisional merupakan salah satu tulang punggung perekonomian nasional, sebab melibatkan jutaan pedagang. Diperkirakan terdapat 24 ribu pasar di seluruh Indonesia, yang mencakup 12,6 juta pedagang. Pasar tersebut bervariasi, dari yang kecil, terdiri dari sekitar 200-500 pedagang, hingga yang besar seperti Tanah Abang dan Senen Jakarta yang memiliki anggota 10.000 sampai 20.000 pedagang.

Segmen pembeli memang jelas berbeda antara pasar tradisional dengan pasar modern yang berbentuk hypermarket, supermarket, departement store, minimarket, dan lain-lain. Rata-rata orang yang masuk pasar modern adalah kelas menengah ke atas, walaupun kini mulai banyak masyarakat kelas menengah ke bawah yang melirik pasar modern. Selain itu, pasar modern kondisinya berbeda. Jika dilihat dari sudut pandang konsumen, datang ke pasar modern tidak hanya untuk belanja, tapi juga rekreasi bersama dengan keluarga. Hal itulah yang tidak didapatkan di pasar tradisional. Kondisi pasar tradisional umumnya becek, kumuh, bahkan bau.

Salah satu langkah yang perlu diperbaiki untuk mengangkat kembali pasar tradisional adalah meningkatkan sarana dan prasarana pasar. Selain itu, peningkatan mutu SDM pasar tradisional perlu dilaksanakan. Pemerintah mempunyai peranan memperpendek mata rantai distribusi barang. Disamping itu pemerintah dapat membantu permodalan (dana murah) bagi para pedagang pasar tradisional. Dukungan pemerintah agar membantu peritel kecil karena persaingan dengan pasar modern tersebut berdampak pada pelaku ritel kecil atau tradisional. Pemerintah harus mendorong supaya para peritel kecil pada pasar tradisional memiliki ruang gerak yang memadai karena mereka lemah untuk menghadapi yang besar.

Makin terpuruknya pasar tradisional, tak lepas dari kebijakan pemerintah yang dinilai masih kurang tegas di bidang ritel, kelemahan berbagai regulasi di sektor ritel disebabkan belum adanya peraturan yang signifikan yang khusus mengatur, seiring dengan trend ritel yang dinamis dan penuh inovasi. Contohnya,



temuan-temuan KPPU atas terjadinya persaingan tidak sehat di industri ritel. Karena itu, KPPU mendesak pemerintah membuat UU Ritel untuk mengatasi persaingan usaha yang tidak sehat di sektor perdagangan ritel. KPPU siap memberi masukan bagi pemerintah jika diminta untuk mempersiapkannya. UU Ritel tersebut diharapkan mampu mengakomodasi berbagai permasalahan yang menyangkut ritel, mulai dari pengaturan persaingan antara pasar tradisional dengan pasar modern, pasar modern dengan pasar modern, dan persaingan sesama pasar tradisional. Pasar dalam bentuk apapun merupakan aktivitas usaha yang paling banyak melibatkan kegiatan usaha lainnya. Salah satu upaya mensejahterakan masyarakat adalah dari sistem pengaturan pasar yang dapat dikendalikan dan dikelola dengan baik. Pada waktu ini pemerintah sedang menyelesaikan penggodokan peraturan soal pasar yang akan dikeluarkan dalam bentuk Peraturan Presiden (Perpres) dan setelah itu direncanakan akan mengeluarkan peraturan menyangkut "hypermarket" (Tadjuddin, dalam [www.republika.com](http://www.republika.com)).

Bagaimanapun dan apa pun yang terjadi bisnis eceran tradisional, khususnya yang berbentuk pasar tradisional, perlu diberi hak hidup agar tidak mati secara perlahan-lahan akibat desakan bisnis ritel modern. Pertimbangan utamanya adalah di sana ada pelaku-pelaku ekonomi kecil yang jumlahnya dominan dalam sistem perekonomian kita, yakni para pedagang kecil. Jangan sampai mereka pun gulung tikar satu demi satu bersamaan dengan kebangkrutan pasar, tempatnya mencari penghidupan. Jika itu yang terjadi, akan menambah persoalan bangsa ini yang terus berputar dari satu krisis ke krisis lainnya, terutama di sektor ekonomi. Jumlah penganggur tentu meningkat dan berpotensi memunculkan masalah sosial beserta dampak ikutannya yang tentu tidak kita inginkan.

Pengaturan mengenai Pasar Tradisional yang ada sekarang ini masih berbentuk Peraturan Daerah (Perda). Sehingga peraturan-peraturan daerah antara daerah yang satu dengan yang lainnya berbeda. Sebagian besar Peraturan Daerah (Perda) tentang Pasar di Indonesia tidak mengatur batas yang tegas antara pasar modern dengan pasar tradisional, terutama berkait jenis dagangan yang



ditawarkan. Untuk barang tertentu, harganya lebih murah yang dijual pasar modern. Sebab mereka bisa memotong distribusi bahan sehingga cost-nya lebih murah. Jadi, untuk tetap menjamin terselenggaranya persaingan di antara peritel, perlu ditetapkan ketentuan zonasi. Misalnya hypermarket dan supermarket diberi izin usaha di pinggiran kota yang juga dilalui oleh kendaraan umum. Dan untuk minimarket dapat diberi izin usaha di mal-mal dan di daerah penduduk, tetapi ditetapkan jaraknya satu dengan yang lain, khususnya jaraknya dengan pengecer kecil dan pasar tradisional. Keberadaan pasar tradisional, selain memberdayakan perekonomian masyarakat kelas bawah, juga merupakan penyumbang pendapatan asli daerah. Pasar tradisional juga menjadi sarana untuk mempertahankan budaya, yang mana tidak didapatkan di pasar modern. Interaksi antarpenjual dan pembeli dengan tawar menawar harga yang dilakukan sungguh bisa menggugah rasa kemanusiaan warga sedangkan pasar modern selama ini lebih merupakan konsumsi masyarakat menengah ke atas.

Pengaturan zonasi yang dituangkan dalam bentuk perda selama ini, dalam penerapannya tidak sesuai dengan yang diharapkan. Hal itu menimbulkan keluhan dari pihak yang merasa dirugikan, seperti posisi pasar tradisional yang makin didekati oleh pasar modern. Penerapan sanksi denda, ganti rugi, bahkan sampai pencabutan izin jika terbukti terjadi pelanggaran masalah zonasi pasar modern. Bahkan sanksi bagi aparat pemerintah yang memberikan izin yang tidak sesuai dengan aturan perlu dilaksanakan dengan tegas, misalnya sanksi administratif (penundaan kenaikan pangkat, penundaan penerimaan gaji, dll) sampai dengan sanksi pemecatan pada aparat pemerintah.

### **3.3 Hambatan-hambatan Yang Terjadi Dalam Penegakan Peraturan Pada Bisnis Ritel**

#### **3.3.1 Hambatan-hambatan Yang Terjadi Dalam Penegakan Peraturan Pada Bisnis Ritel**

Penghambat dari penegakan peraturan pada bisnis ritel dapat ditinjau dari hal-hal sebagai berikut:

- 1. Badan-badan yang berwenang memberikan izin pada bisnis ritel.**



Bebicara mengenai bisnis retail ini, akan dijumpai falsafah yang buruk dari badan-badan yang memberi izin. Terlalu banyak meja dan lorong untuk mengurus izin sesungguhnya memberi indikasi bahwa dunia hukum kita sebetulnya tidak bersih, sehingga membuat falsafah, kalau dapat dibikin sulit kenapa harus dipermudah. Birokrasi yang kotor dan berbelit-belit, ujung-ujungnya semua orang sudah mengetahui. Sekali lagi, undang-undang payung harus disusun dan diberlakukan kalau itu memang belum ada. Tanpa itu akan timbul banyak kebijakan yang tidak bijak (J.E. Sahetapy, dalam [www.khnonline.com](http://www.khnonline.com)).

## 2. Peraturan yang dijadikan dasar operasinya perdagangan eceran (*retail act*).

Peraturan yang ada saat ini yaitu Keputusan Bersama Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri Nomor 145 / MPP / Kep / 1997 dan Nomor 57 Tahun 1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan. Peraturan ini sebenarnya memberi peluang kepada pedagang kecil. Namun peraturan ini tidak berjalan sebagaimana yang diharapkan. Banyak ketentuan-ketentuan yang sudah tidak diperhatikan dan hanya sekedar formalitas belaka yaitu terutama masalah perizinan pasar modern. Regulasi tentang masalah ritel sudah seharusnya dibuat untuk menghindari persaingan tidak sehat diantara pelaku bisnis ritel. Walaupun saat ini undang-undang tentang ritel tersebut masih dalam proses, pelaku bisnis ritel domestik tidak perlu merasa takut untuk bersaing, terutama dengan ritel asing yang masuk ke Indonesia.

Ke depan perlu kajian ulang terhadap peraturan daerah mengenai IMB, khususnya untuk bangunan yang akan dijadikan sarana komersial seperti hypermarket, mall, supermarket, departement store, dan lain-lain. Peraturan daerah yang dijadikan landasan yuridis dalam bentuk teknis untuk pendirian usaha pasar modern khususnya sangat mudah untuk direkayasa atau sangat lemah. Pemerintah perlu mengingat bahwa bila dalam permasalahan yang berkait dengan penyimpangan peraturan daerah, contohnya peraturan daerah mengenai luas maksimal pusat perbelanjaan di tengah kota yang diatasi dengan kebijakan akan muncul masalah lain. Pelanggaran terhadap peraturan daerah, misalnya, seolah-olah dapat dinafikan dengan kebijakan. Pada saat muncul permasalahan antara dua



pihak yaitu para pelaku usaha ritel tradisional dan pelaku usaha ritel modern, yang mempunyai akses dan cukup kuat secara finansial, pemerintah akan jadi sasaran kesalahan.

**3. Konsumen yang lebih menyukai untuk berbelanja di pasar modern (Hypermarket, Supermarket, Departement Store, Mini Market, dan lain-lain).**

Menurut data AC Nielsen, perkembangan kontribusi pasar tradisional terhadap penjualan barang konsumsi menurun dari 84,1% tahun 1999 menjadi 74,9% tahun 2002. Sebaliknya, supermarket mengalami kenaikan dari 13% (1999) menjadi 20,1% (2002). Dan minimarket meningkat dari 3% (1999) menjadi 5% (2002). Konsumen yang lebih menyukai berbelanja di supermarket ataupun minimarket, seperti Hero dan Indomaret. Bahkan juga di Carrefour. Hal itu merupakan tantangan bagi pedagang ritel tradisional untuk memaksimalkan instrumen persaingan. Tidak hanya harga, tetapi juga lokasi usaha yang nyaman, efisiensi produksi, pelayanan, dan keragaman produk. Namun, tetap harus ada peraturan untuk menjaga persaingan bisnis ritel itu sendiri.

**4. Persetujuan yang diberikan oleh masyarakat sekitar gerai yang akan dibuka.**

Masyarakat yang merupakan konsumen baik itu pasar tradisional dan pasar modern tentu mengharapkan barang-barang yang dijual oleh kedua pasar tersebut murah. Mereka akan memilih tempat dimana barang-barang yang dijual mempunyai harga yang paling murah. Jika kita bandingkan antara ritel modern dan ritel tradisional, maka akan nampak sekali keunggulan ritel modern.

Berikut ini diuraikan beberapa aktivitas ritel modern yang menyebabkan hancurnya kelompok kecil.

1. Fasilitas yang tak tersaingi. Dengan tempat yang strategis dan nyaman membuat konsumen krasan belanja. Kenyamanan ini meningkatkan pola konsumtif masyarakat. Bagi masyarakat kecil hal ini harus dicegah. Bahkan mereka yang rumahnya jauh pun rela melakukan perjalanan ekstra. Akibatnya tempat-tempat belanja tradisional ditinggalkan.



2. Karena telah dimanjakan dengan suasana, tak jarang ritel modern menipu melalui strategi harga. Harga yang tercantum pada daftar lebih murah dibandingkan dengan yang dibayar pada kasir. Banyak pembeli tak sadar hal ini. Cara lain yaitu ritel raksasa menetapkan dan mengkomunikasikan diskon yang menarik untuk beberapa item pada periode tertentu, tetapi mengambil untung besar dari item lainnya. Lebih dari itu, masa diskon yang dijanjikan tidak sebanding dengan jumlah item yang ditawarkan, sehingga sewaktu pembeli mencarinya maka dikatakan habis. Hal ini harus dianggap penipuan mengingat kemampuan dan tingkat pemahaman konsumen masih rendah.
3. Munculnya semacam kartel jaringan antara produsen dengan peritel modern secara langsung. Seperti Unilever Indonesia membentuk distributor khusus untuk melayani kelompok ritel modern, sehingga menyaingi distributor untuk kelompok tradisional. Karena volume pembelian yang demikian besar, ritel modern mampu mendikte produsen termasuk harga yang lebih murah dari distributor tradisional. Akibatnya tidak akan ada ritel kecil tradisional yang bisa menjual lebih murah dari ritel modern. Dengan demikian keuntungan semakin terakumulasi pada kelompok ritel modern. Sebaliknya produsen kecil jangan berharap produknya bisa dipajang pada rak-rak yang tersedia di ritel modern. Costnya tak akan sebanding dengan volume penjualannya. Seakan-akan ritel raksasa hanya untuk dinikmati produsen yang modern juga (Sawarjuwono, dalam [www.jawapos.com](http://www.jawapos.com)).

Keunggulan-keunggulan seperti tersebut di atas, maka apabila suatu pusat perbelanjaan modern dibangun di tengah-tengah masyarakat akan dengan senang hati mereka memberikan persetujuannya. Padahal sesuai dengan aturan bahwa pendirian pasar modern harus memenuhi ketentuan dan memiliki surat ijin usaha pasar modern, sehingga para peritel kecil maupun pasar tradisional tidak dirugikan.



### 3.3.2 Penanganan-penanganan Yang Dilakukan Dalam Mengatasi Hambatan-hambatan Penegakan Peraturan Bisnis Ritel

Penanganan-penanganan yang perlu dilakukan dalam penegakan peraturan bisnis ritel antara lain, yaitu:

1. **Badan-badan yang berwenang agar lebih memperhatikan, dan melindungi serta mempermudah para pelaku bisnis ritel dalam menjalankan usahanya.**

Berbicara mengenai bisnis retail ini, sudah waktunya untuk menghilangkan falsafah yang buruk dari badan-badan yang memberi izin. Untuk itu perlu disederhanakan semuanya itu, bukan saja secara transparansi tetapi juga secara akuntabilitas. Pesatnya pembangunan pusat perbelanjaan dan mall seperti di Surabaya mendorong Komite Pengawas Persaingan Usaha Daerah (KPPUD) Jatim sebagai salah satu badan yang peduli pada nasib para pelaku bisnis ritel mengusulkan adanya pengaturan usaha ritel. Salah satu yang mendesak adalah pemberlakuan zoning ritel dan pengaturan radius pendirian pasar tradisional dan pasar modern. Peraturan itu untuk mengantisipasi persaingan antara pelaku usaha ritel di pasar tradisional dan pasar modern termasuk hypermarket, minimarket, dan mall. Filosofinya, pasar tradisional tidak mungkin dihadapkan dengan pasar modern. Selama ini memang karakteristik produk yang dijual di pasar tradisional dan modern memang berbeda. Namun suatu saat sangat dimungkinkan produk yang dijual akan sama dan itu akan mematikan pasar tradisional. Misalnya saja minimarket bersebelahan dengan pasar tradisional. Sebetulnya tidak ada masalah karena segmennya memang beda, namun siapa yang bisa melarang bila suatu saat minimarket menjual sayur mayur, karena tidak ada peraturannya. Dengan adanya perda mengenai radius atau zona minimal pendirian pasar modern dan pasar tradisional ini akan membuat lebih tertib. Jika melihat Jakarta saja, di sana sudah ada perda yang mengatur ini sejak 2002 lalu. Ekspansi usaha bisa lebih teratur. Sementara untuk pendirian sebelumnya tidak bisa direlokasi karena peraturan itu tidak berlaku surut (Junaidi, dalam [www.jawapos.com](http://www.jawapos.com)).



## **2. Bisnis ritel membutuhkan regulasi pemerintah yang jelas dan transparan.**

Pelaku ritel modern selama ini menyebabkan merosotnya pendapatan pasar tradisional. Oleh karena itu, yang dibutuhkan sekarang adalah regulasi pemerintah yang jelas dan transparan. Data terakhir menunjukkan omzet ritel modern mulai mengambil porsi ritel tradisional. Bila tahun 2002 omzet ritel tradisional merebut pasar sekitar 74 persen, saat ini omzet ritel tradisional merosot di angka 63 persen. Penurunan kontribusi ritel tradisional itu juga disebabkan pemerintah belum memiliki regulasi yang jelas. Karena tidak adanya peraturan yang jelas tersebut, jadi dilapangan antara pelaku ritel modern saling sikut-sikutan sehingga terjadi persaingan yang tidak sehat. Dan imbasnya akhirnya terkena ritel tradisional.

RUU ritel yang diharapkan mulai dibahas Juli ini akan mengatur masalah pasar tradisional yang belakangan kehilangan daya saing. UU itu akan mengatur sistem zona pasar tradisional dan pasar modern sehingga persaingan bisa lebih sehat. Pasar tradisional umumnya tidak bisa bersaing karena tidak adanya kepastian peraturan menyangkut kepemilikan, sistem pengelolaan, kebijakan kenaikan harga sewa, retribusi hingga pasokan produk. Pasar tradisional merupakan kumpulan komunitas yang rentan karena sangat dipengaruhi peraturan-peraturan dari luar pasar.

RUU ritel/perdagangan tersebut diharapkan menjadi payung hukum dalam pengaturan distribusi, ritel, zoning ritel, hingga imbal dagang (*counter trade*). Tanpa adanya regulasi setingkat UU sebagai pedoman, peraturan pendukung berupa Kepmen ataupun PP untuk pengaturan perdagangan dalam negeri sulit diterapkan. Tanpa adanya pengaturan perdagangan dengan jelas dan tegas, perdagangan di Indonesia terutama jalur distribusi dan ritel akan dikuasai asing para peritel yang bermodal kuat saja. Contohnya, hypermarket asing saat ini sudah masuk ke pusat kota, sehingga banyak ritel lokal yang kalah bersaing.

## **3. Pengembangan Pasar Tradisional agar mampu bersaing dengan ritel modern.**

Penanganan lain yang memang perlu dan sekarang oleh pemerintah sedang dilakukan adalah pengembangan pasar tradisional. Hal ini perlu didukung agar



pasar tradisional di daerah mampu bersaing dengan ritel modern. Departemen Perdagangan sebagai instansi pemerintah yang menangani bidang perdagangan saat ini sedang menggodok pengembangan pasar tradisional di daerah agar bisa bersaing dengan ritel modern. Kebijakan tersebut yang mulai penerapannya dilakukan tahun depan bersamaan dengan pembangunan pasar-pasar tradisional model baru agar bisa bersaing dengan pasar modern.

Menteri Perdagangan Mari Elka Pangestu (Jawa Pos, 25 Nopember 2005) , mengungkapkan pengembangan pasar tradisional tersebut menjadi salah satu kebijakan prioritas dari Departemen Perdagangan. Perangkat kebijakannya, sudah memasuki proses finalisasi. Kebijakan itu diharapkan sudah bisa diterapkan awal 2006 dan berjalan 4 tahun ke depan. Anggaran yang diperlukan untuk pembangunan pasar berkisar Rp 8 miliar sampai Rp 10 miliar. Sementara dana untuk membangun pasar kecil tradisional di pedesaan sekitar Rp250 juta. Departemen Perdagangan sudah melakukan eksperimen pasar tradisional di Nanggroe Aceh Darussalam (NAD). Pengembangan pasar tradisional dilakukan bersamaan dengan upaya rehabilitasi pasar di Aceh setelah musibah tsunami. Setelah di Aceh, pengembangan pasar tradisional juga dilakukan di Nias. Pemerintah akan membangun dua pasar di daerah ini. Kemudian di Jakarta, bekerja sama dengan Pemprov DKI Jakarta. Untuk saat ini, rencana pengembangan pasar tradisional mengarah ke semimodern baru di tiga daerah tersebut. Pemerintah juga berencana menambah satu atau dua kota besar lain, yaitu Surabaya atau Medan. Pembangunan pasar model baru itu, diutamakan dari sisi manajemen yang baik. Bila pasar yang ada sekarang terkesan kumuh, pasar model baru tersebut ditata lebih bersih dan rapi, serta pengelolaan pedagang yang lebih baik. Sehingga, konsumen nyaman berbelanja.

#### **4. Adanya dukungan masyarakat sebagai konsumen di bidang bisnis ritel.**

Adanya keunggulan-keunggulan yang ditawarkan pada berbagai bentuk/format pasar modern, maka apabila suatu pusat perbelanjaan modern dibangun di tengah-tengah masyarakat akan dengan senang hati mereka akan memberikan persetujuannya. Hal ini tentunya akan sangat merugikan bagi para pelaku bisnis ritel lainnya yaitu para pedagang kecil dan menengah, koperasi serta

pasar tradisional. Sehingga dukungan masyarakat sangat dibutuhkan yaitu dengan tidak begitu mudahnya memberikan persetujuan pembangunan pusat perbelanjaan modern dan lebih memperhatikan nasib pedagang kecil dan menengah, koperasi serta pasar tradisional. Selain itu juga masyarakat perlu mengawasi berlakunya aturan yang menyatakan bahwa pendirian pasar modern harus memenuhi ketentuan dan memiliki surat ijin usaha pasar modern, sehingga para peritel kecil maupun pasar tradisional tidak dirugikan. Maka dari itu, apabila menginginkan laju pertumbuhan ekonomi diikuti dengan pemerataan hasilnya maka pemerintah harus membatasi ruang gerak para ritel modern. Bagaimanapun pengusaha kecil harus dilindungi karena memang tidak mampu berbuat melawan pengusaha ritel modern.





## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Jika melihat peraturan perundang-undangan yang ada sekarang ini di Indonesia maka tidak akan ditemukan semacam undang-undang yang menjadi payung bagi usaha bisnis ritel. Namun demikian, karena bisnis ritel merupakan bidang yang berhubungan dengan persaingan masa depan, maka bisnis ritel tidak boleh sama sekali tidak ada aturannya. Peraturan yang dijadikan dasar dalam bisnis ritel adalah Keputusan Bersama Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri Nomor 145 / MPP / Kep / 5 / 97 dan Nomor 57 Tahun 1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan. Kabupaten Jember yang memiliki banyak pusat-pusat perdagangan eceran (*retail act*) baik yang berbentuk pasar modern maupun pasar tradisional belum mempunyai Peraturan Daerah (Perda) guna mengatur bidang bisnis ritel tersebut.
2. Perlindungan hukum bagi pelaku bisnis ritel yang lebih kecil dan pasar tradisional dapat diberikan pemerintah dalam pengaturan pemberian ijin usaha (lokasi) kepada setiap pelaku usaha untuk tetap menjamin terselenggaranya persaingan usaha yang sehat, kondusif dan *fair*. Dalam kaitan itu sebagaimana Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 420 / MPP / Kep / 10 / 1997 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan yang pada intinya merupakan petunjuk pelaksanaan dalam rangka pengaturan, pembinaan, pengembangan, dan pengendalian Pasar Modern di Daerah Tingkat I dan Daerah Tingkat II melalui penataan lokasi dan pembangunan pasar dan pertokoan. Pola Kemitraan Pengusaha Pasar Modern dengan Pedagang Kecil dan Menengah, Koperasi, serta Pasar Tradisional, dan mengembangkan kegiatan usaha perdagangan di pasar dan pertokoan. Ketentuan mengenai zonasi bagi pelaku usaha, hypermarket,

supermarket, minimarket dan pengecer kecil perlu ditetapkan. Karena khusus bagi bisnis ritel, lokasi sangat menentukan berhasil tidaknya bisnis ritel tersebut. Misalnya minimarket dapat diberi izin usaha di mal-mal dan di daerah penduduk, tetapi ditetapkan jaraknya satu dengan yang lain, khususnya jaraknya dengan pengecer kecil dan pasar tradisional.

3. Penghambat dari penegakan peraturan pada bisnis ritel dapat ditinjau dari hal-hal sebagai berikut: badan-badan yang berwenang memberikan izin pada bisnis ritel, peraturan yang dijadikan dasar operasinya perdagangan eceran (*retail act*), konsumen yang lebih menyukai untuk berbelanja di pasar modern (Hypermarket, Supermarket, Departement Store, Mini Market, dan lain-lain), persetujuan yang diberikan oleh masyarakat sekitar gerai yang akan dibuka. RUU ritel yang sedang dibahas diharapkan akan mengatur masalah pasar tradisional yang belakangan kehilangan daya saing. UU itu akan mengatur sistem zona pasar tradisional dan pasar modern sehingga persaingan bisa lebih sehat. Dengan adanya pengembangan pasar tradisional yang menjadi salah satu kebijakan prioritas dari Departemen Perdagangan bertujuan agar mampu bersaing dengan ritel modern.

#### 4.2 Saran

Saran-Saran yang dapat penulis berikan sehubungan dengan penulisan skripsi ini, antara lain:

1. Pemerintah Kabupaten Jember supaya segera membuat peraturan daerah (perda) tentang perdagangan eceran (*retail act*) untuk memberikan suatu pengaruh terhadap terciptanya sinergi diantara para pengusaha pasar modern dengan pedagang kecil dan menengah, koperasi serta pasar tradisional.
2. RUU perdagangan segera disahkan khususnya yang mengatur bisnis ritel yang nantinya diharapkan menjadi payung hukum dalam pengaturan distribusi, ritel, zoning ritel, hingga imbal dagang (*counter trade*). Tanpa adanya regulasi setingkat UU sebagai pedoman, peraturan pendukung berupa Kepmen ataupun PP untuk pengaturan perdagangan dalam negeri sulit diterapkan



## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku Pustaka

- Hadi, Sutrisno. 2002. *Meodologi Reseach*. Yoyakarta: Andi.
- Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji. 1990. *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soemitro, Ronny Hanitijio. 1990. *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ashshofa, Burhan. 1998. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Partadireja, Iting. 1978. *Pengetahuan dan Hukum Dagang*. Jakarta: Erlangga.
- Kansil, C.S.T. 1994. *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Sujana, Asep ST. 2005. *Paradigma Baru Dalam Manajemen Ritel Modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ma'ruf, Hendri. 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sujana, Asep ST. 2004. *Retail Negotiator Guindance Menyingkap Rahasia Sukses Global Retailer*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Glueck, Wlliam F. and Lawrence. 1990. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.

### B. Perundang-undangan

- Suparni, Niniek. 2004. *Kitab Undang-Undang Hukum Dagang dan Kepailitan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Keputusan Bersama Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri Nomor 145 / MPP / Kep / 5 / 97 dan Nomor 57 Tahun 1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan.
- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 261 / MPP / Kep / 7 / 1997 tentang Pembentukan Tim Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan Pusat.
- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 420 / MPP / Kep / 10 / 1997 tentang Pedoman Penataan Pasar dan Pertokoan.

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 107 / MPP / Kep / 2 / 1998 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pemberian Izin Usaha Pasar Modern.

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23 / MPP / Kep / I / 1998 tentang Lembaga-lembaga Usaha Perdagangan.

### **C. Majalah**

Majalah SWA, *The Power of Hypermarket*, Desember 2004.

### **D. Internet**

<http://www.lkbnantara.com>. akses tanggal 09 Januari 2006

<http://www.republika.com>. akses tanggal 09 Januari 2006

<http://www.jawapos.com>. akses tanggal 09 Januari 2006

<http://www.sinarharapan.com>. akses tanggal 09 Januari 2006

<http://www.kompas.com>. akses tanggal 09 Januari 2006

<http://www.khnonline.com>. akses tanggal 09 Januari 2006

<http://www.solocybernews.com>. akses tanggal 09 Januari 2006



**LAMPIRAN - LAMPIRAN**



**LAMPIRAN 1**







DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS HUKUM

Jl. Kalimantan 37 Kampus Tegalboto Kotak Pos 9 Jember 68121  
☎ (0331) 335462 – 330482 Fax. 330482

Nomor : **4075/J25.1.1/PP.9/2005**  
Lampiran :  
Perihal : **KONSULTASI**

Jember, 25 Oktober 2005

Yth. **Kepala Kantor Dinas Perindustrian, Perdagangan  
Dan Penanaman Modal Kabupaten Jember**

Dekan Fakultas Hukum Universitas Jember bersama ini dengan hormat  
menghadapkan kepada Saudara seorang mahasiswa :

Nama : **NUR ROHIM**  
NIM : **010710101265**  
Program : **S 1 Ilmu Hukum**  
Alamat : **Jl. Jawa II No. 5 Jember**  
Keperluan : **Konsultasi tentang Masalah  
Kajian Yuridis Tentang Pelaksanaan Bisnis Ritel  
Pada Perdagangan Eceran (Retail ACT)  
Di Kabupaten Jember**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas kami mohon bantuan secukupnya,  
Karena hasil dari konsultasi ini digunakan untuk melengkapi bahan  
penyusunan Skripsi.

Atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terimakasih.

**LAMPIRAN 2**





  
PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER  
DINAS PERINDUSTRIAN, PERDAGANGAN  
DAN PENANAMAN MODAL

Jl. Kalimantan No. 82 Telp./Fax. (0331) 334497

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 800/ 133/436.314/2006

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Penanaman Modal Kabupaten Jember, menerangkan bahwa:

Nama : NUR ROHIM  
NIM : 010710101265  
Jurusan : Ilmu Hukum, Fakultas Hukum  
Universitas Jember

telah melaksanakan konsultasi tentang masalah "Kajian Yuridis tentang Pelaksanaan Bisnis Ritel pada Perdagangan Eceran (Retail ACT) di Kabupaten Jember", yang dilaksanakan dari 25 Oktober 2005.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 27 Pebruari 2006

an. KEPALA DINAS  
PERINDUSTRIAN, PERDAGANGAN DAN PENANAMAN MODAL  
KABUPATEN JEMBER

KEPALA BAGIAN TATA USAHA  
DINAS PERINDUSTRIAN PERDAGANGAN  
DAN PENANAMAN MODAL  
  
Drs. IMAM SUMANTRI, M.Si.  
Pembina Tk. I  
NIP. 010 089 513

**LAMPIRAN 3**







Surat Keputusan Dalam Negeri

**Drs. DAPHTA TARIGAN**  
NIP. 070903018

Salutan  
Kepala Cabang/Unit dalam Perusahaan dianggap  
sah setelah menandatangani dan ditandatangani oleh kepala  
Dinas Perindag setempat

Nomor : 503/10/436.314/2005  
Pada hari ini tanggal : 03 AGUSTUS 2005  
**TELAH DILAFORKAN PEMBUKAAN  
CABANG PERUSAHAAN**

- PERUSAHAAN** : **PT. INDOMARCO PRISMATAMA**
- LOKASI PERUSAHAAN** : JALAN ANCOL BARAT I NO. 9-10,  
KEL. ANCOL, KEC. PADEMANGAN,  
JAKARTA UTARA TELP / FAX. : 021 - 6914478-80
- SIUP KANTOR PUSAT** : 03357 / 1.824.51  
TANGGAL : 19 OKTOBER 2004
- PEMANAAN PENANGGUNG JAWAB  
KANTOR CABANG** : **DARMAWIE ALIE**
- LOKASI KANTOR CABANG** : JALAN RAYA ARJASA NO. 129,  
DESA ARJASA, KEC. ARJASA,  
KAB. JEMBER.



**KEPALA DINAS  
PERINDUSTRIAN, PERDAGANGAN DAN PENANAMAN MODAL  
KABUPATEN JEMBER**

**Drs. H. SOEPRATIGTO, MSI**  
Pembina Utama Muda  
NIP. 510 052 800

**LAMPIRAN 4**





**PEMERINTAH PROPINSI DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA  
DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN**

**SURAT IZIN USAHA PERDAGANGAN (SIUP)-BESAR**

Nomor : 03357 / 1.824.51

Nama Perusahaan : PT. INDOMARCO PRISMATAMA  
Bentuk (milik sendiri / lisensi) : -  
Alamat Perusahaan : Jl. Ancol Barat I No. 9 - 10  
Kel. Ancol, Kec. Pademangan,  
Jakarta Utara.  
No.Telp/Fax : (021) 6914478 - 80 Kode Pos : 14430.  
Nama Pemilik / Penanggung Jawab : SINARMAN JONATHAN - Direktur Utama.  
Alamat Pemilik / Penanggung Jawab : Jl. Mandala Utara No. 2 Rt. 002 / 002  
Kel. Tomang, Kec. Grogol Petamburan,  
Jakarta Barat.  
Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) : 01.337.994.6 - 044.000  
Nilai Modal dan Kekayaan Bersih : Rp 34.000.000.000,-  
Kegiatan Usaha : Perdagangan Barang.  
Kategori : Distributor, Eksportir, Importir  
Klasifikasi Usaha (sesuai KBLI 2000) : 51391, 51220.  
Kategori Barang / Jasa Dagangan Utama : Alat Rumah Tangga, Makanan dan Minuman Ringan.

dan dengan ketentuan :

- Berlaku untuk melakukan kegiatan usaha perdagangan diseluruh Wilayah Republik Indonesia selama perusahaan masih menjalankan kegiatan usaha perdagangan sesuai ijin ini.
- Tidak berlaku untuk melakukan perdagangan berjangka komoditi, perdagangan berjenjang (MLM) dan/atau kegiatan perdagangan lainnya yang diatur secara khusus dan atau dilarang oleh Pemerintah.
- Perusahaan wajib menjalankan usaha berdasarkan ketentuan perundangan yang berlaku dan menyampaikan laporan pelaksanaan usaha dagangnya per semester kepada Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi DKI Jakarta, paling lambat 30 hari setelah berakhirnya semester yang dilaporkan.
- Perusahaan wajib memberitahukan setiap perubahan pada perusahaan, yang menyebabkan SIUP ini tidak sesuai dengan keadaan perusahaan, kepada Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi DKI Jakarta.
- Perusahaan wajib melaksanakan pendaftaran ulang SIUP setiap 5 (lima) tahun.

Dikeluarkan di Jakarta  
Pada tanggal 19 OCT 2004

DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN  
PROPINSI DKI JAKARTA



Drs. H. AGUSMAN BADARUDDIN, M.Si

SAKUP SAMPAI DENGAN  
XXXXXX

**LAMPIRAN 5**







PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER  
 Digital Repository Universitas Jember  
 DINAS PERINDUSTRIAN PERDAGANGAN  
 DAN PENANAMAN MODAL

Jl. Kalimantan No. 82, Telp./Fax. (0331) 334497 Jember

Asal surat dari : Masyarakat Pesisir Arjasa	Tgl. Terima : 26-10-2015
No. Surat : 23-10-2015	No. Agenda : 597
Jenis Surat :	Diteruskan : Ka Dinas
RUMAH : penunjukan kerangkanya. Jember	

kebid Perdagangan : **DISPOSISI**

by badan pesisir Arjasa

PH dan Kasel Kad. Dis

Kita Subansy  
 Maruliyah K. Dini

27/10/15



Kepada Yth  
KOMISI A DPRD KAB. Jember  
Di Tempat

MEMBUKA :  
Mps Yth Kpl. Hms. PERDAGANGAN  
KAB JEMBER.

Perihal : Pengaduan Ke II.  
1. Penolakan kehadiran Indomaret / Alfamaret & sejenisnya di Arjasa  
2. Mohon perlindungan

Dengan Hormat,

1. Menyambung surat kami tanggal 20 Juli 2005, tentang perihal tersebut dalam surat ( terlampir ), dan sampai saat ini belum mendapatkan tanggapan apapun dari pihak PEMKAB maupun instansi yang berwenang.
2. Berdasarkan informasi secara lisan dari Bp camat Arjasa pada hari jumat tanggal 21 Oktober 2005 di Ruang kerjanya, tentang telah diterbitkan surat-surat perijinan pendirian Indomart di Arjasa.
3. Sejak seminggu yang lalu pembangunan gedung Indomaret telah dikerjakan siang dan malam, kemungkinan untuk mengejar moment di buka dan diresmikan tepat pada hari raya idul Fitri 1426 H, bulan depan

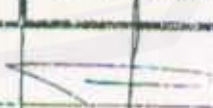
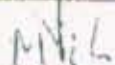
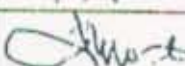

Atas dasar tersebut diatas, Sekali lagi kami yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan :

1. Menolak kehadiran Indomaret / Alfamaret dan usaha sejenisnya di wilayah Kecamatan Arjasa.
2. Melalui DPRD Komisi A Memohon kepada Instansi yang berwenang untuk meninjau kembali Surat - surat ijin (yang telah diterbitkan ) beroperasinya usaha Indomaret di Kee Arjasa.
3. Memohon kepada DPRD Tkt II Kab Jember, Khususnya Komisi A untuk memberi "perlindungan" kepada kami Pengusaha tradisional yang ada di Kecamatan Arjasa, karena kami merasa bukan levelnya untuk bersaing dan berkompetisi dengan Indomaret
4. Memohon kepada Pihak Indomaret untuk tidak melanjutkan Pembangunan gedung toko Indomaret di Arjasa.

Demikian surat pernyataan kami atas perhatian dan kerja samanya, kami sampaikan terima kasih

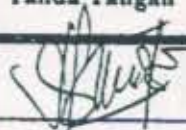
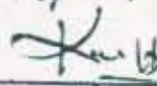
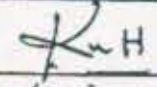

Arjasa, 23 Oktober 2005

Kami yang membuat Pernyataan

No	Nama Toko	Nama Pemilik	Alamat	Tanda Tangan
1	MURIS	KH MUHYIDIN A	ARJASA	
2	TK. HYMA	H. HUSAM		
3	TK AYDA	ABD HOLIK		
4	SB Baru	H. Nurul huda		



No	Nama Toko	Nama Pemilik	Alamat	Tanda Tangan
5	Bintang 9	Hj. Elly Wijaya	Arjasa	[Signature]
6	TK Al Amin I	M. Hidayat H.	Arjasa	[Signature]
7	HRJASA JAYA	H. MAKSUD	PATERUN ARJASA	[Signature]
8	DATA	M. Sudahri	Arjasa	[Signature]
9	WANTAL	M. Sudahri	"	[Signature]
10	H. Paiboh	H. AL	Arjasa	[Signature]
11	SHINTA	Sulhial	Arjasa	[Signature]
12	ALMI	ALMI	ARJASA	[Signature]
13	MULHDI	MULHDI	"	[Signature]
14	Abd Aziz	Abd Aziz	"	[Signature]
15	Rejehi	Nanla	Arjasa	[Signature]
16	H. Sidiqi	Barokah	"	[Signature]
17	AC Anwa II	H. SUTIKNO	Arjasa	[Signature]
18	Jogo	Abduran	"	[Signature]
19	Yuswanto	ARTA JAYA	Arjasa	[Signature]
20		Ami	"	[Signature]
21	Taufik	Taufik	"	[Signature]
22	Agasajya	fut	"	[Signature]
23		Sakijo	"	[Signature]
24	Bahri	Bahri	"	[Signature]
25	ALUKIS		"	[Signature]
26	Bahagiqi		"	[Signature]

No	Nama Toko	Nama Pemilik	Alamat	Tanda Tangan
27	Apt. Delta.F.			
28	KALIMAS	SUHONO		
29	SINAR BARU	SUHONO	ARJASA	
30	MAK MUR			
31				
32				
33				
34				
35				

Tembusan :

1. Ketua DPRD Tkt II Jember.
2. Kabag Perekonomian
3. Anggota DPRD Tk II Jember asal daerah Pemilihan Kecamatan Arjasa
4. Kepala Satpol PP.
5. Kepala Dinas Perdagangan
6. Camat Arjasa.
7. KA POLSEK Kec. Arjasa.
8. DANRAMIL Kec. Arjasa
9. Perwakilan Indomaret Di Jember.
10. Kepala Desa Arjasa



Kepada Yth

Bp. Pjt. Bupati Pemerintah Kabupaten Jember  
Di Tempat

Digital Repository Universitas Jember

Perihal : Penolakan kehadiran Indomaret / Alfamaret & sejenisnya  
Di Arjasa

Dengan Hormat,

Schubungan dengan akan dibukanya usaha Indomaret di Arjasa, di tandai dengan telah bercedarnya permintaan tanda tangan oleh personal / petugas dari Indomaret pada hari rabu tgl 20 juli 2005 kepada tetangga / toko terdekat untuk persetujuan beroperasinya usaha tersebut.

Kami memastikan bahwa kehadiran Usaha toko / Mini Market Indomaret / Alfamaret dan sejenisnya di daerah kami akan mengancam / mematikan usaha toko kami yang notabene toko kecil / pengusaha ekonomi lemah & mayoritas Pribumi ekonomi lemah, yang pasti "bukan level" kami untuk bisa dan sanggup bersaing dengan raksasa Indomaret yang menggurita diseluruh wilayah Indonesia,

Oleh karena itu, kami yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan :

1. Menolak kehadiran Indomaret / Alfamaret dan usaha sejenisnya di wilayah Kecamatan Arjasa.
2. Memohon kepada Instansi yang berwenang untuk tidak memberi ijin beroperasinya usaha Indomaret / Alfamaret dan sejenisnya di Kecamatan Arjasa.
3. Memohon kepada Pihak Indomaret untuk tidak melanjutkan membuka toko Indomaret di wilayah kecamatan Arjasa.




Sementara toko - toko kami yang telah terlanjur menanda tangani tersebut disebabkan karena

1. Sebagian yang bertanda tangan "bukan pemilik toko", tetapi "karyawan toko" yang tidak tahu apa apa.
2. Sebagian kami yang bertanda tangan mengira petugas dari Distributor yang minta tanda tangan dan stempel sebagai tanda kunjungan Sales, sebagaimana dilakukan setiap hari oleh toko kami kepada banyak sales, tanpa membaca isi surat tersebut karena momentnya pas sedang sibuk melayani pembeli.

Demikian surat pernyataan kami atas perhatian dan kerja samanya, kami sampaikan terima kasih

Arjasa, 20 Juli 2005

Kami yang membuat Pernyataan

No	Nama Toko	Nama Pemilik	Alamat	Tanda Tangan
1	TIMURJAYA	H. A. MAKSUM	MUKAPASAK ARJASA	
2	ARJASAJAYA	H. Imam	PETERION	
3	TENANG	HASAN YUNUS	..	



No	Nama Toko	Nama Pemilik	Alamat	Tanda Tangan
4	Al Amin I	H. Hariyanto H.	Jl. Supriyadi 119	
5	Al Amin II	H. Anni	Jl. Supriyadi 120	
6	BINTANG 9	HJ. ELLYA W	JL. SUPRIYADI 125 ARJASA	
7	Toko HIKMA	HI HIKMA		
8				
9	ALMI.	ALMI		
10	SIHINTA	SIHINTA		
11	DAFFA	DAFFA		
12	H FAIZANI	H FAIZANI		
13	ABDULHOLIS			
13	TOKO ANDA	ABDULHOLIS	ARJASA	
14	TOKO NANIK	M. MULHIM	PATGEMON	
15	Toko BAYU	B. BAYU	ARJASA	
16	B. TUN	ABD AZIZ	Arjasa	
17	Bintang Sumber Baru	H. Nurul Huda	ARJASA	
18		ami	ARJASA	
19		H. Nur		
20	Toko Taufik	Taufik	Pasar Arjasa	
21	B. AMIS	B. Anis	Pasar Arjasa	
22	Bahhi		Pasar Arjasa	



No	Nama Toko	Nama Pemilik	Alamat	Tanda Tangan
23	Agudo		ARJASA	
24	Jago		Arjasa	
25	H-só dmi		ar d'asa	
26	Toko SINAR BAKI		Palmer	
27	Tojo MAK MUR		Peter	
28	Saradjo		Bonantan K	
29	BATHROWI		DLRT Pasar Arjasa	
20	MAO		Arjasa	

Tembusan :

1. Ketua DPRD Tkt II Jember.
2. Kabag Perkonomian
3. Anggota DPRD Tk II Jember asal daerah Pemilihan Kecamatan Arjasa
4. Kepala Satpol PP.
5. Kepala Dinas Perdagangan
6. Camat Arjasa
7. Perwakilan Indomaret Di Jember.
8. Kepala Desa Arjasa

**LAMPIRAN 6**







KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN  
DAN  
MENTERI DALAM NEGERI

Nomor : 145/MPP/Kep/5/97

Nomor : 57 Tahun 1997

TENTANG

PENATAAN DAN PEMBINAAN PASAR DAN PERTOKOAN  
MENTERI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN,  
DAN MENTERI DALAM NEGERI

- Menimbang : a. Bahwa keberhasilan pembangunan telah memberi peluang makin berkembangnya usaha pasar dan pertokoan;
- b. Bahwa Pasar Tradisional dan Pedagang Kecil dan Menengah yang tangguh, maju dan

(stb. 1938 Nomor 86 );

3. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1974 tentang Pokok-pokok Pemerintahan Di Daerah (Lembaran Negara 1974 Nomor 38, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3037 );
4. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1992 tentang Penataan Ruang (Lembaran Negara Tahun 1992 Nomor 1161, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3501 Tahun 1992);
5. Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil ( Lembaran Negara Tahun 1995 Nomor 74, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3611);
6. Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 1957 tentang Penyaluran Perusahaan ( Lembaran Negara Tahun 1957 No: 7, Tambahan Lembaran Negara Nomor 1144) sebagaimana telah diubah dan ditambah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 1957 ( Lembaran Negara Tahun 1957 Nomor 150, Tambahan Negara Nomor .1467);
7. Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 1977 tentang Pengakhiran Kegiatan Usaha Asing

mandiri dalam menghadapi era globalisasi perlu ditangani secara koordinatif karena perannya yang strategis dalam memperkokoh dan menumbuhkan tatanan perdagangan nasional yang kuat, kokoh, dan efisien;

c. Bahwa berkembangnya Pasar Modern (Swalayan dll) perlu di tumbuhkan/embangkan sejalan dengan tumbuh dan berkembangnya pasar Tradisional yang digerakkan oleh Pedagang Kecil dan Menengah;

d. Bahwa perkembangan dan kemitraan Pasar Modern (Swalayan dll) dengan Pasar Tradisional dan Pedagang Kecil dan Menengah perlu dilaksanakan secara koordinatif oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan dengan Departemen Dalam Negeri serta Lembaga terkait lainnya;

e. Bahwa sehubungan dengan itu, perlu dikeluarkan Keputusan Bersama Menteri Perindustrian dan Perdagangan, dan Menteri Dalam Negeri.

Mengingat : 1. Hinder Ordonnantie 1926 ( Stbl. 1926 Nomor 26 sebagaimana telah diubah dan ditambah terakhir dengan stb. 1940 Nomor 450 );



- di Bidang Perdagangan ( Lembaran Negara Tahun 1977 Nomor 60, Tambahan Lembaran Negara No.3113 ) sebagaimana yang telah diubah dan di tambah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 1996 ( Lembaran Negara Tahun 1996 Nomor 52, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3640);
8. Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 1993 tentang Analisis Mengenai Dampak Lingkungan ;
  9. Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 1988 tentang Koordinasi Kegiatan Instansi Vertikal di Daerah ( Lembaran Negara RI Nomor 10 Tahun 1988 ) ;
  10. Peraturan Pemerintah Nomor 45 Tahun 1992 Tentang Penyelenggaraan Otonomi Daerah dengan Titik Berat pada Daerah Tingkat II ( Lembaran Negara Tahun 1992 Nomor 77, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3487);
  11. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 1974 tentang Pokok-pokok Organisasi Departemen;
  12. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 1995 tentang Daftar Bidang Usaha yang Tertutup Bagi Penanaman Modal;
  13. Keputusan Presiden RI Nomor 96/M Tahun 1993 tentang Pembentukan Kabinet Pembangunan VI sebagaimana telah diubah dengan Keputusan Presiden RI Nomor 388 Tahun 1995;
  14. Keputusan Presiden RI Nomor 2 Tahun 1996 tentang Perubahan Atas Keputusan Presiden Nomor 15 Tahun 1984 tentang Susunan Organisasi Departemen sebagaimana telah dua puluh lima kali diubah terakhir dengan Keputusan RI Nomor 61 Tahun 1995;
  15. Instruksi Presiden Nomor 8 Tahun 1979 tentang Program Bantuan Kredit Konstruksi Pembangunan dan Pemugaran Pusat Pertokoan /Perbelanjaan/Perdagangan dan/ atau Pertokoan;
  16. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 2 Tahun 1987 tentang Pedoman Penyusunan Rencana Kota;
  17. Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 76/Kp/III/1978 tentang Bidang Usaha Perdagangan Yang Terbuka Dalam Rangka Penanaman Modal;
  18. Keputusan Bersama Menteri Dalam Negeri Dan Menteri Perdagangan Nomor 56 Tahun 1971 dan Nomor 103A/Kp/V/71 tanggal 19 Mei 1971 tentang Ketentuan-Ketentuan



Kewenangan Dalam Memberikan Izin Tempat Usaha Dan Izin Usaha Perdagangan sebagaimana telah diubah dan ditambah terakhir dengan Keputusan Bersama Menteri Dalam Negeri dan Menteri Perdagangan dan Koperasi Nomor 92 Tahun 1979 dan Nomor 409/KPB/V/79 tanggal 23 Mei 1979 ;

19. Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 1458/Kp/XII/1984 tentang Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), sebagaimana telah diubah terakhir dengan Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 372/Kp/XI/1988;

20. Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 91 Tahun 1991 Tentang Pasar Desa;

Memperhatikan : Petunjuk Presiden RI dalam Sidang Kabinet Terbatas tanggal 22 April 1997 Khusus Menyangkut Penataan Pendirian dan Pengelolaan Pasar dan Pertokoan.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN DAN MENTERI DALAM NEGERI TENTANG PENATAAN DAN PEMBINAAN PASAR DAN PERTOKOAN.

Dalam Keputusan ini yang dimaksud dengan :

- a. Pasar adalah Pasar Tradisional (Pasar Desa, Pasar Kecamatan dsb) dan Pasar Modern (Mall, Supermarket, Department Store, Shopping Centre, Waralaba);
- b. Pedagang kecil dan menengah adalah Pedagang yang melakukan kegiatan usaha kecil sebagaimana dimaksud Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil dan Peraturan dan Perundangan yang di tetapkan kemudian;
- c. Pertokoan adalah suatu wilayah lingkungan/ tempat/ bagian Pertokoan dimana terdapat bangunan toko-toko sepanjang tepi jalan dan atau wilayah lain yang dapat dijangkau oleh transportasi dan masyarakat, dan ditetapkan oleh pemerintah daerah sebagai daerah pertokoan.
- c. Menteri adalah Menteri Perindustrian dan Perdagangan, dan Menteri Dalam Negeri.

Pasal 2

Untuk pemberdayaan Pedagang Kecil dan Menengah agar menjadi tangguh, maju dan mandiri dalam mengisi percepatan hasil pembangunan, diperlukan kejelasan kewenangan dalam pengaturan, pembinaan, pengembangan, dan pengendalian pasar dan pertokoan.



### Pasal 3

- (1). Menteri Dalam Negeri melakukan pembinaan terhadap penataan dan pembangunan pasar dan pertokoan;
- (2). Menteri Perindustrian dan Perdagangan mengatur, membina, dan mengembangkan kegiatan usaha perdagangan di pasar dan pertokoan dan Pedagang Kecil dan Menengah termasuk kemitraan agar mampu berkembang secara tangguh, maju dan mandiri;
- (3). Pemerintah Daerah menetapkan lokasi pasar dan pertokoan.

### Pasal 4

- (1). Lokasi Pasar Modern berada di Ibukota Propinsi Daerah Tingkat I ditetapkan berdasarkan Rencana Tata Ruang Wilayah Kota (RTRWK);
- (2). Penetapan lokasi Pasar Modern di Daerah Tingkat II yang perkembangan kota dan tingkat ekonominya sangat pesat dan berlokasi di luar Ibukota Propinsi Daerah Tingkat I harus memperoleh ijin secara khusus dari Menteri
- (3) Keberadaan Pasar Modern sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan (2) wajib ikut menumbuh kembangkan kegiatan usaha Pasar Tradisional dan Pengusaha Kecil dan Menengah melalui kemitraan;

Bersama ini di keluarkan, Ketentuan pada ayat 3 harus di penuhi secara bertahap, disamping harus mempertimbangkan kondisi dan perkembangan sosial ekonomi masyarakat setempat.

### Pasal 5

Ketentuan teknis pelaksanaan Keputusan Bersama ini di atur secara bersama-sama atau sendiri-sendiri sesuai kemenangan Menteri masing-masing.

### Pasal 6

Sebagai pelaksanaan dan keputusan bersama ini, Menteri Perindustrian dan Perdagangan membentuk Tim Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan yang beranggotakan terdiri dari instansi terkait.

### Pasal 7

Keputusan Bersama ini berlaku sejak tanggal ditetapkan

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengumuman Keputusan Bersama ini dengan penempatannya dalam Berita Negara Republik Indonesia.

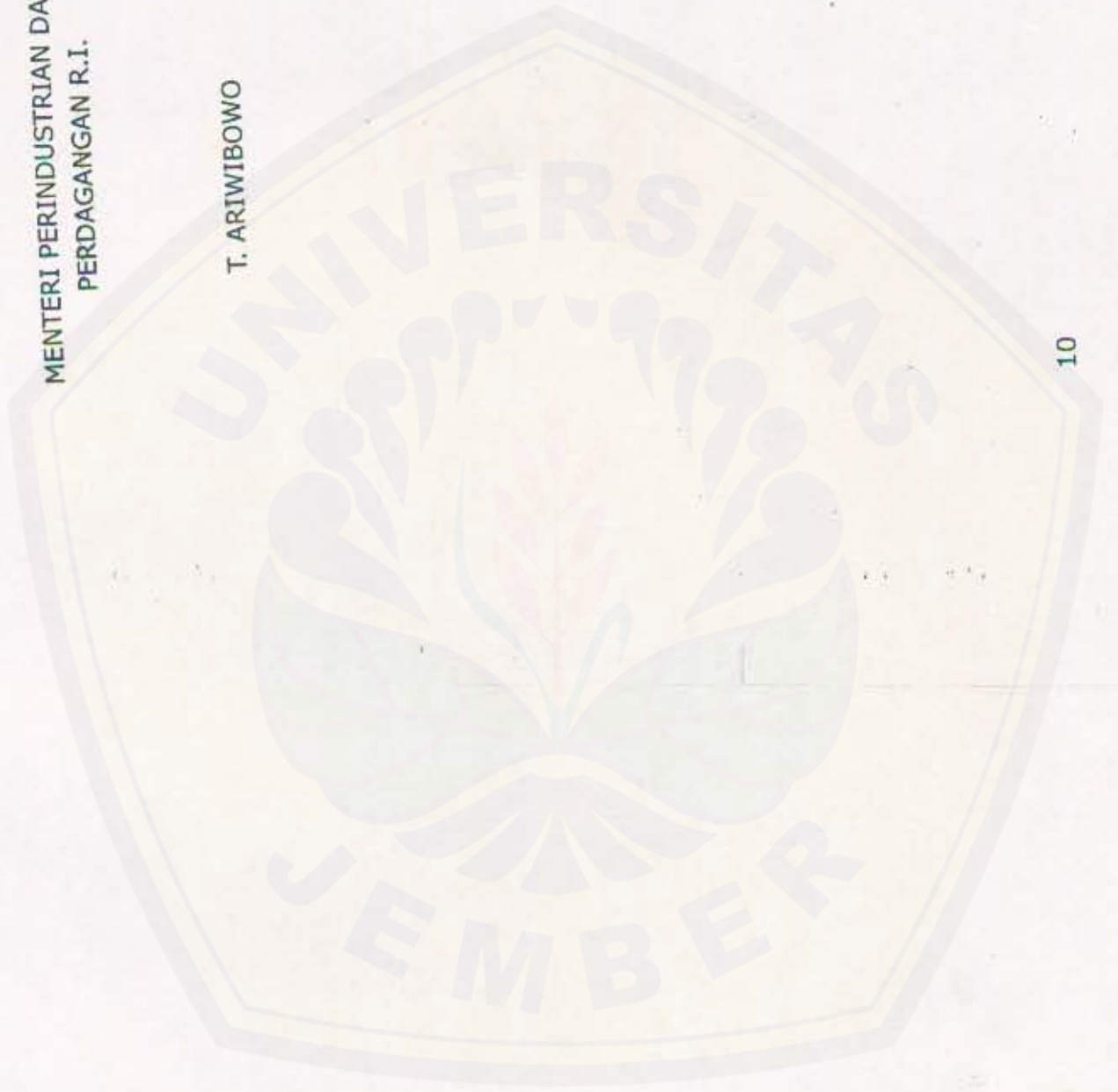
Ditetapkan di : JANGKARIA  
Pada Tanggal : 12 MEI 1997

MENTERI PERINDUSTRIAN DAN MENTERI DALAM NEGERI  
PERDAGANGAN R.I.

MOH. YOGIE S.M.

T. ARIWIBOWO

Digital Repository Universitas Jember





**LAMPIRAN 7**





Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia

KEPUTUSAN  
MENTERI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN  
REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR : 261/MPP/Kep/7/1997

TENTANG  
PEMBENTUKAN TIM PENATAAN DAN PEMBINAAN  
PASAR DAN PERTOKOAN PUSAT

MENTERI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN  
REPUBLIK INDONESIA

Menimbang : a. bahwa sebagai Pelaksanaan Keputusan Bersama Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri Nomor 145/MPP/Kep/5/1997 dan Nomor 57 Tahun 1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan, perlu Membentuk Tim Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan Pusat;



- Mengingat :
1. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 1974 tentang Pokok-Pokok Organisasi Departemen;
  2. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 96/M Tahun 1993 tentang Pembentukan Kabinet Pembangunan VI sebagaimana telah diubah dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 388/M Tahun 1995;
  3. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1994 tentang Pelaksanaan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Negara sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1997;
  4. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1996 tentang Perubahan atas Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 1984 tentang Susunan Organisasi Departemen sebagaimana telah dua puluh lima kali diubah terakhir dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 61 Tahun 1995;

5. Surat Keputusan Bersama Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri Nomor 145/MPP/Kep/5/1997 dan Nomor 57 Tahun 1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Dan Pertokoan;
6. Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 29/MPP/SK/2/1996 jo. Nomor 92/MPP/Kep/4/1996 tentang Organisasi dan Tata Kerja Departemen Perindustrian dan Perdagangan.

### MEMUTUSKAN

Menetapkan :

- PERTAMA** : Membentuk Tim Penataan dan Pembinaan pasar dan Pertokoan Pusat yang selanjutnya dalam Keputusan ini disebut Tim dengan susunan anggota sebagai berikut :
1. Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, Departemen Perindustrian dan Perdagangan, sebagai Ketua merangkap Anggota.
  2. Direktur Jenderal Pemerintahan Umum dan Otonomi Daerah, Departemen Dalam Negeri, sebagai Wakil Ketua merangkap Anggota.



3. Direktur Bina Pasar Dalam Negeri, Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, Departemen Perindustrian dan Perdagangan, sebagai Sekretaris I merangkap Anggota
4. Direktur Bina Pemerintahan Kota, Direktorat Jenderal Pemerintahan Umum Dan Otoronomi Daerah, Departemen Dalam Negeri, sebagai Sekretaris II merangkap Anggota.
5. Wakil Sekretaris Kabinet, Kantor Menteri Negara / Sekretaris Kabinet, sebagai Anggota.
6. Direktur Jenderal Pembinaan Koperasi Perkotaan, Departemen Koperasi dan PPK, sebagai Anggota.
7. Direktur Jenderal Lembaga Keuangan, Departemen Keuangan, sebagai Anggota.
8. Kepala Badan Agribisnis, Departemen Pertanian sebagai Anggota.
9. Asisten Bidang Prasarana dan Jasa, Kantor Menteri Koordinator Bidang Ekonomi Keuangan dan Pengawasan Pembangunan sebagai Anggota.

10. Asisten Bidang Iklim Usaha, Kantor Menteri Koordinator Bidang Produksi dan Distribusi, sebagai Anggota.

11. Staf Ahli Menteri Negara Perencanaan Pembangunan Nasional / Ketua BAPPENAS Bidang Perencanaan Ketenagakerjaan Nasional, sebagai Anggota.

12. Direktur Bidang Perkreditan, Bank Indonesia, sebagai Anggota.

13. Direktur Pembinaan Pembangunan Perkotaan, Direktorat Pembangunan Daerah, Departemen Dalam Negeri, sebagai Anggota.

14. Direktur Bina Usaha Dalam Negeri, Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, Departemen Perindustrian dan Perdagangan, sebagai Anggota.

15. Ketua Kompartemen Perdagangan Dalam Negeri, Kamar Dagang dan Industri Indonesia, sebagai Anggota.

#### KEDUA

: Tim bertugas :

1. Merumuskan kebijaksanaan, program operasional dan melaksanakan upaya pengembangan Pasar Tradisional dan



pedagang kecil dan menengah yang berkembang dengan cepat dan mandiri sehingga mampu bermitra dengan Pasar Modern;

2. Menyusun pola program pelaksanaan kemitraan yang mantap antara Pasar Modern dengan Pedagang Kecil dan Menengah dan Pasar Tradisional.

3. Mengkaji ulang dan merumuskan kebijaksanaan pola kegiatan usaha Pasar Modern yang telah berdiri agar dapat berkembang secara serasi sesuai kondisi perkembangan sosial ekonomi masyarakat setempat;

4. Menyiapkan rencana penetapan lokasi Pasar Modern sesuai dengan kondisi perkembangan sosial ekonomi masyarakat setempat;

5. Memberikan masukan dalam rangka penyusunan kebijaksanaan sesuai dengan pengembangan Pasar Modern termasuk pola kegiatan usaha, lokasi dan kemitraan dengan Pedagang Kecil dan menengah dan Pasar Tradisional serta petunjuk pelaksanaan

pertokoan kepada Menteri;

6. Memantau dan mengevaluasi pelaksanaan penataan dan pembinaan pasar dan pertokoan.

7. Melaksanakan koordinasi sebaik-baiknya dengan instansi. Lembaga dan dunia usaha terkait agar program dan kegiatan kerja sebagaimana di maksud dalam keputusan ini dapat terlaksana.

KETIGA : Dalam pelaksanaan tugasnya, Ketua Tim bertanggung jawab dan wajib menyampaikan laporan secara berkala kepada Menteri Perindustrian dan Perdagangan dengan tembusan kepada Menteri Dalam Negeri.

KEEMPAT : Untuk membantu kelancaran tugas Tim. Ketua Tim dapat membentuk Kelompok Kerja dan Sekretariat.

KELIMA : Gubernur KDH Tingkat I dapat membentuk Tim Terpadu Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan Daerah sesuai dengan kebutuhan



perkembangan Pasar. Mendorong dan Menengah di daerahnya dan Pedagang Kecil dan Menengah di daerahnya dengan keanggotaan seluruh instansi yang terkait dan berdasarkan ketentuan dalam keputusan ini.

**KEENAM** : Tim Terpadu Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan Daerah wajib melakukan koordinasi dan sinkronisasi berdasarkan kebijaksanaan yang di tetapkan oleh Tim Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan Pusat serta menyampaikan laporan hasil kegiatannya secara berkala kepada Gubernur KDH Tingkat I untuk selanjutnya di laporkan kepada Menteri Perindustrian dan Perdagangan melalui Ketua Tim Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan Pusat dan tembusan Menteri Dalam Negeri.

**KETUJUH** : Semua biaya yang di keluarkan sehubungan dengan penyelenggaraan tugas Tim dibebankan kepada Departemen Perindustrian dan Perdagangan serta anggaran masing-masing Departemen / instansi terkait.

**KEDELAPAN** : Keputusan ini berlaku pada tanggal di tetapkan.

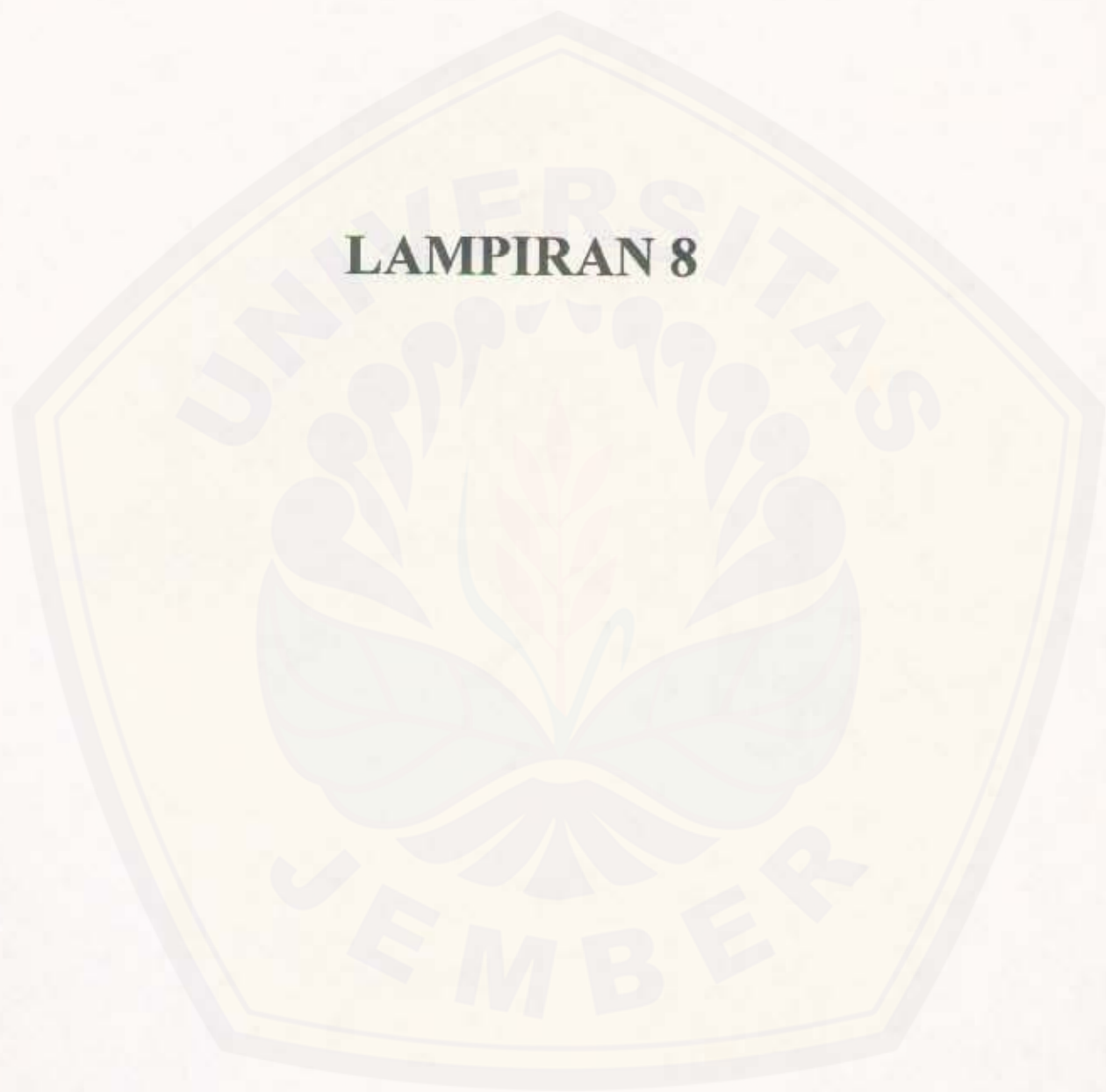
T. ARIWIBOWO

Salinan keputusan ini disampaikan kepada:

1. Ketua Badan Pemeriksa Keuangan
2. Menteri Dalam Negeri
3. Kepala Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan
4. Direktur Jenderal Anggaran, Departemen Keuangan
5. Para Pejabat Eselon 1 Departemen Perindustrian dan Perdagangan
6. Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Seluruh Indonesia.
7. Kepala Biro Keuangan dan Kepala Biro Hukum dan Organisasi Departemen Perindustrian dan Perdagangan.
8. Kepala KPKN Jakarta.
9. Yang bersangkutan.
10. Peninggal.



**LAMPIRAN 8**





Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia

**KEPUTUSAN MENTERI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN  
REPUBLIK INDONESIA**

**NOMOR : 420/MPP/Kep/10/1997**

**TENTANG**

**PEDOMAN PENATAAN DAN PEMBINAAN PASAR DAN PERTOKOAN**

**MENTERI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN  
REPUBLIK INDONESIA**

Menimbang : a. bahwa sebagai pelaksana Surat Keputusan Bersama Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri Nomor 145/MPP/Kep/5/97 dan Nomor 57 Tahun 1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan, maka perlu menetapkan Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan.

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan.

- Mengingat :
1. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 1974 tentang Pokok-pokok Organisasi Departemen.
  2. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 96/M Tahun 1993 tentang Pembentukan Kabinet Pembangunan VI sebagaimana telah di ubah dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 388/M Tahun 1995;
  3. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1994 tentang Pelaksanaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1997;
  4. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1996 tentang Perubahan Atas Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 1994 tentang Susunan Organisasi Departemen sebagaimana telah dua puluh lima kali di ubah terakhir dengan



Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 61 Tahun 1995;

5. Keputusan bersama Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri Nomor 145/MPP/Kep/5/97 dan Nomor 57 Tahun 1997 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan.

6. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 29/MPP/Sk/2/1996 jo. Nomor 92/MPP/Kep/4/1996 tentang Organisasi dan Tata Kerja Departemen Perindustrian dan Perdagangan.

7. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 261/MPP/Kep/7/97 tentang Pembentukan Tim Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan Pusat ;

M E M U T I I S K A N

- Menetapkan :
- PERTAMA : Memberlakukan Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan sebagaimana tercantum pada Lampiran Keputusan ini.
- KEDUA : Pedoman sebagaimana dimaksud pada

pelaksanaan dalam rangka pengaturan, pembinaan, pengembangan dan pengendalian Pasar Modern di Daerah Tingkat I dan Daerah Tingkat II melalui penataan lokasi dan pembangunan pasar dan pertokoan, Pola Kemitraan Pengusaha Pasar Modern dengan Pedagang Kecil dan Menengah, Koperasi, serta Pasar Tradisional, dan mengembangkan kegiatan usaha perdagangan di pasar dan pertokoan.

KETIGA : Pelaksanaan tindak lanjut dari Pedoman pelaksanaan tersebut, diselenggarakan oleh Departemen / lembaga terkait sesuai dengan bidang tugas masing-masing dengan menggunakan pedoman pelaksanaan sebagaimana dalam lampiran keputusan ini.

KEEMPAT : Pelanggaran-pelanggaran ketentuan dalam keputusan ini dapat di kenakan sanksi pencabutan perizinan yang telah di perolehnya yang pelaksanaannya dilakukan oleh Departemen atau lembaga terkait sesuai kewenangan masing-masing.

KELIMA : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal di tetapkannya.



Memerintahkan pengumuman keputusan ini dengan penempatannya dalam Berita Negara Republik Indonesia.

Di tetapkan di Jakarta  
Pada tanggal 31 oktober 1997

MENTERI PERINDUSTRIAN DAN  
PERDAGANGAN R.I

T. ARIWIBOWO

## PEDOMAN PENATAAN DAN PEMBINAAN PASAR DAN PERTOKOAN

### 1. UMUM

Pembangunan telah memberikan hasil dengan pertumbuhan ekonomi rata-rata 7% per tahun dan mendorong peningkatan pendapatan per kapita pada tahun 1996 menjadi US \$ 1.094, sedangkan daya beli efektif masyarakat lebih besar dari pendapatan perkapita juga telah meningkatkan kesejahteraan masyarakat baik di perkotaan maupun di pedesaan.

Dengan semakin meningkatnya dinamika kehidupan masyarakat dipertokaan maupun di pedesaan telah menimbulkan berbagai alternatif kegiatan ekonomi yang di tandai dengan meningkatnya daya beli, berkembangnya kemampuan produksi barang dan jasa sekaligus meningkatkan permintaan terhadap barang dan jasa, baik dari segi jumlah, kualitas, waktu pelayanan yang sesingkat mungkin, serta tuntutan masyarakat konsumen atas preferensi lainnya.

Dalam menghadapi tuntutan masyarakat tersebut, timbul fenomena baru dengan munculnya pasar Modern seperti Mal, Supermarket, Departemen Store, dan Shopping Centre, yang dalam perkembangannya kurang terencana utamanya dalam



lokasi dan membentuk sinergi dengan pedagang kecil dan menengah, Koperasi, serta Pasar Tradisional dan atau Pasar yang di dalamnya terdapat pertokoan yang dimiliki / di kelola oleh pedagang kecil dan menengah, dan Koperasi.

Pasar Modern (Mal, Supermarket, Departemen Store, dan Shopping Centre) berkembang dengan pesat sampai ke daerah tingkat II di luar Ibukota Propinsi, dan tumbuhnya kurang terkoordinasi sehingga apabila tidak di arahkan secara dini akan dapat mengakibatkan tersusurnya Pedagang Kecil dan Menengah, Koperasi serta Pasar Tradisional.

Untuk menghindari dampak kehadiran Pasar Modern yang dapat menekan perkembangan Pedagang Kecil dan Menengah, Koperasi, serta Pasar Tradisional, maka pertumbuhan dan perkembangan Pasar Modern perlu ditata dan dibina kembali agar Pedagang Kecil dan Menengah, Koperasi serta Pasar Tradisional, dapat tumbuh dan berkembang dalam mengisi peluang usaha yang terbuka.

Dalam kaitan ini, maka pembentukan Rencana Tata Ruang Wilayah Kota (RTRWK) dan Rencana Detail Tata Ruang Wilayah Kota (RDRWK) yang serasi dan memenuhi syarat dasar dari penataan lokasi kegiatan yang di tentukan dalam suatu perkotaan akan dapat membantu terwujudnya upaya pengembangan Pedagang Kecil dan Menengah, Koperasi, serta Pasar Tradisional yang maju dan mantap.

Untuk menciptakan sinergi antara pengusaha Pasar Modern dengan Pedagang Kcil dan Menengah, Koperasi serta Pasar

Untuk menciptakan sinergi antara pengusaha Pasar Modern dengan Pedagang Kecil dan Menengah, Koperasi serta Pasar Tradisional, maka di tetapkan keputusan Bersama Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri dan masing-masing Nomor 145/MPP/Kep/5/97 dan Nomor 57 Tahun 1997, tentang Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan tanggal 12 Mei 1997. Tujuan utamanya adalah untuk menciptakan sinergi antara Pasar Modern dengan Pedagang Kecil dan Menengah, Koperasi, serta Pasar Tradisional, dengan kejelasan kewenangan dalam pengaturan, pembinaan, pengembangan dan pengendalian Pasar Modern. Kegiatan ini di wujudkan dalam bentuk penataan lokasi dan pembangunan Pasar dan Pertokoan, mengatur, membina dan mengembangkan kegiatan usaha perdagangan di Pasar dan Pertokoan sekaligus memperkuat kemampuan Pedagang Kecil dan Menengah, dan Koperasi, serta Pasar Tradisional agar dapat berkembang menjadi usaha yang tangguh maju dan mandiri.

## II. PENGERTIAN

1. Pasar adalah tempat bertemunya pihak penjual dan pihak pembeli untuk melaksanakan transaksi di mana proses jual beli terbentuk, yang menurut kelas mutu pelayanan dapat di golongkan menjadi pasar Tradisional dan Pasar Modern dan menurut sifat pendistribusiannya dapat digolongkan menjadi Pasar Eceran dan Pasar Perkulakan/Grosir.



2. Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, Koperasi atau swadaya masyarakat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda, yang dimiliki / dikelola oleh pedagang Kecil dan Menengah, dan Koperasi dengan usaha skala kecil dan model kecil dan dengan proses jual beli melalui tawar-menawar.
3. Pasar Modern adalah pasar yang di bangun oleh Pemerintah, Swasta, atau Koperasi yang dalam bentuknya berupa Mal, Supermarket, Departemen Store, dan Shopping Centre dimana pengelolannya di laksanakan secara Modern, dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan, bermodal relatif kuat, dan dilengkapi label harga yang pasti.
4. Pedagang Kecil dan Menengah dan Koperasi adalah pengusaha yang melakukan kegiatan usaha sebagaimana dimaksud Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil serta Peraturan dan perundangan yang ditetapkan kemudian.
5. Pertokoan adalah suatu wilayah lingkungan /tempat/ bagian perkotaan dimana terdapat bangunan toko-toko sepanjang tepi jalan dan atau wilayah lain yang dapat di jangkau oleh transportasi dan masyarakat, dan di tetapkan oleh Pemerintah Daerah sebagai daerah pertokoan yang pengelolaan dilakukan secara mandiri oleh Pedagang Kecil dan Menengah, dan Koperasi, dimana tata pelayanannya

- dapat menggunakan cara pelayanan modern dan teknologi maju antara lain swalayan.
6. Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorng atau badan hukum. Koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan sebagaimana di maksud pada Undang-Undang No.25 Tahun 1992 tentang Koperasi.
  7. Kemitraan adalah kerjasama usaha antara : Pengusaha Besar, Pasar Modern, dengan Pedagang Kecil dan Menengah, Koperasi, serta Pasar Tradisional disertai pembinaan dan pengembangan oleh Pasar Modern dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.
  8. Pasar Modern yang akan dibina terdiri dari Pasar Modern yang sudah operasional, sudah dibangun tapi belum operasional, sedang dalam proses pembangunan dan yang baru memiliki ijin prinsip tetapi belum mulai dibangun serta pernihonan baru baik sebelum maupun sesudah dalam rangka Surat Keputusan Bersama.

### III. TUJUAN

1. Mewujudkan sinergi yang saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan antara pengusaha Pasar Modern dengan Pedagang Kecil dan Menengah,



Koperasi serta Pasar Tradisional agar dapat tumbuh dan berkembang dengan lebih cepat sebagai upaya terwujudnya tata perdagangan dan pola distribusi nasional yang mantap, lancar, efisien, dan berkelanjutan.

2. Memberdayakan Pedagang Kecil dan Menengah dan Koperasi agar menjadi tangguh, maju, dan mandiri.
3. Mewujudkan kemitraan usaha antara : Pengusaha Besar Pasar Modern dengan Pedagang Kecil dan Menengah, Koperasi, serta Pasar Tradisional didalam tatanan perdagangan yang efisien dan berdaya saing tinggi.

#### IV. PENATAAN DAN PEMBINAAN

##### A. PASAR MODERN SEBELUM TERBITNYA SURAT KEPUTUSAN INI.

1. Departemen Dalam Negeri melakukan pendataan mengenai Pasar Modern yang dibangun /akan dibangun sebelum terbitnya surat keputusan ini, baik yang berada di Ibukota Propinsi Tingkat I, maupun yang berada di daerah Tingkat II diluar Ibukota Propinsi yang meliputi :
  - a. Yang sudah operasional
  - b. Yang sudah selesai dibangun tetapi belum operasional.
  - c. Yang sedang dalam proses pembangunan.
  - d. Yang baru memiliki izin prinsip dan belum mulai dibangun.

2. Departemen Perindustrian dan Perdagangan melakukan pendataan perizinan industri dan perdagangan dan pola kemitraan yang sudah /direncanakan dilaksanakan oleh pasar modern.

3. Departemen Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil melakukan selain bantuan yang telah ada, meningkatkan pemberdayaan Pedagang Kecil dan Menengah, dan Koperasi, agar dapat tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang maju dan mandiri dalam kaitan memanfaatkan peluang yang ada dengan pesatnya hasil pembangunan nasional.
4. Pasar Modern sebagaimana di maksud dalam angka I a, b, c, yang berada di Daerah Tingkat II diluar Ibukota Propinsi Tingkat I akan dievaluasi khusus mengenai kelengkapan data pendukung seperti AMDAL SOSEK, pola kemitraan, Studi Kelayakan, SITU/peruntukan lahan serta saran dan pendapat Menteri Dalam Negeri dan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil. Apabila semuanya telah lengkap, maka ijin khusus Pasar Modern akan di berikan oleh Menteri Perindustrian dan Perdagangan.

5. Pasar Modern sebagaimana yang dimaksud dalam angka I diatas, harus menyesuaikan perizinannya sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Menteri Perindustrian dan Perdagangan dalam surat Keputusan ini.



## B. PENYUSUNAN DAFTAR DAERAH TINGKAT II UNTUK PENDIRIAN PASAR MODERN.

- 1 Menteri Perindustrian dan Perdagangan dengan mempertimbangkan saran dan pendapat Menteri Dalam Negeri dan pemerintah daerah terkait, menetapkan untuk jangka waktu 5 tahun Daerah Tingkat II yang berdasarkan pertimbangan perkembangan kota dan sosial ekonominya dapat didirikan Pasar Modern.
- 2 Daftar tersebut sewaktu-waktu dapat di sempurnakan sesuai dengan perubahan perkembangan kota dan sosial ekonomi setelah di bahas melalui Tim Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan Pusat sebagai mana di maksud pada Surat Keputusan Bersama Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan.
- 3 Departemen Perindustrian dan Perdagangan, bersama-sama dengan Departemen Dalam Negeri dan Departemen Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil, menyusun profil pasar dan pertokoan secara nasional untuk menetapkan proyeksi akan kebutuhan Pasar Modern.

## C. PASAR MODERN SESUDAH TERBITNYA SURAT KEPUTUSAN INI.

1. Pasar Modern dapat di bangun di semua Ibukota Propinsi Daerah Tingkat I, dan harus berada di lokasi peruntukan

sesuai dengan Rencana Tata Ruang Wilayah Kota (RTRWK) dan atau Rencana Detail Tata Ruang Wilayah Kota (RDTRWK) tanpa memerlukan ijin Khusus Pasar Modern dari Menteri Perindustrian dan Perdagangan.

2. Pembangunan Pasar Modern di Daerah Tingkat II diluar Ibukota Propinsi Daerah Tingkat I hanya boleh di laksanakan di Daerah Tingkat II yang ditetapkan oleh Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan harus berada di lokasi sesuai dengan peruntukan sebagaimana tercantum dalam RTRWK dan RDTRWK serta memiliki ijin Khusus Pasar Modern dari Menteri Perindustrian dan Perdagangan.
3. RTRWK dan RDTRWK, yang ditetapkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku harus memenuhi tata pemanfaatan ruang yang serasi yang mencakup pemukiman, suatu hamparan daerah pertokoan yang lebih mengutamakan toko yang banyak /tersebar, wilayah hiburan, rekreasi, pendidikan, tempat ibadah, fasilitas, ekonomi, dan fasilitas perkotaannya yang lengkap.
4. Ibukota Propinsi Daerah Tingkat I dan Daerah Tingkat II diluar Ibukota Propinsi Daerah Tingkat I yang belum memiliki RTRWK dan RTRWK tidak diperkenankan mengajukan usul pembangunan pasar Modern.
5. Permohonan Ijin Khusus Pasar Modern kepada Menteri Perindustrian dan Perdagangan harus dilengkapi dengan



AMDAL SOSEK terutama kajian aspek sosial budaya, pola kemitraan dengan Pedagang Kecil dan Menengah, Koperasi, serta Pasar Tradisional, pola kerjasama usaha dagang, tata cara pembayaran, dan rencana kerja yang jelas dan dilengkapi saran dan pendapat Menteri Dalam Negeri dan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil.

6. Sebeium mengeluarkan Ijin Khusus Pasar Modern, Menteri Perindustrian dan Perdagangan dapat menghimpun masukan dari Kamar Dagang dan Industri Indonesia/ Kamar Dagang dan Industri Indonesia Daerah (KADIN/ KADINDA), Asosiasi, anggota masyarakat, Pedagang Kecil dan Menengah, dan Koperasi.

7. Menteri Perindustrian dan Perdagangan berdasarkan saran dan pendapat Menteri Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah terkait menetapkan ketentuan mengenai tata cara dan jam kerja Pasar Modern sehingga serasi dengan kegiatan Pedagang Kecil dan Menengah, Koperasi, serta Pasar Tradisional.

D. PENDIRIAN PASAR MODERN SEKURANG-KURANGNYA WAJIB MEMENUHI PERSYARATAN :

1. Luas lahan minimal 2000 m<sup>2</sup>
2. Tinggi bangunan dan Koefisien Dasar Bangunan (KDB) ditetapkan sesuai dengan ketentuan dalam peraturan daerah yang dikaitkan dengan tatanan kebutuhan ruang sesuai dengan RTRWK dan RDTRWK.

3. Lokasi Pasar harus berada di lingkungan dengan lebar jalan raya minimal 12 m dan jarak dari persimpangan sedikitnya 200 m, serta tersedia lapangan parkir resmi yang memadai.

4. Keberadaan Pasar Modern Harus mempertimbangkan keberadaan Pedagang Kecil dan Menengah, Koperasi, serta Pasar Tradisional.

5. Memperoleh Ijin Khusus Pasar Modern dari Menteri Perindustrian dan Perdagangan.

#### E. POLA KEMITRAAN.

1 Untuk dapat memberikan gambaran yang jelas tentang pengembangan pola kemitraan akan diadakan percontohan yang jumlah dan lokasi akan ditentukan kemudian oleh Tim.

2 Untuk mewujudkan percontohan ini, para Bupati/ Walikota/madya melalui Gubernur KDH Tingkat I mengajukan usulan beserta pertimbangan latar belakang pemikirannya kepada Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri.

3 Departemen Perindustrian dan Perdagangan dan Departemen Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil bersama dengan instansi teknis terkait mengembangkan program pola kemitraan sesuai dengan Peraturan Perundangan yang berlaku



## F. OPERASIONAL

1. Untuk menjamin kelangsungan usaha yang adil dan bertanggung jawab antara Pasar Modern dengan Pedagang Kecil dan Menengah, Koperasi, serta Pasar Tradisional. Menteri Perindustrian dan Perdagangan menetapkan jenis kemitraan dan tata hubungan kerjasama perdagangan serta sistem pembayaran antara pengusaha Pasar Modern dengan Pedagang Kecil dan Menengah, Koperasi, serta Pasar Tradisional.

2. Departemen Perindustrian dan Perdagangan bekerja sama dengan instansi terkait melaksanakan pelatihan pengembangan manajemen kepada kepala Dinas/Sub Dinas/Seksi Pasar pada Pemerintah Daerah Tingkat II dan Pengelola Pasar Tradisional secara selektif untuk dapat meningkatkan kemampuan keusahaan pasar.

3. Departemen Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil membina program kemitraan Pedagang Kecil dan Menengah, Koperasi, serta Pasar Tradisional, agar dapat berkembang guna mengisi peluang usaha yang terbuka sehingga mampu bermitra dengan Pasar Modern.

4. Departemen Keuangan mengembangkan jenis permodalan yang sesuai dan dapat membantu pengembangan usaha Pedagang Kecil dan Menengah dan Koperasi.

5. Bank Indonesia mengembangkan pola pembiayaan bagi Usaha Kecil dan Koperasi yang produktif.

6. Departemen Pertanian memperkenalkan dan mengembangkan usaha-usaha pertanian dengan peningkatan nilai tambah dalam proses pengolahan dan kegiatan pasca panen oleh Pedagang Kecil dan Menengah, Koperasi, serta Pasar Tradisional dan menyampaikan informasi perdagangan.

7. Pasar Modern dapat memilih jenis kemitraan yang ditetapkan oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan, dan Departemen Koperasi dan Pembinaan Pengusaha kecil

## V. KOORDINASI

1. Tim Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan Pusat sebagaimana di maksud dalam keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No.261/MPP/Kep/7/1997 melaksanakan koordinasi penyelesaian tugas sebagaimana dimaksud dalam keputusan tersebut di tingkat pusat. Serta penyempurnaan kebijaksanaan tentang penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan di daerah sepanjang dipandang diperlukan dari waktu-ke waktu.

2. Di tingkat daerah dibentuk Tim dimana Gubernur Kepala Daerah Tingkat I bertindak sebagai Ketua dan Kepala



Kantor Wilayah Departemen Perindustrian dan Perdagangan bertindak sebagai Sekretaris, dan Anggota dari instansi terkait termasuk KADINDA untuk melakukan pengawasan dan pengendalian terhadap keberadaan Pasar Modern, baik yang berada di Ibukota Propinsi maupun yang berada di luar Ibukota Propinsi serta pelaksanaan kemitraan antara pengusaha Pasar Modern dengan Pedagang Kecil dan Menengah, Koperasi, serta Pasar Tradisional.

#### MENTERI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN

T. ARIWIBOWO

DEPARTEMEN PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN R.I  
DIREKTORAT JENDERAL PERDAGANGAN DALAM NEGERI

Jalan M I. Ridwan Rais No.5 JAKARTA 10110  
Telpon : 3858171. 5 Pes. 1105. fax : 3857338

Nomor : 300 /DJPDN / XI / 97 Jakarta, 20 Nopember 1997

Lampiran :

Perihal : Prosedur Perijinan  
Pasar Modern

Kepada YTH.  
Kepala Kantor Wilayah  
Departemen  
Perindustrian dan  
Perdagangan  
di-  
Seluruh Indonesia

Sehubungan dengan Keputusan Bersama Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri No. 145/MPP/Kep/5/97 Jan No. 57 Tahun 1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan serta Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 420/MPP/Kep/10/97 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan (copy terlampir), bersama ini kami sampaikan hal-hal sebagai berikut :

1. Pasar Modern yang berada di DATI II di luar Ibukota Propinsi Daerah Tingkat I, baik yang sudah operasional sebelum terbitnya Keputusan Bersama Menteri Perindustrian dan



Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri No. 5/1997 dan No. 57 Tahun 1997, maupun yang akan operasional (yang sudah selesai dibangun tapi belum operasional, yang sedang dalam proses pembangunan, dan yang baru memiliki ijin prinsip dan belum mulai di bangun), sebelum terbitnya Keputusan Bersama dimaksud, harus mendapat Ijin Khusus dari Menteri Perindustrian dan Perdagangan.

2. Pembangunan Pasar Modern di Daerah Tingkat II di luar Ibukota Propinsi Daerah Tingkat I yang akan dibangun setelah terbitnya Keputusan Bersama dimaksud, hanya boleh dilaksanakan di Daerah Tingkat II yang lokasinya akan ditetapkan oleh Menteri Perindustrian dan Perdagangan, dan harus sesuai dengan peruntukan sebagaimana tercantum dalam Rencana Tata Ruang Wilayah Kota (RTRWK) dan Rencana Detail Tata Ruang Wilayah Kota (RDTRWK).

3. Permohonan untuk mendapatkan Ijin Khusus sebagaimana dalam butir 1, disampaikan oleh Penanggung Jawab/ Penyelenggara Pasar Modern kepada Menteri Perindustrian dan Perdagangan dengan tembusan kepada Menteri Dalam Negeri, Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil, dan Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, serta di lengkapi persyaratan Sebagai berikut :

1. Surat Ijin Prinsip dari Walikota/madya / Bupati KDH Tk II dilampiri RTRWK/RDTRWK.

3. Surat Ijin Undang-Undang Gangguan (HU).

4. Surat Ijin Tempat Usaha (SITU).

5. Ijin Mendirikan Bangunan (IMB).

6. Surat Peruntukan Lahan (HGB).

7. Akte Pendirian Perusahaan.

8. Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP).

9. Tanda Daftar Perusahaan (TDP).

10. Program Kemitraan.

11. Surat Pernyataan Kesanggupan melaksanakan dan mematuhi ketentuan yang berlaku bagi Pasar Modern khususnya yang berkaitan dengan Gerakan Kemitraan Usaha Nasional (GKUN).

12. Upaya Pemantauan Lingkungan dan Komponen Lingkungan, AMDAL/SEK, Kajian Aspek Sosial Budaya.

13. Surat Kepala Kantor Wilayah Departemen Perindustrian dan Perdagangan

14. Surat Gubernur Kepala Daerah Tingkat I.

15. Saran dan Pendapat Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil.

16. Saran dan Pendapat Menteri Dalam Negeri.

4. Pasar Modern yang dibangun di Ibukota Propinsi Daerah Tingkat I, harus berada di lokasi peruntukan sesuai dengan Rencana Tata Ruang Wilayah Kota (RTRWK) dan atau Rencana Detail Tata Ruang Wilayah Kota (RDTRWK) tanpa memerlukan Ijin Khusus dari Menteri Perindustrian dan Perdagangan. Namun demikian Pasar Modern ini harus



melaksanakan Program Kemitraan dan Menengah, Koperasi, serta Pasar Tradisional.

5. Mengingat pentingnya Program Kemitraan antara Penanggung Jawab/Penyelenggara Pasar Modern dengan Pengusaha Kecil dan Menengah, Koperasi, serta Pasar Tradisional sebagaimana pada butir 3, dan 4, perlu dirinci sedikitnya harus memuat :

- 1) Pola dan Rincian Kerjasama Kemitraan Usaha Dagang.
- 2) Tata Cara Pembayaran.
- 3) Rencana Kerja yang jelas termasuk upaya mendukung keusahaan Pengusaha Kecil dan Menengah, Koperasi, serta Pasar Tradisional yang bekerjasama dengan Pasar Modern.
- 4) Pola Perlindungan Bagi Mitra Usaha.

Rincian Program Kemitraan untuk Pasar Modern di DATI II di luar Ibukota Propinsi Daerah Tingkat I harus diketahui oleh Kepala Kantor Departemen perindustrian dan perdagangan dan Kepala Kantor Departemen Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil setempat, sedang Rincian Program Kemitraan untuk Pasar Modern yang berada di DATI II di Ibukota Propinsi Daerah Tingkat I, harus diketahui oleh Kepala Kantor Wilayah Departemen Perindustrian dan perdagangan dan Kepala Kantor Wilayah Departemen Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil

6. Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri bersama dengan instansi terkait akan mengevaluasi Program Kemitraan sebagaimana dimaksud pada butir 5 untuk

Perdagangan.

7. Bagi Pasar Modern yang akan didirikan di DATI II diluar Ibukota Propinsi Daerah Tingkat I, Program Kemitraan merupakan prasyarat Pemberian Ijin Khusus Pasar Modern oleh Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Surat Ijin Usaha Pasar Modern (SIUPM), sedangkan Pasar Modern yang berlokasi di DATI II di Ibukota Propinsi Daerah Tingkat I, Program Kemitraan merupakan prasyarat khusus untuk pemberian SIUPM.
8. Tata cara Pemberian SIUPM, diatur tersendiri dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan .
9. Kami minta Saudara menginventarisasi seluruh Pasar Modern (Nama Perusahaan, Alamat Lengkap, Penanggung Jawab, Direksi, Program Kemitraan, Tenaga Kerja) yang berada di wilayah kerja Saudara, dan melaporkan hasilnya kepada kami sebelum tanggal 20 Desember 1997.
- 10 Selanjutnya kami minta agar Saudara melaporkan realisasi pelaksanaan Program Kemitraan dan hal-hal lain yang dianggap penting setiap Triwulan Tahun Anggaran.

**DIREKTUR JENDERAL  
PERDAGANGAN DALAM NEGERI**  
Selaku  
**KETUA TIM PENATAAN DAN PEMBINAAN  
PASAR DAN PERTOKOAN PUSAT**

**ILCHAIDI ELIAS**

Tembusan disampaikan kepada Yth.

- 1 Menteri Perindustrian dan Perdagangan
- 2 Menteri Dalam Negeri
- 3 Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil
- 4 Sekretaris Jenderal DEPPERINDAG
- 5 DIRJEN PUOD, DEPDAGRI
- 6 DIRJEN Pembinaan Koperasi Perkotaan, DEPKOP dan PPK
- 7 DIRJEN Pembinaan Pengusaha kecil, DEPKOP dan PPK
- 8 Pertinggal.



**LAMPIRAN 9**





Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia

KEPUTUSAN  
MENTERI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN  
REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR : 107 /MPP/Kep/2/1998

TENTANG

KETENTUAN DAN TATA CARA PEMBERIAN IZIN USAHA  
PASAR MODERN

MENTERI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN  
REPUBLIK INDONESIA

Menimbang : a. bahwa sebagai tindak lanjut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor : 420/MPP/Kep/10/1997 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan, dan dalam rangka reformasi ekonomi serta meningkatkan tertib usaha



perdagangan dan investasi, maka perlu menetapkan Tata Cara Pemberian Izin Usaha Pasar Modern;

b bahwa untuk itu perlu dikeluarkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan

Mengingat : 1. Peraturan Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan (Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 1997 Nomor. 91 dan Tambahan lembaran Negara Republik Indonesia nomor 3718);

2. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 1977 tentang Pengakhiran Kegiatan Usaha Asing Dalam Bidang Perdagangan sebagaimana telah diubah terakhir dengan Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 1997;

3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 tahun 1998 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 2 Tahun 1996 tentang Kegiatan Perusahaan Yang Didirikan Dalam Penanaman Modal Asing Di Bidang Ekspor dan Impor sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 1997;

Nomor 44 Tahun 1974 tentang Pokok-Pokok Organisasi Departemen;

5. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 96/M Tahun 1993 tentang Pembentukan Kabinet pembangunan VI sebagaimana telah diubah dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 388/M tahun 1995;

6. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1996 tentang Perubahan Atas Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 1994 tentang Susunan Organisasi Departemen sebagaimana telah dua puluh lima kali diubah terakhir dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 61 Tahun 1995;

7. Keputusan Bersama Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri Nomor 145/MPP/Kep/5/97 dan Nomor 57 Tahun 1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan;

8. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 29/MPP/SK/2/1996 jo Nomor 92/MPP/Kep/4/1996 tentang



9. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 261/MPP/Kep/7/97 tentang Pembentukan Tim Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan Pusat;
10. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 408/MPP/Kep/10/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pemberian Tanda Daftar Usaha Perdagangan (TDUP) dan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP);
11. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 420/MPP/Kep/10/1997 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan;
12. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23/MPP/Kep/1/1998 tentang Lembaga - Lembaga Usaha Perdagangan;

Menetapkan : KEPUTUSAN MENTERI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN TENTANG KETENTUAN DAN TATA CARA PEMBERIAN IZIN USAHA PASAR MODERN

BAB 1

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Keputusan ini yang dimaksud dengan :

1. Pasar Modern adalah pasar yang dibangun oleh Pemerintah, Swasta atau Koperasi yang dalam bentuknya berupa Mal, Supermarket, Departement Store, dan Shopping Center dimana pengelolaanya dilaksanakan secara modern dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada disatu tangan, bermodal relatif kuat, dan dilengkapi dengan label harga yang pasti, sebagaimana dimaksud dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 420/MPP/Kep/ 1997/;
2. Izin Usaha Pasar Modern (IUPM) adalah izin untuk dapat melaksanakan Pasar Modern yang diberikan oleh Menteri kepada Pengusaha Pasar Modern yang telah memenuhi persyaratan untuk menjalankan kegiatan usaha;



3. Tim adalah Tim Penataan dan Pembinaan Pasar dan Tokoan Pusat yang dibentuk dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 261/MPP/Kep/7/97.

4. Menteri adalah Menteri Perindustrian dan Perdagangan .

#### BAB 11

#### IZIN USAHA PASAR MODERN

##### Pasal 2

(1) Setiap Perusahaan yang melaksanakan kegiatan Usaha Pasar Modern wajib memperoleh Izin Usaha Pasar Modern (IUPM)

(2) Izin Usaha Pasar Modern (IUPM) diperlakukan sebagai Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

##### Pasal 3

(1) Kewenangan pemberian IUPM berada pada Menteri.

(2) Menteri melimpahkan kewenangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Kepada Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri.

##### Pasal 4

(1) IUPM berlaku selama Perusahaan Pasar Modern yang bersangkutan menjalankan Kegiatan usaha Pasar Modern

Pasar Modern yang bersangkutan.

(3) Perusahaan Pasar Modern yang telah memperoleh IUPM tidak diwajibkan memperoleh SIUP.

(4) Perusahaan Pasar Modern yang melakukan pemindahan tempat kedudukan/lokasi wajib memperoleh IUPM baru.

##### Pasal 5

Pasar Modern wajib melakukan kerjasama dengan pedagang kecil dan Menengah, Koperasi, serta Pasar Tradisional melalui pola kemitraan.

##### Pasal 6

(1) Pasar Modern dapat dilaksanakan di semua Ibukota Propinsi Daerah Tingkat I (DATI I) dan di Daerah tingkat II (DATI II) di Ibukota Propinsi Daerah Tingkat I (DATI I).

(2) Pasar Modern dapat dilaksanakan di semua tingkat Daerah Tingkat II (DATI II) di Ibukota Propinsi Daerah Tingkat I (DATI I) yang perkembangan kota dan ekonominya dianggap sangat pesat.

(3) Perusahaan yang melakukan kegiatan usaha Pasar Modern wajib berbentuk Badan Hukum.



Pendirian Pasar Modern sekarang-kurangnya memenuhi persyaratan teknis sebagaimana dimaksud dalam Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 420/MPP/Kep/10/1997 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan.

### BAB III

#### TATACARA PERMINTAAN IJIN USAHA PASAR MODERN (IUPM)

##### Pasal 8

(1) Permintaan IUPM diajukan kepada Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri dengan tembusan kepada Kepala Kantor wilayah Departemen Perindustrian dan Perdagangan dan kepada Kepala Kantor Departemen Perindustrian dan Perdagangan setempat.

(2) Permintaan IUPM sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib mengisi Surat Permintaan IUPM dengan menggunakan Formulir Model PM1 dan dilampiri dokumen asli dan copy sebagaimana tercantum pada Lampiran I Keputusan ini.

##### Pasal 9

(1) Selambat-lambatnya 5 (lima) hari kerja terhitung sejak diterimanya Surat Permintaan IUPM secara lengkap dan benar, Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri

ini.

(2) Apabila Surat Permintaan IUPM serta dokumen belum lengkap dan benar, maka selambat-lambatnya 5 (lima) hari kerja terhitung sejak diterimanya Surat Permintaan IUPM, Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri wajib memberitahukan secara tertulis kepada Perusahaan yang bersangkutan disertai alasan-alasannya.

(3) Selambat-lambatnya 14 (empat belas) hari kerja sejak diterimanya pemberitahuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2), Perusahaan yang bersangkutan wajib melakukan perbaikan dan apabila dalam waktu tersebut pengusaha yang bersangkutan tidak melakukan perbaikan, maka Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri menolak permintaan untuk memperoleh IUPM.

(4) Perusahaan yang ditolak permintaan untuk memperoleh IUPM dapat mengajukan kembali permintaan IUPM baru.

##### Pasal 10

(1) Apabila IUPM yang telah diperoleh Perusahaan rusak tidak terbaca atau hilang, Perusahaan yang bersangkutan dapat mengajukan permintaan penggantian IUPM secara tertulis kepada Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri.

(2) Permintaan penggantian IUPM yang rusak atau tidak terbaca



- a. Melampirkan IUPM asli yang rusak, atau yang tidak terbaca.
- b. Melampirkan Surat Keterangan Hilang dari Kepolisian setempat.

(3) Selambat-lambatnya 5 (lima) hari kerja terhitung sejak diterimanya permintaan penggantian IUPM sebagaimana dimaksud pada ayat (2) maka Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri mengeluarkan IUPM sebagai pengganti dan IUPM yang rusak atau tidak terbaca, dan yang hilang dinyatakan tidak berlaku.

#### BAB IV

#### KETENTUAN LAIN-LAIN

##### Pasal 11

- (1) Jam Kerja Pasar Modern ditetapkan sebagai berikut :
  - a. Untuk hari Senin sampai dengan Minggu buka selama 12 (dua belas) jam mulai pukul 10.00 s/d 22.00 waktu setempat.
  - b. Terhadap hari besar/libur dan hari tertentu dapat ditetapkan jam kerja selain yang ditetapkan diatas oleh Menteri.

(2) Perubahan jam kerja sebagaimana dimaksud dalam ayat

Daerah Tingkat II kepada Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri untuk mendapat persetujuan.

- (3) Semua Pasar Modern wajib mentaati ketentuan jam kerja sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

##### Pasal 12

Pelaksanaan pemberian IUPM sebagaimana dimaksud dalam Keputusan ini tidak dikenakan pungutan apapun.

#### BAB V

#### PELAPORAN

##### PASAL 13

(1) Perusahaan Pasar Modern yang telah memperoleh IUPM wajib menyampaikan laporan kegiatan usahanya secara berkala 6 (enam) bulan sekali masing-masing selambat-lambatnya tanggal 15 Juli untuk 6 (enam) bulan pertama dan tanggal 15 Januari tahun berikutnya untuk 6 (enam) bulan kedua kepada Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri dengan menggunakan Formulir Model PM3.

(2) Apabila sewaktu-waktu diperlukan oleh Menteri, maka Perusahaan yang telah memperoleh IUPM wajib menyampaikan laporan kegiatan usahanya.



Perusahaan Pasar Modern wajib menyampaikan tembusan laporan sebagaimana dimaksud pasal 13 kepada Direktorat Jenderal Pemerintahan Umum dan Otonomi Daerah, Departemen Dalam Negeri, Kantor Wilayah Departemen Perindustrian dan Perdagangan/Kantor Departemen Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Perindustrian dan Perdagangan setempat.

#### Pasal 15

(1) Pengawasan teknis pelaksanaan IUPM dilakukan oleh Kepala Kantor Wilayah Departemen Perindustrian dan Perdagangan dan atau Kepala Kantor Departemen Perindustrian dan Perdagangan.

(2) Untuk Daerah Tingkat II (DATI) II Otonom dimana tidak terdapat Kantor Departemen Perindustrian dan Perdagangan pengawasan dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan setempat.

(3) Hasil pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dan (2) oleh Kepala Kantor Wilayah Departemen Perindustrian dan Perdagangan disampaikan kepada Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri.

#### Pasal 16

Setiap perusahaan Pasar Modern yang tidak melakukan lagi kegiatan usaha Pasar Modern atau menutup Perusahaan wajib melaporkan atas penutupan usahanya kepada Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri disertai pengembalian IUPM asli.

#### Pasal 17

(1) Perusahaan Pasar Modern yang telah memperoleh IUPM diberi peringatan tertulis apabila :

a. Tidak mentaati jam kerja sebagaimana dimaksud pada pasal 11, atau

b. tidak melaporkan hasil kegiatan sebagaimana dimaksud pada pasal 13, atau

c. tidak menjalankan kemitraan sesuai dengan ketentuan pasal 5, atau

d. adanya laporan/pengaduan dari pejabat yang berwenang ataupun pemilik dan atau pemegang HAKI bahwa perusahaan yang bersangkutan melakukan pelanggaran HAKI seperti antara lain Hak Cipta, Paten atau Merek, atau



yang diperoleh, atau

f. tidak memenuhi kewajiban perpajakan sesuai ketentuan yang berlaku.

(2) Peringatan tertulis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan sebanyak 3 (tiga) kali berturut-turut dengan tenggang waktu 1 (satu) bulan oleh Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, dengan menggunakan Formulir Model PM4.

Pasal 18

(1) IUPM Perusahaan Pasar Modern dibekukan apabila :

a. tidak mengindahkan peringatan sebagaimana dimaksud dalam pasal 17 ayat (2), atau.

b. sedang diperiksa di Sidang Pengadilan karena didakwa melakukan pelanggaran HAKI dan atau melakukan tindak pidana lainnya.

(2) Selama IUPM dibekukan, maka perusahaan yang bersangkutan dilarang melakukan kegiatan usaha Pasar Modern.

(3) Jangka waktu pembekuan IUPM sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf (a) berlaku selama 6 (enam) bulan terhitung sejak dikeluarkannya penetapan pembekuan IUPM.

Badan Peradilan yang telah mempunyai kekuatan tetap.

(5) Pembekuan IUPM dilakukan oleh Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri dengan menggunakan Formulir Model PM5.

(6) IUPM yang telah dibekukan dapat diberlakukan kembali apabila perusahaan yang bersangkutan:

a. telah mengindahkan peringatan dengan melakukan perbaikan dan melaksanakan kewajibannya sesuai dengan ketentuan dalam Keputusan ini, atau.

b. dinyatakan tidak terbukti melakukan pelanggaran HAKI dan atau tidak melakukan tindak pidana sesuai Keputusan Badan Peradilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap.

Pasal 19

(1) IUPM dapat dicabut apabila ;

a. IUPM diperoleh berdasarkan keterangan /data yang tidak benar atau palsu.

b. Perusahaan Pasar Modern yang bersangkutan tidak



ini setelah melampaui batas waktu pembekuan.

c. Perusahaan Pasar Modern yang bersangkutan telah dijatuhi hukuman pelanggaran HAKI dan atau pidana oleh Badan Peradilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap.

(2) Pencabutan IUPM dilakukan oleh Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri dengan menggunakan Formulir Model PM6.

(3) Perusahaan Pasar Modern yang telah dicabut IUPM nya dapat mengajukan permohonan untuk memperoleh IUPM baru setelah 1(satu) tahun terhitung sejak tanggal pencabutan, dan diperlukan sebagai perusahaan baru.

## BAB VII

### KETENTUAN PERALIHAN

#### Pasal 20

(1) Perusahaan Pasar Modern yang sudah operasional dan sudah memperoleh SIUP sebelum ditetapkannya Keputusan ini baik yang didirikan di Ibukota Propinsi DATI I dan di DATI II di Ibukota Propinsi DATI I maupun DATI II di luar Ibukota Propinsi DATI I wajib mengajukan IUPM selambat-lambatnya 6 (enam ) bulan sejak terbitnya Keputusan ini.

(1) cukup melampirkan SIUP yang telah diperoleh dan Program Kemitraan.

(3) Perusahaan Pasar Modern yang belum operasional dan belum memperoleh SIUP sebelum ditetapkan Keputusan ini dapat langsung mengajukan permintaan untuk memperoleh Izin Usaha Pasar Modern sesuai dengan keputusan ini.

(4) Program Kemitraan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dilampirkan dengan menggunakan Formulir Model PM7 sebagaimana Lampiran VII Keputusan ini.

#### Pasal 21

Pasar Modern yang sudah selesai dibangun tetapi belum operasional sebelum ditetapkan Keputusan ini, apabila akan melaksanakan kegiatan usaha (operasional) wajib memperoleh IUPM sesuai ketentuan dalam Keputusan ini.

#### Pasal 22

Pasar Modern yang sedang dalam proses pembangunan, dan yang baru memiliki izin prinsip dari Pemerintah Daerah serta belum mulai dibangun sebelum ditetapkannya Keputusan ini wajib memenuhi ketentuan Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan sebagaimana ditetapkan dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 420/MPP/Kep/10/97.



Pasal 23

Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.  
Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengumuman Keputusan ini dengan penempatannya dalam Berita Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di J a k a r t a  
Pada tanggal 27 Pebruari 1998

MENTERI PERINDUSTRIAN  
DAN PERDAGANGAN RI

T. ARIWIBOWO

**LAMPIRAN 10**







Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia

**KEPUTUSAN MENTERI  
PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN  
NOMOR : 23/MPPP/Kep/II/1998**

**TENTANG**

**LEMBAGA-LEMBAGA USAHA PERDAGANGAN  
MENTERI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN  
REPUBLIK INDONESIA**

- imbang : a. bahwa dalam rangka tertib niaga dan kelancaran distribusi barang dan jasa serta perlindungan konsumen di dalam negeri, perlu dibuat keseragaman pengertian dan ruang lingkup kegiatan lembaga-lembaga perdagangan di dalam tata perdagangan dan distribusi nasional;
- b. bahwa untuk itu perlu dikeluarkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan.

Mengingat :

1. Berdjifsreglementerings Ordonnantie Tahun 1934 (Lembaga Negara Republik Indonesia Nomor 86 Tahun 1938 sebagaimana telah diubah dan ditambah);
2. Undang-undang Nomor 11 Tahun 1965 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang Nomor 5 Tahun 1962 tentang Perubahan Undang-undang Nomor 5 Tahun 1962 tentang Perubahan Undang-undang Nomor 2 Prp. Tahun 1960 tentang Pergudangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1962 Nomor 31) Menjadi Undang-undang; (Lembaran Negara Tahun 1965 Nomor 54, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 2759);
3. Undang-undang Nomor 1 Tahun 1967 tentang Penanaman Modal Asing (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1967 Nomor 1, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 2818) sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang Nomor 11 Tahun 1970 (Lembaran Negara Republik Indo-



nesia Tahun 1970 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 2943);

4. Undang-undang Nomor 6 Tahun 1968 tentang Penanaman Modal Dalam Negeri (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1968 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 2853) sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang Nomor 12 Tahun 1970 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1970 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Nomor 2944);

5. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1995 Nomor 74; dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3611);

6. Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 1957 tentang Penyaluran Perusahaan-perusahaan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1957 Nomor 7, Tambahan Lembaran Negara Republik

Indonesia Nomor 1144);

7. Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 1977 tentang Pengakhiran Kegiatan Usaha Asing Dalam Bidang Perdagangan (Lembaran Negara Tahun 1977 Nomor 60, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3113); sebagaimana telah diubah dan ditambah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 1996 dan terakhir dengan Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 1998 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1998 Nomor 25; dan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3724);

8. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1996 tentang Kegiatan Perusahaan Yang Didirikan dalam Rangka Penanaman Modal Asing Di Bidang Ekspor dan Impor (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1996 Nomor 31 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3620); sebagaimana telah ditambah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1998 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1998 Nomor



..26TLN No. 3735);

9. Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1997 Nomor 49 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3689);
10. Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kerjasama (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1997 Nomor 91 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3718);
11. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 96/M Tahun 1993 tentang Pembentukan Kabinet Pembangunan VI, sebagaimana diubah dengan Keputusan Pemerintah Nomor 388/M Tahun 1995;
12. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1996 tentang Perubahan Atas Keputusan Presiden Nomor 15 Tahun 1984 tentang Susunan Organisasi Departemen Sebagaimana telah dua puluh lima kali diubah, terakhir dengan Keputusan Presiden Nomor 61 Tahun 1995;

13. Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1979 tentang Program Bantuan Kredit Konstruksi Pembangunan Dan Pemugaran Pusat Pertokoan/Perbelanjaan/Perdagangan dan/atau Pertokoan;
14. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Menteri Dalam Negeri Nomor 145/MPP/Kep/5/1997 dan Nomor 57 Tahun 1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan;
15. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 402/MPP/Kep/1/1997 tentang Ketentuan Perizinan Usaha Perwakilan Perusahaan Perdagangan Asing;
16. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 408/MPP/Kep/10/1997 tentang Ketentuan Dan Tata Cara Pemberian Tanda Daftar Usaha Perdagangan (TDUP) dan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).



## MEMUTUSKAN

Menetapkan : KEPUTUSAN MENTERI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN TENTANG LEMBAGA-LEMBAGA USAHA PERDAGANGAN.

### BAB I

#### KETENTUAN UMUM

##### Pasal 1

Dalam Keputusan ini yang dimaksud dengan :

1. Perdagangan adalah kegiatan jual-beli barang dan/atau jasa yang dilakukan secara terus-menerus dengan tujuan pengalihan hak atas barang dan/atau jasa dengan disertai imbalan atau kompensasi.
2. **Perdagangan**, adalah perorangan atau badan usaha yang melakukan kegiatan perniagaan/perdagangan secara terus-menerus dengan tujuan memperoleh laba.
3. **Lembaga Perdagangan**, adalah suatu institusi/badan yang dapat berbentuk perorangan atau badan usaha baik sebagai Eksportir, Importir, Pedagang Besar, Pedagang Pengecer, ataupun lembaga-lembaga perdagangan lain

yang sejenis, yang di dalam tatanan pemasaran barang dan/atau jasa, melakukan kegiatan perdagangan dengan cara memindahkan barang atau jasa baik langsung maupun tidak langsung dari produsen sampai pada konsumen

4. **Eksportir**, adalah perorangan atau badan usaha yang melakukan perdagangan dengan cara mengeluarkan barang atau jasa dari dalam ke luar wilayah pabean Indonesia dengan memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
5. **Importir**, adalah perorangan atau badan usaha yang melakukan perdagangan dengan cara memasukkan barang atau jasa dari luar ke dalam wilayah pabean Indonesia dengan memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
6. **Pedagang Besar (Wholesaler)** adalah perorangan atau badan usaha yang bertindak atas namanya sendiri, dan atau nama pihak lain yang menunjuknya untuk menjalankan kegiatan dengan cara membeli, menyimpan, dan menjual barang dalam partai besar secara tidak langsung kepada konsumen akhir.
7. **Pedagang Pengecer (Retailer)**, adalah perorangan atau badan usaha yang kegiatan pokoknya melakukan penjualan secara langsung kepada konsumen akhir dalam partai kecil.



8. **Pedagang Informal**, adalah perorangan yang tidak memiliki badan usaha yang melakukan kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa dalam skala kecil yang dijalankan oleh pengusahanya sendiri berdasarkan azas kekeluargaan.
9. **Distributor Utama (Main Distributor)**, adalah perorangan atau badan usaha yang bertindak atas namanya sendiri yang ditunjuk oleh pabrik atau pemasok untuk melakukan pembelian, penyimpanan, penjualan serta pemasaran barang dalam partai besar secara tidak langsung kepada konsumen akhir terhadap barang yang dimiliki/dikuasai oleh pihak lain yang menunjuknya.
11. **Sub Distributor**, adalah perorangan atau badan usaha yang ditunjuk oleh Distributor Utama atau Grosir yang bertindak atas namanya sendiri untuk melakukan kegiatan penjualan barang dalam partai besar sampai pada Pengecer.
12. **Pemasok Besar (Main Supplier)**, adalah perorangan atau badan usaha yang bertindak atas namanya sendiri secara teratur memenuhi kebutuhan pihak-pihak lain dengan berbagai macam barang dalam partai besar yang oleh pihak-pihak lain tersebut membelinya dengan tujuan untuk dijual kembali atau digunakan dalam kegiatan usahanya.

13. **Dealer Besar**, adalah perorangan atau badan usaha yang ditunjuk untuk melakukan kegiatan perdagangan partai besar barang-barang dari satu merek dagang tertentu yang dimiliki/dikuasi oleh pemegang Merek atau Agen Tunggal Pemegang Merek.
14. **Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM)**, adalah termasuk agen Pemegang Lisensi adalah perorangan atau badan usaha yang ditunjuk untuk dan atas nama pabrik pemilik merek barang tertentu untuk melakukan penjualan dalam partai besar barang dari pabrik tersebut.
15. **Agen**, adalah perorangan atau badan usaha yang bertindak sebagai perantara untuk dan atas nama pihak yang menunjuknya untuk melakukan pembelian, penjualan/pemasaran tanpa melakukan pemindahan atas fisik barang.
16. **Agen Pabrik (Manufacturer Agent)**, adalah agen yang melakukan kegiatan penjualan atas nama dan untuk kepentingan pihak lain yang menunjuknya tanpa melakukan pemindahan fisik barang.
17. **Agen Penjualan (Sales Agent)**, adalah agen yang melakukan kegiatan penjualan atas nama dan untuk kepentingan pihak lain yang menunjuknya tanpa melakukan pemindahan fisik barang.
18. **Agen Pembelian (Purchasing Agent)**, adalah agen yang



melakukan pembelian atas nama dan untuk kepentingan pihak lain yang menunjuknya tanpa melakukan pemidahan fisik barang.

19. **Agen Penjualan Pemegang Merek (APPM)**, adalah agen yang melakukan penjualan atas nama dan untuk kepentingan agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) yang menunjuknya.

20. **Pemasok (Supplier)**, adalah perorangan atau badan usaha yang bertindak atas namanya sendiri secara teratur memenuhi kebutuhan pihak-pihak lain dengan berbagai macam barang dalam partai kecil yang oleh pihak-pihak lain tersebut membelinya dengan tujuan untuk dijual kembali atau digunakan dalam kegiatan usahanya.

21. **Dealer Pengecer**, adalah perorangan atau badan usaha yang ditunjuk oleh Dealer Besar untuk melakukan kegiatan perdagangan dengan cara membeli dan menjual kembali barang-barang dari satu merek dagang tertentu dalam partai kecil.

22. **Pengecer Tanpa Toko (Non Store Retailer)**, adalah perorangan atau badan usaha yang melakukan penjualan barang-barang dari rumah ke rumah (door to door), penjualan melalui pos (mail order) penjualan dengan mesin otomatis, telepon, internet atau sejenisnya dengan tidak menggunakan fasilitas toko.

23. **Pedagang Keliling**, adalah perorangan yang melakukan penjualan barang-barang dengan berkeliling menggunakan kendaraan, kereta, gerobak, sepeda atau sejenisnya.

24. **Pedagang Kaki Lima**, adalah perorangan yang melakukan penjualan barang-barang dengan menggunakan bagian jalan/trotoar dan tempat-tempat untuk kepentingan umum serta tempat lain yang bukan miliknya.

25. **Pedagang Asongan atau Bakul Gendong**, adalah perorangan yang menawarkan dan melakukan penjualan barang-barang dengan berjalan kaki.

26. **Warung/Kedai/Depot/Kios/Los Pasar**, adalah perorangan yang melakukan penjualan berbagai keperluan sehari-hari pada suatu tempat.

27. **Jasa Pertukangan (Reparasi)**, adalah usaha yang dijalankan perorangan untuk memperbaiki barang-barang seperti jam, sepatu, tas, TV, Radio, Computer, dan lain-lain yang sifatnya melayani konsumen di daerah sekitar usaha tersebut berlangsung dengan menggunakan tempat dan peralatan yang sederhana.

28. **Jasa-jasa Pedagang Informal**, adalah usaha yang dijalankan perorangan seperti antara lain pelayanan pembantu rumah tangga (pramu wisma), pramu niaga, pramu saji, tukang kebun, sopir, tukang batu, tukang kayu, tukang urut, jasa pemondokan, jasa rantangan dan lain-lain yang dilaksanakan



9. **Kantor Pusat Operasional Perusahaan (Company Head Quarters)**, adalah suatu perusahaan yang oleh perusahaan induk/kantor pusatnya ditugaskan untuk melayani kantor-kantor cabang atau jaringan dari perusahaan induk/kantor pusat tersebut.
10. **Kantor Cabang Perusahaan**, adalah perusahaan yang merupakan unit atau bagian dari perusahaan induknya yang berkedudukan di tempat yang berlainan dan dapat bersifat berdiri sendiri untuk melaksanakan sebagian tugas dari perusahaan induknya.
11. **Kantor Perwakilan Perusahaan**, adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh perorangan, yang ditunjuk untuk melakukan promosi dan riset pasar mewakili kepentingan perusahaan yang menunjuknya.
12. **Toko**, adalah tempat atau bangunan yang diperuntukkan bagi perorangan, perusahaan atau koperasi untuk melakukan penjualan secara langsung kepada konsumen.
13. **Toko Khusus (Special Store)**, adalah toko yang menjual hanya 1 (satu) jenis/macam barang.
14. **Toko Serba Ada (Department Store)**, adalah toko skala besar untuk melakukan penjualan berbagai macam barang.

35. **Toko Swadaya (Independent Store)**, adalah toko skala kecil yang dimiliki/dikuasi seseorang sebagai pemimpinnya untuk melakukan penjualan berbagai macam barang.
36. **Toko Jejaring (Corporate Chain Store)**, adalah sejumlah toko yang tersebar diberbagai tempat dan dimiliki/dikuasai oleh sekelompok orang/perorangan, perusahaan atau koperasi untuk melakukan penjualan barang-barnag dengan jenis dan cara/struktur distribusi yang sama.
37. **Toko Swalayan (Self Service Store)**, adalah toko yang melakukan penjualan barang-barang dengan tidak menggunakan bantuan pelayanan.
38. **Toko Satu Jalur (Single Line Store)**, adalah toko yang menjual hanya 1 (satu) kelompok barang sejenis.
39. **Mall/Super Mall/Plaza**, adalah tempat atau bangunan (toko) dalam skala besar untuk usaha perdagangan, rekreasi, restoran dan sebagainya yang diperuntukkan bagi kelompok, perorangan, perusahaan atau koperasi untuk melakukan penjualan barang-barnag dan/atau jasa.
40. **Pertokoan (Shopping Centre)**, adalah suatu wilayah lingkungan/tempat/bagian pertokoan dimana terdapat bangunan toko-toko sepanjang tepi jalan dan atau wilayah lain yang dapat dijangkau oleh transportasi dan masyarakat, dan ditetapkan oleh Pemerintah Daerah Sebagai



daerah pertokoan yang pengelolaan dilakukan secara mandiri oleh Pedagang Kecil dan Menengah, dan Koperasi, dimana tata pelayanannya dapat menggunakan, cara pelayanan modern dan teknologi maju antara lain swalayan.

1. **Pasar** adalah tempat bertemunya pihak penjual dan pihak pembeli untuk melaksanakan transaksi dimana proses jual beli terbentuk, yang menurut kelas mutu pelayanan dapat digolongkan menjadi Pasar Tradisional dan Pasar Modern, dan menurut sifat pendistribusiannya dapat digolongkan menjadi Pasar Eceran dan Pasar Perkulakan/Grosir.

2. **Pasar Modern**, adalah pasar yang dibangun oleh Pemerintah, Swasta, atau Koperasi yang dalam bentuknya berupa Mall, Supermarket, Department Store, dan Shopping Centre dimana pengelolanya dilaksanakan secara modern, dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada disatu tangan, modal relatif kuat, dan dilengkapi label harga yang pasti.

3. **Pasar Tradisional**, adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Swasta, Koperasi atau Swadaya Masyarakat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda, yang dimiliki/dikelola oleh Pedagang Kecil dan Menengah, dan Koperasi, dengan usaha skala kecil dan modal kecil, dan dengan proses jual beli melalui tawar-menawar.

44. **Pasar Grosir**, adalah pasar tempat dilakukannya usaha perdagangan partai besar.

45. **Pasar Eceran**, adalah pasar tempat dilakukannya usaha perdagangan dalam partai kecil.

46. **Pasar Swalayan (Super Market)**, adalah pasar yang kegiatan usahanya menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari secara langsung kepada konsumen dengan teknik pelayanan oleh konsumen itu sendiri.

47. **Penjual melalui Media (Mail Order)**, adalah suatu cara atau metode penjualan barang dan/atau jasa dengan cara tak langsung melalui media (TV, radio, internet, koran, majalah dan sejenisnya).

48. **Penjualan dengan cara Waralaba (Franchise)**, adalah suatu cara atau metode penjualan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh perorangan, perusahaan, atau koperasi dengan memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan dalam perjanjian dengan pihak lain tersebut.

49. **Penjualan Berjenjang (Multi Level Marketing)**, adalah suatu cara atau metode penjualan secara berjenjang kepada konsumen melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh perorangan atau badan usaha yang mem-



perkenalkan barang dan/atau jasa tertentu kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut yang bekerja berdasarkan komisi atau iuran keanggotaan yang wajar.

50. **Penjualan dari rumah ke rumah (Door to door Sales)**, adalah suatu cara atau metode penjualan barang dan/atau jasa dari suatu tempat/rumah ke tempat/rumah lainnya.

## BAB II

### PENGGOLONGAN .

#### Pasal 2

1) Termasuk sebagai Pedagang Besar adalah Distributor Utama, Perkulakan (Grosir), Sub Distributor, Pemasok Besar (Main Supplier), Dealer Besar, dan Agen Tunggal Pemegang Merek.

2) Pedagang Besar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus memenuhi ketentuan sebagai berikut :

- a) menguasai gudang secukupnya sesuai dengan kebutuhan barang yang diperdagangkan.
- b) mempunyai jaminan sarana transportasi yang cukup.
- c) menerapkan manajemen modern dalam pengelolaan usahanya.

### Pasal 3

(1) Termasuk sebagai Pedagang Pengecer (Retailer) adalah Agen Pabrik dan, Agen Penjualan, Agen Pembelian, Agen Penjualan Pemegang Merek, Pemasok (Supplier), Dealer Pengecer, dan Pengecer Tanpa Toko.

(2) **Pedagang Pengecer (Retailer)**, sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibedakan menjadi Pedagang Pengecer Skala Kecil dan Pedagang Pengecer Skala Besar.

a) **Pedagang Pengecer Skala Kecil** harus memenuhi ketentuan sebagai berikut :

- 1) memiliki modal usaha di luar tanah dan bangunan tempat usaha tidak lebih dari Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah);
- 2) hanya mempekerjakan beberapa orang atau dikerjakan oleh pemilik sendiri dan keluarganya.

b) **Pedagang Pengecer Skala Besar** harus memenuhi ketentuan sebagai berikut :

- 1) memiliki modal usaha di luar tanah dan bangunan tempat usaha sekurang-kurangnya Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah);



- 2) menggunakan teknologi pemasaran dan pelayanan modern;
- 3) menguasai gudang secukupnya sesuai dengan komoditi yang diperdagangkan;
- 4) menerapkan manajemen modern dalam pengelolaan usahanya;

**Pasal 4**

(1) Termasuk sebagai Pedagang Informal adalah Pedagang Keliling Pedagang Kaki Lima, Pedagang Asongan, Pedagang Kelontong, Bakul Gendong, Kedai, Warung, Depot, Los, Pasar, Jasa Reparasi, Jasa Pertukangan dan Jasa-jasa Pedagang Informal lainnya.

(2) Pedagang Informal harus memenuhi ketentuan sebagai berikut :

- 1) memiliki modal usaha di luar tanah dan bangunan tempat usaha tidak lebih dari Rp. 5.000.000,- (lima juta rupiah);
- 2) dikerjakan sendiri atau oleh beberapa orang;
- 3) jenis kegiatan usaha yang dijalankan umumnya tidak tetap.

**BAB III**  
**KETENTUAN LAIN**

**Pasal 5**

(1) Pedagang Besar dalam melaksanakan kegiatan usahanya dapat mempekerjakan sebanyak-banyaknya 10 (sepuluh) orang tenaga kerja asing yang berlatar belakang pendidikan Sarjana (S1) atau setara dengan S1 dan berpengalaman kerja sekurang-kurangnya 3 (tiga) tahun dibidang dimana ia akan ditempatkan sebagai pembantu teknis (technical assistant).

(2) Untuk setiap tenaga kerja asing yang dipekerjakan oleh Pedagang Besar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Pedagang Besar tersebut diwajibkan juga untuk mempekerjakan sekurang-kurangnya 3 (tiga) orang tenaga kerja Indonesia sebagai tenaga ahli atau tenaga administratif.

(3) Tenaga Kerja Warga Negara Asing Pendatang (TKW-NAP), tidak dibenarkan menduduki jabatan di bidang personalia.

**Pasal 6**

Pedagang Besar dilarang melakukan kegiatan sebagai Pedagang Pengecer dan Pedagang Informal.



### Pasal 7

- (1) Pedagang Pengecer dapat mempekerjakan sebanyak-banyaknya 3 (tiga) orang tenaga kerja asing yang berlatar belakang pendidikan Sarjana (S1) atau yang setara dengan S1 dan berpengalaman kerja sekurang-kurangnya 3 (tiga) tahun di bidang dimana ia akan ditempatkan sebagai pembantu teknis (technical assistant).
- (2) Untuk setiap tenaga kerja asing yang dipekerjakan oleh Pedagang Pengecer sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Pedagang Pengecer tersebut diwajibkan juga untuk mempekerjakan sekurang-kurangnya 3 (tiga) orang tenaga kerja Indonesia sebagai tenaga ahli atau tenaga administratif.
- (3) Tenaga Kerja Warga Negara Asing Pendetang (TKW-NAP), tidak dibenarkan menduduki jabatan di bidang personalia.

### Pasal 8

- (1) Pedagang Besar wajib menerbitkan daftar harga dan Pedagang Pengecer wajib mencantumkan harga pada barang yang dijualnya.
- (2) Daftar harga dan harga sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dinyatakan dalam: rupiah (Rp).

- (3) Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) dan Agen Penjualan Pemegang Merek (APPM) harus bertanggung jawab penuh terhadap pelayanan puna jual dan sekurang-kurangnya selama 1 (satu) tahun terhadap jaminan mutu, daya tahan, kehandalan operasional atas barang yang dijualnya.

### Pasal 9

Pedagang Besar dan Pedagang Pengecer Skala Besar Dapat melakukan usahanya di DATI II bermitra dengan usaha kecil.

### Pasal 10

- (1) Pedagang di luar penggolongan sebagaimana dimaksud pada Pasal 4 ketentuan ini tidak diperkenankan melakukan kegiatan sebagai pedagang informal.
  - (2) Pedagang Besar dan Pedagang Pengecer yang didirikan berdasarkan Penanaman Modal Asing tidak diperkenankan bertindak sebagai Importir Umum.
- (1) Ketentuan Pelaksanaan lebih lanjut ditetapkan oleh Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri;

### Pasal 13

- (2) Dengan diberlakukannya Keputusan ini, maka semua ketentuan yang bertentangan dengan Keputusan ini dinyatakan tidak berlaku.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **Pasal 14**

Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengumuman keputusan ini dengan menempatkannya dalam Berita Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan : di Jakarta

Pada tanggal : 21 Januari 1998

Menteri Perindustrian dan  
Perdagangan R.I.

t.t.d.

**T. ARIWIBOWO**

