

**ANALISIS DAMPAK KEBERADAAN MINIMARKET INDOMARET DAN ALFAMART
TERHADAP UKM DALAM KAITANNYA DENGAN PERATURAN PRESIDEN NOMOR
112 TAHUN 2007 TENTANG PENATAAN DAN PEMBINAAN PASAR TRADISIONAL,
PUSAT PERBELANJAAN DAN TOKO MODERN
(Studi Di Kota Pontianak)**

**OLEH:
SARASWATI, S.H
NPM. A2021151002**

**Dr. Siti Rohani,SH.,M.Hum
H. Alhadiansyah, SH., MH**

ABSTRAK

Tesis ini membahas analisis dampak keberadaan minimarket Indomaret Dan Alfamart Terhadap UKM Dalam Kaitannya Dengan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern (Studi Di Kota Pontianak). Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Normatif - Sosiologis. Dari hasil penelitian tesis ini diperoleh kesimpulan bahwa Peraturan perundangan yang mengatur zonasi pasar tradisional dan pasar modern di Kota Pontianak, kesemuanya belum mendasarkan pada Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Pasar modern dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/ PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Pasar modern. Hal ini mengakibatkan implementasi kebijakan berkaitan dengan perizinan pendirian pasar modern tidak komprehensif, karena berkaitan dengan kemitraan sebagaimana diamanatkan dalam Perpres dan Permendagri tidak diatur lebih lanjut. Padahal, pengaturan mengenai kemitraan ini dimaksudkan mempertahankan eksistensi pasar tradisional dan untuk mengeliminir kesenjangan antara pertokoan modern dengan pedagang tradisional. Selain itu, implementasi kebijakan berkaitan dengan penentuan jarak antara pasar tradisional dengan pasar modern dan penyediaan lahan parkir bagi pasar tradisional pun tidak ada, karena pendirian pasar modern seperti di kecamatan Pontianak Tenggara, Pontianak Selatan, Pontianak Kota, Pontianak Barat, Pontianak Timur dan Pontianak Utara berhadapan - hadapan dengan pasar tradisional, serta sebagian besar pasar tradisional tidak mempunyai lahan parkir. Ada beberapa faktor yang cenderung mempengaruhi implementasi kebijakan zonasi pasar tradisional dan pasar modern di Kota Pontianak. *Pertama*, faktor hukum, terdapat ketidaksinkronan dalam pengaturan mengenai zonasi pasar tradisional dan pasar modern; *kedua*, faktor penegak hukum, belum memahami betul Perpres No. 112 Tahun 2007 dan Permendagri No. 53/M-DAG/PER/12/2008; *ketiga*, faktor sarana dan fasilitas, sarana dan fasilitas pasar tradisional relatif belum memadai, bahkan lahan parkir yang diwajibkan oleh Perpres dan Permendagri bagi pasar tradisional belum tersedia, kecuali Pasar Segamas; *keempat*, faktor masyarakat, Masyarakat, baik sebagai konsumen maupun pelaku usaha/pedagang belum memahami benar mengenai masalah zonasi pasar tradisional dan pasar modern; dan *kelima*, faktor budaya, lahirnya globalisasi, pada akhirnya membawa perubahan budaya masyarakat, dari budaya tradisional ke arah budaya modern dengan gaya hidup instan.

Kata Kunci: Analisis, Keberadaan, Minimarket, Indomaret Alfamart.

ABSTRACT

This thesis discusses the impact analysis where Indomaret And Alfamart minimarket Against Small and Medium Enterprises In Relation With Presidential Decree No. 112 of 2007 About Planning And Development of Traditional Markets, Shopping Centers and Modern Stores (Study In Pontianak City). The approach used in this study is a normative approach - Sociological. From the results of this thesis can be concluded that the legislation governing the zoning traditional markets and modern markets in Pontianak, kesemuannya not menda-sarkan on Presidential Decree No. 112 of 2007 on the Planning and Development Tradisio-nal Markets, Shopping Centers and Modern Markets and Regulation of the Minister of Trade No. 53 / M-DAG / PER / 12/2008 on Guidelines for Planning and Development of Traditional Markets, Central Market Perbelanja-an and modern. This resulted in the implementation of policies related to the establishment of a modern market per-izinan not comprehensive, as it pertains to the partnership, as mandated in regulation and Regulation not regulated. In fact, the provision of this partnership is intended to maintain the existence of traditional markets and to eliminate the gap between modern shops with traditional merchants. In addition, policy implementation berkait-an with spacing between the traditional with the modern market and parking provision for the traditional market did not exist, since the establishment of modern markets such as in the district of Pontianak Landmarks, South Pontianak, Pontianak City West, and East Pontianak North Pontianak vis - vis the traditional markets, as well as most of the traditional markets do not have a parking lot. There are several factors that are likely to affect the implementation of the zoning policy of the traditional markets and modern markets in Pontianak. First, the law, there are regulations concerning zo-nasi ke-tidaksinkronan in traditional markets and modern markets; second, the law enforcement apparatus, not yet fully understand Presidential Decree No. 112 of 2007 and Regulation No. 53 / M-DAG / PER / 12/2008; Third, factor means and facilities, facilities for traditional markets are relatively inadequate, even parking spaces required by regulation and Regulation for traditional markets are not yet available, except Segamas Market; fourth; community factors, Society, both as konsu-men and businessmen / traders had not understood correctly about the zoning issues traditional markets and modern markets; and fifth, cultural factors, the birth of globalization, in the end bring cultural changes of society, from the traditional culture toward modern culture with instant lifestyle.

Keywords: Analysis, Presence, Minimarket, Indomaret Alfamart.

Latar Belakang

Aktivitas perdagangan merupakan salah satu cara manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang beranekaragam. Aktivitas perdagangan atau jual beli dilakukan di pasar. Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 menerangkan bahwa pasar adalah area tempat jual beli barang atau tempat bertemunya pedagang dan pembeli. Pasar tradisional adalah pasar dengan ciri utama terdapat tawar-menawar harga dalam proses jual beli, sedangkan pasar modern merupakan area jual beli yang memiliki harga yang pasti. Pasar modern dibedakan menjadi pusat perbelanjaan dan toko modern. Pusat perbelanjaan adalah suatu area tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal maupun horizontal, yang dijual atau disewakan kepada pelaku usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan perdagangan barang.

Toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri yang menjual berbagai jenis barang secara eceran. Toko modern dibedakan menjadi minimarket, supermarket, hypermarket, department store dan perkulakan. Perbedaan toko modern tersebut didasarkan atas luas lantai dan variasi barang dagangan. Minimarket, supermarket dan hypermarket menjual barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumahtangga lainnya secara eceran. Department Store menjual barang konsumsi utamanya produk sandang dan perlengkapannya secara eceran. Perkulakan menjual secara grosir barang konsumsi.

Minimarket memiliki luas lantai yang paling kecil di antara jenis-jenis toko modern, yaitu kurang dari 400 m². Minimarket saat ini semakin marak di Indonesia, terlebih lagi dengan adanya jaringan minimarket dengan sistem franchise atau waralaba seperti **Alfamart dan Indomaret**. Investor lokal dapat dengan mudah mendirikan minimarket franchise karena modal yang dibutuhkan tidak terlalu besar.

Jaringan minimarket franchise seperti Alfamart dan Indomaret memiliki situs internet yang bisa diakses oleh semua orang dan memuat informasi tentang cara-cara mendirikan minimarket waralaba secara rinci. Gerai/outlet Indomaret disyaratkan berukuran 50 – 150 m² sementara gerai/outlet Alfamart disyaratkan berukuran 150 - 250 m². Ukuran ruang usaha yang tidak terlalu luas memungkinkan terbukanya peluang lebih besar untuk masuk dalam sistem waralaba (franchise) tersebut.

Minat masyarakat untuk berbelanja di minimarket juga meningkat karena adanya pendapat bahwa pasar modern (termasuk minimarket) lebih rapi, bersih dan praktis daripada pasar tradisional, meskipun tak sedikit pula masyarakat yang memilih loyal terhadap pasar tradisional. Hal ini merupakan pergeseran dari kebutuhan fungsional menjadi kebutuhan psikologis kebutuhan fungsional (functional needs) adalah kebutuhan yang berhubungan langsung dengan bentuk atau penampilan (performance) dari produk, sedangkan kebutuhan psikologis (psychological needs) adalah kebutuhan

yang diasosiasikan dengan kebutuhan yang bersifat mental dari konsumen yang dapat terpenuhi dengan berbelanja ataupun membeli sebuah produk. Terkait dengan kebutuhan masyarakat mengenai kebutuhan minimarket modern, pemerintah menerbitkan peraturan mengenai toko modern diatur dalam Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Pengertian toko modern menurut Pasal 1 angka 5 Perpres 112/2007 adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan. Setiap toko modern wajib memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar serta jarak antara toko modern dengan pasar tradisional yang telah ada.¹

Kota Pontianak merupakan ibukota dari Provinsi Kalimantan Barat, memiliki kepadatan penduduk tertinggi dibandingkan jumlah penduduk kabupaten/kota yang ada di Kalimantan Barat, yaitu 652.325 Jiwa.² Fenomena yang terjadi adalah munculnya minimarket-minimarket franchise seperti indomarr dan alfamart di Kota Pontianak dalam kurun waktu 4 tahun terakhir. Mengenai jarak antar-minimarket tersebut dengan pasar tradisional yang saling berdekatan, hal tersebut berkaitan dengan masalah perizinan pendirian toko modern (minimarket). Suatu toko modern (minimarket) harus memiliki izin pendirian yang disebut dengan Izin Usaha Toko Modern (“IUTM”) yang diterbitkan oleh Bupati/Walikota. Kemudian kewenangan untuk menerbitkan IUTM ini dapat didelegasikan kepada Kepala Dinas/Unit yang bertanggung jawab di bidang perdagangan atau pejabat yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan Pelayanan Terpadu Satu Pintu setempat.³

Dalam Pasal 3 Perpres 112 Tahun 2007 Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern, disebutkan bahwa luas bangunan untuk minimarket adalah kurang dari 400m². Lokasi pendirian dari Toko Modern wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota dan Rencana Detail Tata Ruang Kabupaten/Kota. Ketentuan yang menyebut untuk memperhatikan jarak diatur untuk toko modern kategori *Hypermarketc* saja, sedangkan pengaturan lokasi untuk minimarket tidak disebutkan.

Pengaturan lokasi minimarket dalam Pasal 5 ayat (4) Perpres 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern disebutkan bahwa minimarket boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam kota/perkotaan. Artinya, minimarket bisa membuka gerai hingga ke wilayah pemukiman warga.

¹ Pasal 4 ayat (1) Perpres 112 tahun 2007.

² Data Statistik Kependudukan Kota Pontianak tahun 2015

³ Pasal 11 Permendag No. 53/M-DAG/PER/12/2008 Tahun 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern- “Permendag Nomor 53 Tahun 2008 .

Kemudian, Pasal 3 ayat (9) Permendag 53 Tahun 2008 Tentang Pedoman Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern menyebutkan kewajiban bagi minimarket yaitu Pendirian Minimarket baik yang berdiri sendiri maupun yang terintegrasi dengan Pusat Perbelanjaan atau bangunan lain wajib memperhatikan:

- a. Kepadatan penduduk;
- b. Perkembangan pemukiman baru;
- c. Aksesibilitas wilayah (arus lalu lintas);
- d. Dukungan/ketersediaan infrastruktur; dan
- e. Keberadaan Pasar Tradisional dan warung/toko di wilayah sekitar yang lebih kecil daripada Minimarket tersebut.

Namun, Permendag 53/2008 tidak mengatur konsekuensi ataupun sanksi apabila kewajiban di atas dilanggar. Pelaksanaan pengawasan toko modern diserahkan kepada Bupati/Walikota. Tentang jarak minimarket diatur pula di dalam peraturan perundang-undangan di tingkat daerah . Berdasarkan Izin Usaha Pengelolaan Pasar Tradisional (IUP2T), Izin Usaha Pusat Perbelanjaan(IUPP) dan Izin Usaha Toko Modern (IUTM) adalah izin untuk dapat melaksanakan usaha pengelolaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern yang diterbitkan oleh Pemerintah Daerah setempat. Dalam kaitannya dengan Peraturan Zonasi tersebut merupakan ketentuan-ketentuan pemerintah daerah setempat yang mengatur pemanfaatan ruang dan unsur-unsur pengendalian yang disusun untuk setiap zona peruntukan sesuai dengan rencana rinci tata ruang. Pejabat Penerbit IUP2T, IUPP dan IUTM adalah BP2T yang diatur dalam Peraturan Walikota Pontianak No 55 Tahun 2013 tentang Standar dan Prosedur Badan Pelayanan Perizinan Kota Pontianak.

Lokasi untuk Pendirian Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kota dan Rencana Detail Tata Ruang Kota Pontianak, termasuk peraturan zonasinya. Kota yang belum memiliki Rencana Tata Ruang Wilayah Kota dan Rencana Detail Tata Ruang Kota “tidak diperbolehkan” memberi izin lokasi untuk pembangunan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

Pelaku usaha yang akan melakukan kegiatan usaha di bidang Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, wajib memiliki:

1. IUP2T untuk Pasar Tradisional;
2. IUPP untuk Pertokoan, Mall, Plasa dan Pusat Perdagangan;
3. IUTM untuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket dan Perkulakan

Perusahaan tersebut diatas yang telah memperoleh Izin tidak diwajibkan memperoleh Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP). Apabila terjadi pemindahan lokasi usaha wajib mengajukan permohonan izin baru. Izin Usaha hanya untuk 1 (satu) lokasi usaha selama masih melakukan kegiatan usaha pada lokasi yang sama, wajib dilakukan daftar ulang setiap 5 (lima) tahun. Sedangkan batasan luas lantai penjualan toko modern adalah sebagai berikut:

1. Minimarket <400 m²
2. Supermarket 400 m² s/d 5.000 m²
3. Hypermarket > 5.000 m²
4. Department Store > 400 m²
5. Perkulakan > 5.000 m²

Untuk usaha toko modern dengan modal dalam negeri 100% (seratus persen) adalah:

- a. *Minimarket* < 400 m²
- b. *Supermarket* < 1.200 m²
- c. *Department Store* < 2.000 m²

Pendirian Pasar Tradisional atau Pusat Perbelanjaan atau Toko Modern selain *Minimarket* harus memenuhi persyaratan ketentuan peraturan perundang-undangan dan harus melakukan analisa kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan Pasar Tradisional dan UMKM yang berada di wilayah kota Pontianak, meliputi:

1. Struktur penduduk menurut mata pencaharian dan pendidikan;
2. Tingkat pendapatan ekonomi rumah tangga;
3. Kepadatan penduduk;
4. Pertumbuhan penduduk;
5. Kemitraan dengan UMKM lokal;
6. Penyerapan tenaga kerja lokal;
7. Ketahanan dan pertumbuhan Pasar Tradisional sebagai sarana bagi UMKM lokal;
8. Keberadaan fasilitas sosial dan fasilitas umum yang sudah ada;

Penelitian yang dilakukan berangkat dari pengamatan terhadap efektifitas Peraturan Walikota Pontianak Nomor 55 Tahun 2013 Tentang Standar Operasional Prosedur Pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Pontianak terhadap menjamurnya minimarket franchise yaitu Indomart dan Alfamart di Kota Pontianak dalam kurun waktu 4 tahun terakhir. Merespon keresahan pedagan tradisional di Kota Pontianak, pemerintah daerah Kota Pontianak mengeluarkan Peraturan Walikota Pontianak Nomor 55 Tahun 2013 Tentang Standar Operasional Prosedur Pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Pontianak.

Pertimbangan dikeluarkannya Perwa ini salah satunya adalah bahwa usaha perindustrian dan perdagangan sangat penting dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah guna peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat. Perkembangan industri dan perdagangan di daerah perlu diatur dengan memperhatikan kemampuan modal usaha, iklim usaha dan investasi serta kelestarian lingkungan.

Bertumbuhnya minimarket khususnya Indomaret dan Alfamart di Kota Pontianak belakangan ini, dianggap secara tidak langsung mengancam dan melumpuhkan pedagang tradisional. Karena itu pemerintah Kota Pontianak diminta memikirkan nasib pedagang kecil yang bisa saja kehilangan mata pencaharian akibat tergilas perusahaan besar.

Pemerintah diwajibkan mengkaji ulang pemberian izin pendirian minimarket-minimarket tersebut. Peraturan Walikota Pontianak Nomor 55 Tahun 2013 Tentang Standar Operasional Prosedur Pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Pontianak dibentuk dengan mengingat ketentuan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Adapun arah kebijakan yang ingin dicapai antara lain pemberdayaan pasar tradisional agar dapat tumbuh dan berkembang serasi, saling memerlukan, saling memperkuat, serta saling menguntungkan; memberikan pedoman bagi penyelenggaraan ritel tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern; memberikan norma-norma keadilan, saling menguntungkan dan tanpa tekanan dalam hubungan antara pemasok barang dengan toko modern; pengembangan kemitraan dengan usaha kecil, sehingga tercipta persaingan dan keseimbangan kepentingan produsen, pemasok, toko modern dan konsumen.

Untuk menegaskan Perpres No. 112, pemerintah kembali mengeluarkan aturan pendukung yaitu Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 56/M-DAG/PER/9/2014 Tahun 2014 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 Tentang Pedoman Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern. Aturan ini, lebih rinci mengatur mengenai zonasi, perjanjian perdagangan (trading term) dan perizinan. Kontribusi pasar tradisional terhadap masyarakat dan pemerintah kota Pontianak tidak bisa dianggap tidak begitu penting. Dari beberapa pasar tradisional, seperti Pasar belimbing (jeruju), Pasar mawar, pasar flamboyan, Pasar Seruni, dll, omzet yang disumbangkan untuk pendapatan asli daerah dibidang retribusi baik sampah dan kios terbilang besar.

Dalam proses penyusunan Perwa, berbagai pihak menilai bahwa keterlibatan publik dan pemerintah yang terkait dirasa sangat kurang. Walaupun keterlibatan publik tidak menjadi suatu kewajiban tetapi menjadi ironi ketika suatu aturan yang tujuan dasarnya melindungi keberadaan pasar tradisional, justru tidak melibatkan peran pedagang pasar tradisional dalam perumusan suatu Perwa. Tujuan untuk meningkatkan daya saing pasar tradisional lewat aturan Perwa, kenyataan justru

sebaliknya. Implementasi Perwa dilapangan dirasa tidak berjalan sesuai harapan. Banyak sekali toko modern yang jaraknya sangat berdekatan dengan pasar tradisional. Seperti contoh di daerah Jl Panglima Aim yang terdapat pasar seruni di dekat daerah pasar seruni banyak terdapat alfamart dan indomaret padahal di daerah Pasar seruni banyak terdapat toko UKM yang menjual kebutuhan sehari-hari yang sama selain itu tidak jauh dari indomaret tersebut juga ada 1 supermarket yang serupa yang sama menjual kebutuhan sehari. Sehingga tercipta persaingan dan keseimbangan kepentingan produsen, pemasok, toko modern dan konsumen.

Permasalahan

Bagaimana Dampak Keberadaan Minimarket Indomaret Dan Alfamart Terhadap UKM Di Kota Pontianak Dalam Kaitannya Dengan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern ?

Pembahasan

Dampak Keberadaan Minimarket Indomaret Dan Alfamart Terhadap UKM Di Kota Pontianak Dalam Kaitannya Dengan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern.

Peraturan Presiden nomor 112 tahun 2007 menyebutkan bahwa keuntungan besar bagi pengusaha ritel modern untuk membangun kuasa pasar (*market power*). Pemerintah kota, menurut ketentuan peraturan presiden dan perda, memiliki kuasa memberikan izin usaha kepada pengusaha. Beberapa dinas yang berhubungan satu sama lain sebelum lahirnya izin adalah Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Tata Ruang dan Bangunan, Kantor Perizinan, dan Dinas Perhubungan untuk analisis kelancaran lalu lintas dalam pembangunan tempat usaha. Untuk minimarket, izin yang diperlukan adalah Izin Usaha Toko Modern (IUTM). Hanya saja, kuasa izin ini tidak dijalankan sebagaimana mestinya. karena izin usaha yang tidak diindahkan oleh disperindag seperti rekomendasi penghentian sementara izin usaha minimarket itu untuk mendukung kajian ekonomi mengenai kehadiran minimarket yang banyak menjamur, khususnya yang berdekatan dengan usaha lokal, akan tetapi masih saja beberapa gerai minimarket yang baru ditemukan di setiap Kecamatan.

Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kalimantan Barat telah menerbitkan 1.994

izin usaha baru dalam setahun terakhir. Dari jumlah tersebut, perizinan didominasi pendirian mini market. Dalam pasal 13, Perpres 112, tertuang ketentuan mengenai permintaan IUTM, dimana pemohon wajib melengkapinya dengan studi kelayakan termasuk analisis mengenai dampak lingkungan, terutama aspek sosial budaya dan dampaknya bagi pelaku perdagangan eceran setempat dan rencana kemitraan dengan Usaha Kecil.

Keberadaan Permendagri No. 53/M-DAG/PER/12/2008 Tentang Pedoman Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern ini tentunya dengan mengingat beberapa UU lainnya yang terkait (ada 17 peraturan perundangan) antara lain adalah: Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan; Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat; Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2008, ; Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern; Peraturan Menteri Permendagri No. 53/M-DAG/PER/12/2008 Tentang Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan Dan Tanda Daftar Perusahaan Secara Simultan Bagi Perusahaan Perdagangan.

Peraturan Menteri Permendagri No. 53/M-DAG/PER/12/2008 ini memuat 28 Pasal yang terdiri dari 12 Bab yang diatur terkait dengan Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern yaitu mengenai: Ketentuan Umum/ Definisi (bab I), Pendirian (Bab II), Kemitraan Usaha (Bab III), Batasan Luas Lantai Penjualan Toko (Bab IV), Perizinan (Bab V), Pelaporan (Bab VI), Pemberdayaan Pasar Tradisional (Bab VII), Pembinaan dan Pengawasan (Bab

VIII), Sanksi (Bab IX), Ketentuan Peralihan (Bab X), Ketentuan Lain-lain (Bab XI) dan Ketentuan Penutup (Bab XII).

Hal-hal yang diatur dalam Peraturan Menteri Permendagri No. 53/M-DAG/PER/12/2008 ini sebagian besar adalah hanya mengulang apa yang telah tertulis atau diatur di dalam Perpres No. 112 Tahun 2007, misalnya saja mengenai: ketentuan umum atau definisi, aturan tentang pendirian pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern, aturan tentang kemitraan usaha serta mengenai batasan lantai penjualan toko modern. Tetapi lagi-lagi bahwa dalam Permendag ini tidak mengatur tentang berapa jarak ideal antara Toko Modern/ *hypermarket* dengan Pasar Tradisional sehingga akan terjadi persaingan yang sehat yang tidak didominasi oleh Pasar Modern.

Pemerintah Kota Pontianak yang didalamnya terdapat berbagai Satuan Perangkat Kerja Dinas (SKPD) memiliki kewenangan dan tugas untuk melaksanakan Perda ini. Sesuai dengan amanat dari UU. No.23 Tahun 2014, dimana pemerintah daerah berkewajiban untuk melaksanakan berbagai Perundang-undangan yang dihasilkan. Menarik untuk dicermati bahwa semenjak Perda tersebut diluncurkan, belum mempunyai dampak positif terhadap eksistensi toko tradisional dan UMKM (Unit Mikro, Kecil, dan Menengah). Melihat fenomena yang terjadi, ekspansi minimarket di 3 kabupaten tersebut justru semakin tidak terkendali. Hal tersebut bisa dilihat dari data yang dikeluarkan lembaga Nielsen, dimana sepanjang tahun 2016 pertumbuhan minimarket meningkat 42%, dimana menjadi 16.922 unit dibanding sebelumnya sebesar 11.927 unit. contoh kasusnya Pembukaan gerai-gerai minimarket baru seperti Alfamart dan Indomaret juga turut berperan dalam marginalisasi pasar lokal.

Permasalahan yang dihadapi dalam pemberdayaan UMKM sampai sekarang ini semakin pelik dan bergelut pada masalah-masalah klasik seperti kesulitan akses terhadap permodalan, pasar, teknologi dan informasi. Kondisi yang demikian menyebabkan upaya-upaya yang dilakukan terlihat seakan-akan masih berjalan di tempat. Semua masalah tersebut mewarnai iklim usaha

pemberdayaan UMKM, sehingga UMKM sulit untuk membangun akses kepada permodalan, pengembangan sistem produksi, pengembangan kualitas SDM, pengembangan teknologi, pengembangan pasar dan pengembangan sistem informasi. Pemberdayaan UMKM tidak terlepas dari konsepsi dasar pembangunan yang menjadi medium penumbuhan UMKM. Merancang konsepsi dasar pemberdayaan UMKM adalah membangun sistem yang mampu mengeliminir semua masalah yang menyangkut keberhasilan usaha UMKM.

Salah satu aspek yang sangat menentukan keberhasilan UMKM adalah iklim usaha. Aspek itu sendiri terkait erat dengan kemampuan sistem yang di bangun, sedangkan sistem yang dibangun terkait dengan banyak pelaku (aktor) dan banyak variable (faktor) yang berpengaruh nyata serta bersifat jangka panjang (*multies years*). Oleh karena sifatnya tersebut maka faktor-faktor ini sulit diukur keberhasilannya sebagai buah karya suatu instansi atau suatu rezim pemerintahan. Oleh sebab itu kondusifitas dari setiap faktor tersebut harus ditumbuhkan dan terus diperbaiki. Untuk mengetahui kondisi dari setiap factor dan para pelaku yang berperan didalamnya perlu dilakukan evaluasi setiap waktu, setiap tempat dan setiap sektor kegiatan usaha UMKM Usaha-usaha UMKM yang berbasis sumberdaya manusia dan sumberdaya lokal merupakan solusi terbaik untuk mengoptimalkan potensi sumberdaya nasional, tetapi untuk menjadikan UMKM sebagai basis pembangunan daerah yang sekaligus mendukung keberhasilan pembangunan nasional masih dihadapkan pada banyak masalah antara lain: a) Rendahnya Produktifitas UMKM dan Koperasi yang berdampak pada timbulnya kesenjangan antara UMKM dengan Usaha besar; b) Terbatasnya akses UMKM kepada sumberdaya produktif seperti permodalan, teknologi, pasar dan informasi; c) Tidak kondusifnya iklim usaha yang dihadapi oleh UMKM sehingga terjadi marjinalisasi dari kelompok ini. Ketiga permasalahan tersebut pada hakekatnya tergantung pada kebijakan makro ekonomi yang merupakan derivasi dari sistem perekonomian yang selama lebih dari empat puluh tahun mendewakan pertumbuhan yang dimotori

oleh kelompok usaha besar Penataan Peraturan Daerah (Perda) untuk mendukung pemberdayaan UMKM dan Penataan serta penyempurnaan Peraturan Perundang-undangan yang berkaitan dengan pengembangan UMKM.

Implementasi hukum persaingan usaha sesungguhnya memiliki karakteristik yang berbeda dengan implementasi hukum pada bidang hukum yang lain, dimana biasanya efektifitas implementasi dari suatu produk hukum dapat dilihat dari adanya korelasi secara langsung dengan terjadinya perubahan sikap dari pihak-pihak yang diatur oleh produk hukum tersebut. Pada hukum persaingan usaha, efektifitas dari implementasinya tidak dapat dilihat dengan mudah dilapangan, seperti halnya yang terjadi pada bidang hukum yang lain. Pada hukum persaingan usaha, sebagian besar pengaturannya dirumuskan secara *rule of reason*, sehingga perbuatan atau perilaku yang diatur tersebut bukanlah perbuatan atau perilaku yang mutlak atau secara otomatis dilarang, pelaku usaha dapat melakukan perbuatan atau perilaku sebagaimana yang diatur di dalam pasal-pasal *rule of reason* tersebut, asalkan dari perbuatan atau perilaku itu tidak mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Dan konsekuensinya, sebanyak apapun putusan yang dihasilkan oleh aparaturnya penegak hukum seperti KPPU, Pengadilan negeri atau Mahkamah Agung kecil kemungkinannya dapat mempengaruhi pelaku usaha lain untuk tidak melakukan perbuatan atau perilaku yang sama.

Oleh karena itu, efektifitas implementasi dari hukum persaingan usaha terutama melalui putusan yang dihasilkan KPPU belum akan membawa banyak perubahan perilaku pelaku usaha di pasar. Terlebih jika putusan yang dihasilkan oleh KPPU itu sendiri masih belum sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku baik secara teoritis maupun praktek. Dan ini terlihat dari putusan KPPU terhadap perkara Indomaret, dimana KPPU menghukum Indomaret untuk menghentikan ekspansinya dikarenakan Indomaret telah melanggar ketentuan yang terdapat di dalam asas dan tujuan dari UU

No.5 Tahun 1999. Dan mungkin ini baru pertama kali dalam praktek penegakkan hukum di Indonesia ada pihak yang dihukum karena dia telah melanggar asas dan tujuan dari suatu Undang-undang dan bisa menjadi preseden yang tidak baik.

Jadi jika hanya melihat efektifitas implementasi hukum persaingan usaha terhadap industri ritel kepada dua putusan yang telah dihasilkan oleh KPPU, rasanya sangat sulit untuk memberikan penilaian bahwa implementasi hukum persaingan usaha pada industri ritel sudah cukup efektif. Karena kedua putusan itu, khususnya putusan Indomaret memiliki kekeliruan hukum yang fatal. Meskipun jika melihat situasi yang terjadi pada waktu KPPU menangani perkara Indomaret ini, dimana tekanan yang diberikan kepada KPPU begitu besar, sehingga bisa dimaklumi jika KPPU akhirnya mengeluarkan putusan seperti itu, yang sepertinya putusan Indomaret itu sangat dipaksakan sekali.

Namun yang tidak kalah penting adalah peranan dari pemerintah untuk segera menetapkan regulasi yang memberikan pengaturan lokasi pasar modern sehingga membuat persaingan diantara para peritel sekarang ini bisa menjadi lebih efektif dan mampu memberikan kontribusi yang positif bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Pembangunan minimarket tersebut sebelum mendirikan usahanya terlebih dahulu harus membawa izin ke kantor perizinan, ke kantor Kecamatan lalu ke Kantor Desa/Kelurahan, mereka harus merekomendasikan surat izin tersebut, menurut pernyataan Informan

“...itu pendirian mini market memang sudah mendapat izin dari kantor perizinan tetapi sebelum membawa surat itu memang surat itu harus terlebih dahulu direkomendasikan di kantor desa/kelurahan supaya dapat izin dari pihak desa/kelurahan”⁴.

Artinya dari pihak kelurahan tidak pernah mempersoalkan tentang hadirnya beberapa gerai minimarket di tempatnya yang mengganggu beberapa Pedagang Kelontong. Mereka tidak betul-betul memperhatikan keadaan masyarakat bawah yang seakan menjerit dengan kehadiran beberapa gerai minimarket ini. Makna suatu simbol, akibat dari batas-batas yang mencair tersebut, sangat ditentukan

⁴ Wawancara dengan Pegawai Kelurahan Bangka Belitung Pontianak Tenggara

oleh struktur hubungan kekuasaan yang berubah. Suatu kebudayaan bagaimanapun tidak dapat dilepaskan begitu saja dari ruang dimana kebudayaan itu dibangun, dipelihara, dan dilestarikan, atau bahkan diubah. Persoalan yang penting di sini justru ruang yang menjadi wadah tempat kebudayaan itu berada telah mengalami redefinisi sejalan dengan tumbuhnya kota dan gaya hidup modern yang secara langsung diawali dengan perubahan rancangan ruang.

Terlihat disini pasar telah mengendalikan negara yang mengatas namakan semua hanya untuk kebutuhan konsumen untuk membentuk ruang ruang konsumen yang sangat mencolok dalam bentuk mall, pemukiman mewah, bahkan pasar modern yang biasa disebut minimarket ini. Teori ini senada dengan yang disebutkan oleh teori kapitalisme modern Mazhab Frankurt mengatakan bahwa hal itu didasarkan pada kemakmuran dan konsumerisme.

Oleh sebab itu kini banyak beberapa pasar modern yang dibangun salah satunya adalah minimarket yang mengatasnamakan untuk kemakmuran pekerja serta kepentingan konsumen. Beberapa gerai minimarket kini terlihat banyak tersebar di manapun bahkan di tempat padat penduduk, seperti Alfamart dan Indomart bahkan yang lainnya. Dimana setiap cabang pasti memiliki Pusat atau markas tersendiri. Pendirian minimarket ini ternyata tidak hanya harus mendapat perizinan dari kantor perizinan, kantor kecamatan dan kantor kelurahan tetapi juga minimarket ini harus mendapat izin dari warga setempat dengan cara mengumpulkan tanda tangan persetujuan dari warga.

Banyak permasalahan yang dihadapi oleh pasar tradisional ketika berhadapan dengan pusat perbelanjaan modern, hypermarket, minimarket. Namun permasalahan zonasi sebagai permasalahan yang paling krusial, dengan terbitnya dua regulasi (Perpres-Permendag) dan beberapa Perda di tiap daerah ternyata belum juga cukup bisa menjawab persoalan zonasi. Perpres dan Permendag yang kemudian diadopsi oleh Perda hanya mengatur supermarket dan departemen store tidak boleh berlokasi pada system jaringan jalan lingkungan dan tidak boleh berada pada kawasan pelayanan

lingkungan di dalam kota/perkotaan. Jalan lingkungan adalah jalan umum yang berfungsi melayani angkutan lingkungan dengan ciri perjalanan jarak dekat, dan kecepatan rata-rata rendah.

Khusus untuk minimarket boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam kota. Jalan lingkungan adalah merupakan jalan umum yang berfungsi melayani angkutan lingkungan dengan ciri perjalanan jarak dekat, kecepatan rata-rata rendah. Pasar tradisional boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lokal atau jalan lingkungan pada kawasan pelayanan bagian kota/kabupaten atau lokal atau lingkungan (perumahan) di dalam kota/kabupaten. Jalan lokal adalah merupakan jalan umum yang berfungsi melayani angkutan setempat dengan ciri perjalanan jarak dekat, kecepatan rata-rata rendah, dan jumlah jalan masuk tidak dibatasi.

Dengan demikian pengaturan zonasi sebagaimana diharapkan pengguna pasar tradisional belum cukup memuaskan karena keduanya masih abu-abu dan untuk pengaturan zonasi yang lebih detail Perpres dan Permendag bahkan di ketiga Perda dengan bahasa yang sama persis menyatakan "Lokasi pendirian pusat perbelanjaan dan pusat toko modern wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota dan Rencana Detail Tata Ruang kabupaten/Kota termasuk zonasinya".

Itu berarti regulasi lanjutan yang bersifat implementatif diserahkan kepada peraturan daerah. Kelemahan poin ini adalah sudah menjadi kebiasaan dan jamak bahwa Peraturan Daerah yang mengatur tentang Tata Ruang /Rencana detail Tata Ruang Wilayah seringkali dilanggar oleh yang seharusnya menegakkannya. Tentunya dengan berbagai macam dalih dan alasan demi meloloskan kepentingan tertentu.

Terdapat beberapa hal yang menjelaskan bahwa ada banyak toko atau kios-kios kecil yang terkena dampak minimarket. Pertama, harga, dimana minimarket banyak memberi potongan-potongan harga yang membuat harga barang tersebut relative lebih murah. Kedua, fasilitas, dimana minimarket

memiliki fasilitas-fasilitas yang lebih seperti AC dan Musik yang membuat konsumen merasa betah untuk belanja di tempat tersebut. Ketiga, yang paling penting adalah pelayanan terhadap konsumen yang dimana Minimarket memberikan pelayanan yang sangat bagus, misalnya: kesopanan, penyambutan, sampai dengan mencarikan barang yang diinginkan oleh konsumen.

Eksistensi dari minimarket ini ternyata telah berdampak sangat besar bagi pedagang kelontong, kehadirannya telah membawa kesengsaraan bagi pedagang kelontong bahkan akan mematikan usaha mereka. Kini mini market telah menjamur dimana-mana bahkan telah memasuki daerah padat penduduk. Begitu banyak persoalan yang dihadapi pedagang kelontong setelah menjamurnya beberapa gerai minimarket di daerah mereka tinggal. Dari hasil penelitian adapun persoalan yang dihadapi adalah :

1. Berkurangnya Konsumen Yang Berbelanja di UKM

Dengan adanya minimarket diantara UMKM (Toko/warung kelontong) maka kecenderungan konsumen pun akan timbul untuk memilih tempat untuk berbelanja. Konsumen memandang minimarket sebagai tempat yang menarik untuk berbelanja dibanding dengan toko-toko kecil yang ada disekitarnya, karena konsumen lebih memilih pelayanan yang diberikan oleh toko tersebut. Hal itu menyebabkan konsumen banyak yang beralih ke Minimarket. Menurut pernyataan seorang informan :

“sejak hadir ini minimarket awal tahun 2011 lalu, kini sudah banyak konsumen yang lebih memilih belanja di sana, yang kini saya rasakan berkurang konsumen yang datang kesini, tetanggapun banyak yang kesana untuk belanja karena di sana juga lebih murah barangbarangnya⁵”

Instan, bersih dan lebih bergengsi menjadi deretan alasan mengapa masyarakat lebih menyukai berbelanja di minimarket dibandingkan dengan toko kelontong ataupun warung. Tetapi, fenomena menjamurnya minimarket yang seakan “menjemput bola” ternyata tidak menyurutkan eksistensi mereka. Laksana Legenda David dan Goliath, pertarungan eksistensi antara minimarket dan toko kelontong atau warung pun sepertinya akan berlangsung lama dan seru. Menurut pernyataan konsumen

⁵ Hasil wawancara dengan Pedagang Toko Klontong di Kelurahan Sui.jawi luar Pontianak Barat

:

barang-barang yang tidak laku itu sekarang kebanyakan indomie dengan susu formula, konsumen lebih memilih belanja di mini market karena lebih murah di sana”⁶

Itulah sederet alasan kenapa konsumen lebih senang berbelanja di mini market, jika dibandingkan dengan belanja di warung atau di toko kelontong, dimana tempatnya yang tataan barangnya tidak beraturan, barang-barang yang kadang berdebu karena jarang di bersihkan (tetapi belum kadaluarsa), serta alasan-alasan lain kenapa konsumen lebih senang berbelanja di mini market.

Harga yang lebih murah tentu salah satu alasan mengapa konsumen lebih memilih berbelanja di minimarket dibandingkan harus berbelanja di UMKM (Toko/warung kelontong), serta alasan kenyamanan dan tempat yang bersih juga. Adapun tabel di bawah ini yang menunjukkan perbandingan harga beberapa barang yang ada di toko kelontong dan yang ada di Minimarket.

Banyaknya gerai minimarket yang tersebar di wilayah Pontianak ternyata mendapat banyak dukungan dari beberapa pihak karena itu juga sangat menguntungkan untuk beberapa pihak termasuk konsumen yang seakan dimanjakan oleh kemewahan yang mereka dapatkan, mereka seakan dimanjakan oleh kemewahan tersebut namun dengan harga yang jauh lebih terjangkau jika dibandingkan ketika mereka berbelanja di Warung Kelontong. Menurut pernyataan seorang informan, *saya merasa senang berbelanja di minimarket, selain tempatnya yang nyaman, harganya juga lebih murah dibandingkan belanja di warung jadi tidak usah keluarkan uang yang banyak untuk belanja disana, yah untuk menghemat juga uang untuk kebutuhan yang lain”⁷,*

Namun ternyata tidak semua barang yang ada di minimarket lebih murah yang dijual pedagang kelontong, ada juga beberapa harga yang lebih mahal harganya namun ternyata dengan alasan tempat yang nyaman membuat konsumen lebih memilih untuk berbelanja di minimarket, menurut pernyataan

informan :

biar ada harga yang lebih mahal di minimarket tapi ternyata masih banyak juga yang belanja disana karena alasan kenyamanan belanja disana, karena ada ACnya disana dan disuguhkan dengan musik juga⁸

⁶ Hasil wawancara dengan Konsumen di kelurahan Sui.jawi luar

⁷ Hasil wawancara dengan Ibu Rumah tangga di Sui Jawi

⁸ Wawancara dengan Pedagang Kelontong

Jika dilihat memang harga di mini market lebih murah dibandingkan yang di jual Toko Kelontong, selain untuk menghemat uang untuk kebutuhan yang lainnya konsumen juga bisa menabung akan tetapi dengan alasan kenyamanan walaupun ada harga barang yang sedikit mahal tetap saja konsumen berpaling dan lebih senang berbelanja di minimarket disbanding ke toko kelontong.

2. Berkurangnya Tingkat Pendapatan UMKM .

Pada dasarnya para pelaku UMKM mempunyai pendapatan yang cukup untuk mengembangkan usahanya. Namun, setelah adanya Minimarket secara perlahan pendapatannya mulai berkurang seiring dengan semakin berkurangnya konsumen yang berbelanja di Usaha UMKM. Hal ini mengakibatkan sepiunya pelanggan bahkan toko kelontong tidak membuka secara penuh tokonya dan tidak jarang pula ditutup, sehingga sangat berpengaruh terhadap pendapatan pedagang kelontong.

Kehadiran mini market ini tentu menguntungkan bagi banyak pihak tetapi tidak bagi pedagang kelontong. Setelah menjamurnya Minimarket banyak keluhan yang dirasakan pedagang kelontong salah satu adalah berkurangnya pendapatan sehingga barang-barang yang mereka jual kini banyak yang tidak laku. Menurut pernyataan seorang informan.

“sebelum hadir mini market biasanya pendapatanku dalam sehari sampai 100 bahkan 200rb tetapi sekarang berkurang, biasanya 50 rb saja saya dapat dalam sehari dan paling banyak itu 75rb”⁹

Akan tetapi pedagang kelontong tidak putus asa, mereka tetap menjalankan usaha yang telah lama mereka jalani, menurut salah satu informan :

walaupun banyak minimarket tetapi ada juga barang yang tidak dijual disana, seperti gas elpiji, atau barang-barang yang sachet seperti shampo, popok bayi, pembalut, susu, dan lain-lain, jadi masih ada barang-barang yang laku terjual”¹⁰

Hadirnya beberapa gerai mini market ini ternyata adalah saingan berat yang dirasakan pedagang kelontong karena banyak barang yang kurang laku dan keuntungan mereka kini telah menurun, namun ternyata ada juga beberapa pedagang kelontong yang tidak merasakan dampaknya, mereka adalah pedagang yang tempat dagangannya letaknya berada jauh dari minimarket. Menurut pernyataan

⁹ Ibd

¹⁰ Ibd

seorang informan ;

tidak terlalu terasa dampaknya yang saya rasakan dengan hadirnya minimarket, karena tetangga juga berfikir terlalu jauh kalau mereka kesana, mending yang dekat mereka pilih karena sedikit juga perbandingan harganya, dari pada mereka capek-capek jalan kaki kesana”

Jika dibandingkan dengan pernyataan tersebut, hadirnya minimarket tidak begitu membawa dampak bagi mereka yang letak dagangannya jauh dari minimarket, namun ternyata menurut pernyataan informan.

walaupun tidak membawa dampak yang terlalu besar bagi dagangan saya tetapi ada juga dampak yang saya rasakan karena sekarang banyak konsumen yang saya liat berubah gaya hidupnya, setiap sebulan sekali mereka kesana untuk membeli keperluan sebulan, yang biasanya disini datang belanja, tapi sekarang sudah banyak yang ke minimarket untuk belanja keperluan sebulan jadi biasanya masih ada saja barang yang tidak laku sampai barang yang tidak laku memasuki masa kadaluarsa”¹¹

Pendapatan yang kini menurun membuat pedagang kelontong memutar otak agar tetap bisa menjalankan usahanya, dengan pendapatan yang pas-pasan, walaupun ada pedagang yang tidak terlalu merasakan dampaknya akan tetapi dampaknya terasa karena gaya hidup konsumen yang berubah. Para pedagang pun berkurang pendapatannya karena beberapa barang yang tidak laku ingin dijual kembali kepada distributor dengan harga murah sehingga tidak jarang mereka mengalami kerugian.

3. Menimbulkan Peluang Yang Semakin Menyempit Bagi Pengusaha UMKM Dalam Memaksimalkan Keuntungan.

Awalnya Pelaku UMKM (Warung/toko Kelontong) adalah toko kecil yang berkembang dengan baik, tetapi setelah adanya Minimarket secara perlahan mulai terancam kehadirannya karena kalah bersaing dengan Minimarket tersebut. Konsumenpun yang awalnya menjadi pelanggan pada Toko Kelontong kini beralih ke Minimarket.

Berkurangnya konsumen yang berbelanja di Toko Kelontong membuat permintaan akan barang-barang menurun. Sehingga pendapatannya juga ikut menurun seiring dengan berkurangnya konsumen yang berbelanja di Toko Kelontong ini. Hal ini menyebabkan Toko Kelontong sulit untuk memaksimalkan keuntungan dan sulit untuk mengembangkan usahanya.

Kurangnya permintaan barang yang membuat pedagang takut untuk membeli barang yang banyak, karena mereka takut barang tersebut hanya tinggal dan akan kadaluarsa sehingga mereka

¹¹ Ibd

sendiri yang akan dirugikan. Menurut pernyataan informan :

“sekarang ini banyak barang yang tidak laku sehingga memasuki masa kadaluarsa jadi tidak saya beli lagi barang tersebut, takut tidak akan laku lagi dan saya sendiri yang akan rugi nantinya, karena kurangnya permintaan barang sekarang saya lebih sulit untuk mengembangkan usaha saya ini”¹²

Adanya minimarket yang beroperasi 24 jam, juga semakin membuat pedagang resah karena mereka tidak dapat membuka toko/warung mereka 24 jam penuh, ini di akibatkan mereka juga butuh istirahat

dan tidak ada yang bisa bergantian menjaga warungnya. Menurut pernyataan seorang informan :

warung saya ini tidak bisa bersaing dengan minimarket yang beroperasi sampai 24 jam, warung saya ini biasanya tutup sampai jam 9 malam, sedang minimarket yang di sebelah itu sampai 24 jam¹³

Salah satu alasan sulitnya pedagang memaksimalkan keuntungannya adalah tidak dapat menyaingi minimarket yang buka 24 jam penuh itu karena banyak pegawai dari minimarket yang memakai sistem pembagian jam kerja. Konsumen tentu menyukai tempat berbelanja yang 24 jam karena setiap saat bisa belanja kebutuhan sehari-hari tanpa takut tidak ada lagi warung/toko yang terbuka.

Melihat persaingan yang terjadi antara toko tradisional dan minimarket terdapat persaingan menurut golongannya. Untuk golongan minimarket secara langsung berdampak pada toko tradisional. Persaingan menurut golongan tersebut dikarenakan karakter jenis jualan yang sama serta batasan luas bangunannya. Golongan minimarket dan toko kelontong menjual kebutuhan yang lebih sederhana seperti minuman dan makanan ringan, rokok, sabun, dan lainnya.

Dampak keberadaan minimarket terhadap toko tradisional yang dialami oleh pedagang toko tradisional akan maraknya pasar modern sangat beralasan. Dengan modal yang sangat besar, minimarket dapat menerapkan strategi dan manajemen dagang yang tidak bisa dilakukan oleh pedagang toko tradisional. Mulai dari promosi, fasilitas yang memberikan kenyamanan kepada konsumen, distribution center sendiri, sampai pemberian diskon besar-besaran terhadap suatu barang. Bahkan, masyarakat banyak menilai pergi ke minimarket bukan hanya bertujuan untuk melakukan transaksi jual beli melainkan sebagai ajang rekreasi keluarga. Sehingga hal ini memunculkan pola yang baru kepada

¹² Ibd

¹³ Ibd

masyarakat dalam hal berbelanja.

Dalam perkembangannya, minimarket semakin luas berdiri di pelosok pelosok kota di wilayah Kota Pontianak. Hal tersebut memanfaatkan celah dari aturan yang tidak tegas dari pemerintah. Regulasi Perpres No,112 tahun 2007 dan Permendagri No.58 tahun 2008 tidak mampu meredam penetrasi yang dilakukan secara massif dari minimarket. Setelah munculnya perda di masing-masing Kabupaten tidak memberikan dampak signifikan terhadap pengendalian pasar modern. Konsep perlindungan hanya menjadi aturan formal belaka tanpa bisa ditegakkan. Aturan mengenai pendirian pasar modern harus menyertakan dampak sosial-ekonomi dari pasar tradisional dan usaha kecil yang telah terlebih dahulu berada disekitarnya dijalankan dengan tidak serius. Indikasi kearah permainan antara kelompok pengusaha pasar modern bersama pemerintah semakin menguak kepermukaan. Segala faktor tersebut menyisahkan kesedihan tersendiri pada keberadaan pasar tradisional dan pedagang di dalamnya.

Kehadiran pasar modern dengan *market power* yang sangat besar, berbasiskan kapital, mampu menggerus setiap lawan termasuk toko tradisional. Berbagai strategi bisnis yang dikembangkannya untuk menopang *brand image* sebagai ritel penyedia barang dengan harga termurah di Indonesia, selalu menjadi *trend* dalam pengelolaannya di Indonesia. Dalam berbagai hal harus diakui bahwa minimarket telah berkembang menjadi *trend setter* bisnis ritel Indonesia.

Hal yang juga dianggap luar biasa dari minimarket adalah *brand image* tersebut ternyata mampu mendorongnya menjadi sebuah pencipta *traffic* (lalu lintas) orang berbelanja, di pusat-pusat perbelanjaan (*mall*). Dalam konsep ekonomi, jelas bahwa toko tradisional disatu sisi memiliki modal kecil akan kalah jika disaingkan dengan minimarket dengan kapital dan *market power* yang besar. Persaingan tidak seimbang yang terjadi antara ritel tradisional dan ritel modern kerap membawa implikasi sosial, karena tersisihnya ritel tradisional dan membawa konsekuensi terhadap hilangnya mata pencaharian sebagian penduduk. Selain tidak seimbangya kemampuan dalam hal modal dan kapital, harus diperhatikan pula model pengelolaan dalam toko tradisional, dimana sampai saat ini masih terjebak dalam model pengelolaan yang masih jauh dari upaya menawarkan model yang bisa

lebih menarik konsumen. Kesan stok barang yang lama, tidak aman dan tidak nyaman dan sejumlah atribut tidak baik lainnya masih melekat dalam diri ritel tradisional di mata konsumen.

Kesimpulan

Eksistensi dari minimarket ini ternyata telah berdampak sangat besar bagi pedagang kelontong, kehadirannya telah membawa kesengsaraan bagi pedagang kelontong bahkan akan mematikan usaha mereka. Kini mini market telah menjamur dimana-mana bahkan telah memasuki daerah padat penduduk. Terdapat beberapa hal yang menjelaskan bahwa ada banyak toko atau kios-kios kecil yang terkena dampak minimarket. Pertama, harga, dimana minimarket banyak memberi potongan-potongan harga yang membuat harga barang tersebut relative lebih murah, sehingga berkurangnya pendapat UKM. Kedua, fasilitas, dimana minimarket memiliki fasilitas-fasilitas yang lebih seperti AC dan Musik yang membuat konsumen merasa betah untuk belanja di tempat tersebut. Ketiga, yang paling penting adalah pelayanan terhadap konsumen yang dimana Minimarket memberikan pelayanan yang sangat bagus, misalnya: kesopanan, penyambutan, sampai dengan mencarikan barang yang diinginkan oleh konsumen. Sehingga berkurang nya minat konsumen untuk berbelanja di UKM.

Daftar Pustaka

- Alexander Seran, 1999, *Moral Politik Hukum*, Obor, Jakarta.
- Darji Darmodiharjo dan Shidarta, Tanpa Tahun, *Pokok-Pokok Filsafat Hukum, Apa dan Bagaimana Filsafat Hukum Indonesia*, Jakarta.
- Dinas Perkebunan Provinsi Kalimantan Barat, 2007, *Pembangunan Perkebunan di Kalimantan Barat Tahun 2006-2007 dan Rencana Kerja Tahun 2008*, Pontianak.
- Direktorat Jenderal Perkebunan, Direktorat Perbenihan dan Sarana Produksi, 2007, *Pedoman Teknis Pengembangan Waralaba Benih Tanaman Perkebunan*, Jakarta.
- Forum Keadilan, 1992 *Modal Asing Berkelit dengan Franchise*, Tanggal 29 Oktober.
- Friedman, Lawrence W. 1984. *American Law: An invaluable guide to the many faces of the law, and how it affects our daily our daily lives*, W.W. Norton & Company, New York.
- Friedman, Wolfgang, 1971. *The State and The Rule of Law in a Mix Economy*, Steven and Son, London.
- Gunarto Suhardi, 2002, *Peranan Hukum Dalam Pembangunan Ekonomi*, Universitas Atmajaya, Cetakan Pertama, Yogyakarta.
- Gunawan Widjaja, 2002 *Seri Hukum Bisnis Lisensi atau Waralaba*, PT. RajaGrafindo Persada.
- Hari C. Hand, 1994, *Modern Jurisprudence*, International Law Book Service, Kuala Lumpur.
- Hartono, Sunaryati, 1988, *Hukum Ekonomi Pembangunan Indonesia*, Bina Cipta, Bandung.
- Hessel Nogi, S.T., 2004, *36 Kasus Kebijakan Publik Asli Indonesia*, Fakultas Ekonomi UGM, Yogyakarta.
- Irawan Soejito, 1984. Hubungan Pemerintah Pusat Dan Pemerintah Daerah, Jakarta : Bina Aksara.
- Imam Sjahputra Tunggal, 2004, *Franchising, Konsep dan Kasus*, Harvarindo, Jakarta.
- Juajir Sumardi, 1995, *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Lloyd T. Tarbuton, 1994, sebagaimana dikutip kembali oleh Arif Wicaksono, *Hak dan Kewajiban Pihak Dalam Sistem Franchise*, Jakarta.
- Mahadi, 1985, *Hak Milik Immaterial*, BPHN-Bina Cipta, Jakarta.
- Majalah Pengusaha, 2003, *Singkat, Pasti dan Menguntungkan*, Edisi 31, Jakarta.
- Martin D. Fern, 2002 *Franchising Law*, Volume I, Times Mirror Bodes, USA
- Martin Mendelsohn, 1993, *Franchising, Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchisee*, PT. Pustaka Binaman, Jakarta.
- Mertokusumo, Sudikno, 1996, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Liberty, Yogyakarta.
- Mita Nur Ria, 2003, *Pelaksanaan perlindungan Hukum Terhadap Franchise Dalam hal Pemutusan Perjanjian Franchise oleh Franchisor*, Fakultas Hukum UGM, Yogyakarta.
- Mulya Lubis dan Richard M. Buxbaum, tanpa tahun, *Peranan Hukum Dalam Perekonomian Di Negara Berkembang*, Jakarta.
- Munir Fuady, 2002, *Hukum Bisnis Dalam Teori dan Praktek*, Buku Ketiga, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.

- Purbacaraka dan Soerjono Soekanto, 1978, *Perihal Kaidah Hukum*, Alumni, Bandung.
- Philippus M. Hadjon, 1987, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*, PT. Bina Ilmu, Surabaya.
- Rikardo Simarmata, 2002, *Kapitalisme Perkebunan dan Konsep Pemilikan Tanah Oleh Negara*, Insist Press, Yogyakarta.
- R. Soebekti dan R. Tjitrosudibio, 1986, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Pradnya paramita, Jakarta.
- Salim, 2002, *Hukum Kontrak, Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Depdiknas, Makatam.
- Setiawan, 1992, *Aneka Masalah Hukum dan Hukum Acara Perdata*, Alumni, Bandung.
- Soekanto, Soerjono, tanpa tahun, *Prespektis Teoritis studi Hukum Dalam Masyarakat*, Erlangga, Jakarta.
- Soleman, B, Taneko, 1993, *Pokok-Pokok Studi Hukum Dalam Masyarakat*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta,
- , dan Sri Mamoedji, 2007, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Subekti, R., dan R. Tjitrosudibio, 1996, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Cetakan Keduapuluh Delapan, PT. Pradnya Paramita, Jakarta.
- Suharnoko, 2004, *Hukum Perjanjian, Teori dan Analisis*, Kencana, Jakarta.
- Sulasi Rongiyati, 2003, *Max Weber Tentang Aktifitas Ekonomi Dalam pembentukan Hukum*, dimuat dalam Buku Beberapa Pendekatan Ekonomi Dalam Hukum, Pusat Studi Hukum Tata Negara Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Jakarta.
- Sunaryati Hartono, 1988, *Hukum Ekonomi Pembangunan Indonesia*, Bina Cipta, Bandung.
- Sutan Remy Syahdaeni, 1993, *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan Yang Seimbang Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Kredit Bank di Indonesia*, Institut Bankir Indonesia, Jakarta.
- T. Mulya Lubis, 1991, *Pengaturan Sistem Franchising di Indonesia Dewasa Ini*, Makalah Seminar Franchising Opportunities In The 1990-an, Tanggal 8-9 Oktober 1991, Jakarta.
- Widjaja, Gunawan, 2001, *Seri Hukum Bisnis-Waralaba*, Rajawali Pers, Jakarta.