

## PENGATURAN HUKUM TOKO MODERN WARALABA TERHADAP EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL DI KOTA DENPASAR

Oleh :

**Made Emy Andayani Citra, S.H., M.H.  
I Wayan Wijana  
Fakultas Hukum Universitas Mahasaraswati Denpasar**

### **Abstract**

*Basically that the rules that apply to franchise agreements (franchising) in Indonesia is the norm of a special presence to set the franchise stipulated in Government Regulation No. 42 Year 2007 on Franchise and Minister of Trade Regulation No.68 / M - DAG / PER / 10 / year 2012 on franchise Business Type modern Store as well as other regulations related adjusted by the Regional Regulation modern stores where the franchise was founded.*

*Existence of traditional markets in the city of Denpasar is still maintained and not altered by the presence of modern shop franchise and it does not bias is inevitable given the people of Bali itself, which is predominantly Hindu, where many needs that require a person to shop at traditional markets, automatically it becomes value more for the traditional market .*

**Keywords :** *Arrangement of law, Modern Store, Franchise, Traditional Market.*

### **Abstrak**

*Pada dasarnya bahwa peraturan yang berlaku untuk perjanjian waralaba (franchise) di Indonesia adalah norma dari kehadiran secara khusus untuk mengatur penetapan waralaba dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 68 / M - DAG / PER / 10 / tahun 2012 tentang waralaba Jenis Usaha toko modern serta peraturan lainnya yang terkait disesuaikan dengan toko modern peraturan Daerah mana waralaba didirikan.*

*Keberadaan pasar tradisional di Kota Denpasar masih dipertahankan dan tidak diubah oleh kehadiran waralaba toko modern dan tidak bisa terelakkan mengingat masyarakat Bali itu sendiri, yang didominasi Hindu, di mana banyak kebutuhan yang memerlukan seseorang untuk berbelanja di pasar tradisional, secara otomatis menjadi nilai lebih untuk pasar tradisional.*

**Kata Kunci :** *Pengaturan Hukum, Toko Modern, Waralaba, Pasar Tradisional.*

### **A. PENDAHULUAN**

Bangsa Indonesia telah sangat lama mengenal adanya pasar khususnya pasar tradisional. Pasar tradisional dapat diartikan sebagai tempat orang melakukan

transaksi jual beli berdasarkan kebiasaan dan keberadaan, pasar tradisional bukan hanya urusan ekonomi semata, tetapi lebih jauh pada urusan norma dan aturannya serta ranah budaya dan tradisi yang sudah

berlangsung lama di wilayah Indonesia<sup>1</sup>. Dalam menghadapi persaingan pasar modern dalam era globalisasi saat ini setiap pasar-pasar tradisional dituntut untuk dapat bersaing dengan pasar-pasar modern yang berkembang bak jamur di musim hujan. Pada prinsipnya, perusahaan retail dalam memenuhi kebutuhan dana yang akan digunakan untuk beroperasi dan mengembangkan usahanya, menurut Permendag No. 53 Tahun 2008 Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, Pasal 1 Butir 5 menyatakan :

“Pasar retail modern adalah toko mandiri yang menjual barang secara ecer baik dalam bentuk *supermarket*, *minimarket* dan lain-lain”.

Sumber dana perusahaan retail dapat diperoleh dari sumber dana internal (hasil kegiatan operasi perusahaan yang terdiri atas laba) dan sumber dana

eksternal (hutang pinjaman atau modal sendiri). Berbeda dengan pasar tradisional yang masih morat-marit dalam pengelolaan dana. Oleh sebab itu, kebijakan-kebijakan pemerintah haruslah saling menguntungkan antara berbagai pihak terkait dan juga dapat menjadi solusi terbaik dalam perkembangan dan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan hal tersebut, harus dilakukan pemberdayaan pasar tradisional karena terbukti menjadi pilar ekonomi masyarakat. Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO) adalah merupakan himpunan para pengusaha yang bergerak di bidang ritel di Indonesia dengan mempunyai ijin yang resmi/sah, serta berfungsi sebagai pengayom terhadap anggotanya<sup>2</sup>. APRINDO mengharapkan pemerintah membantu peritel tradisional untuk mengembangkan usahanya di tengah makin menjamurnya peritel pasar modern, yang menjadi kendala

---

<sup>1</sup>Rahadi Wasi Bintaro, 2010, *Aspek Hukum Zonasi Pasar Tradisional dan Pasar Modern*, Jurnal Dinamika Hukum, Vol 10 Edisi No.3 September 2010, hal. 21.

---

<sup>2</sup>[http://aprindo.net/visi\\_dan\\_misi\\_130.html](http://aprindo.net/visi_dan_misi_130.html).

pengembangan peritel pasasar tradisional saat ini adalah kurangnya pendanaan.

Meski pasar ritel menengah modern tumbuh, tetapi untuk perluasan cabangnya mengalami perlambatan karena terkait pembatasan jumlah ritel dari pemerintah daerah dan potnsi perluasan daerah yang masih belum memadai di daerah selain di Kabupaten Badung dan Kota Denpasar. Menurut General Manager Circle K wilayah Bali AA Indra Prasta mengungkapkan saat ini pengembangan jaringan ritel di wilayah lain selain Badung untuk bias dikembangkan nampaknya masih belum memungkinkan karena perhitungan nilai strategis pasar. Meski demikian, perusahaan ritel berjaringan ini masih berkomitmen untuk tidak merebut pasar toko lokal tradisional yang mempunyai segmen tersendiri<sup>3</sup>.

Kepastian Pengaturan Hukum Bagi Toko Modern Waralaba, sudah terlaksana atau diterapkan Peraturan-Peraturan di

---

<sup>3</sup><http://suarapengusaha.com/2012/2/12/ap-rindo-2013-pertumbuhan-ritel-menengah-modern-di-bali-bakal-naik-10/>, diakses Minggu 2 Februari 2014.

Kota Denpasar menyangkut data empiris tentang Jumlah Toko Modern Waralaba Berjaringan dan Non Jaringan didasarkan atas *data base* Perijinan dan peraturan Wali Kota (Perwali) Denpasar No. 9 Tahun 2009 tentang Moratorium dan Penataan Toko Modern, Eksistensi Toko Modern Waralaba terhadap Pasar Tradisional sebelum dan setelah adanya Peraturan-peraturan yang mengatur Toko Modern Waralaba seperti Peraturan Presiden Republik Indonesia No 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, yang berfungsi sebagai bentuk kepastian hukum bagi kenyamanan dan keamanan berinvestasi, dasar hukum Toko Modern baik Pusat maupun daerah sehingga terciptanya Kepastian Hukum dan adanya Pengaturan Hukum Bagi Toko Modern Waralaba, Dasar Hukum Waralaba/Franchise, hak dan kewajiban antara Pembeli Waralaba dengan Penerima Waralaba, Keberadaan Toko

Modern Waralaba terhadap Pasar Tradisional dengan berbagai paradigma, baik dari masyarakat, pemerintah daerah maupun versi pebisnis waralaba.

## B. PEMBAHASAN

### 1. Aspek Hukum Toko Modern dan Waralaba

Waralaba (*franchise*) adalah sistem pemasaran barang dan atau jasa dan atau teknologi yang didasarkan pada kerjasama tertutup (antara *franchisor* dan *franchise*) dan terpisah baik secara hukum dan keuangan dimana *franchisor* memberikan hak pada para *franchise* dan memberikan kewajiban untuk melaksanakan bisnisnya sesuai dengan konsep dari *franchisor*. Ketentuan perundang-undangan yang mengatur secara khusus tentang waralaba ini di Indonesia belum ada, oleh karena itu peraturan yang digunakan adalah peraturan-peraturan yang mengatur tentang perjanjian yang terdapat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP) dan peraturan-perturan yang

mengatur undang-undang ketenagakerjaan, dan undang-undang pajak pertambahan nilai dan pajak penghasilan, serta undang-undang tentang wajib daftar perusahaan. Oleh karena itu, apapun jenisnya waralaba sebagai sebuah kegiatan bisnis sebagaimana kegiatan lainnya, sesuai ketentuan Pasal 1 angka 1 PP No. 42/2007 dilaksanakan dan dirumuskan dalam suatu hubungan kontraktual yaitu berdasarkan kontrak waralaba<sup>4</sup>.

Sentosa Sembiring menyebutkan bahwa Waralaba harus memenuhi kriteria seperti yang disebutkan dalam Pasal 3 PP No. 42 Tahun 2007 sebagai berikut :

- a. Memiliki ciri khas usaha ;
- b. Terbukti sudah memberikan keuntungan ;
- c. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis ;
- d. Modal diajarkan dan aplikasikan;

---

<sup>4</sup>Kogin, Kevin, 2014, *Aspek Hukum Kontrak Waralaba*, PT. Tatanusa : Jakarta, hal. 34.

- e. Adanya dukungan yang berkesinambungan ; dan
- f. Hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar<sup>5</sup>.

**2. Pelaksanaan Peraturan Hukum Toko Modern Waralaba di Kota Denpasar**

Menurut Ida Bagus Benny selaku Kabid Pelayanan Perijinan Pemerintah dan Pembayaran BPPTSP pada Badan Perijinan Kota Denpasar menjelaskan mengenai peraturan hukum untuk mengatur perkembangan toko modern waralaba di Kota Denpasar disebutkan sebagai berikut :

- a. Peraturan Walikota Denpasar Nomor 9 Tahun 2009 tentang Penataan dan pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern ;
- b. Keputusan Walikota Denpasar No. 188.45/495/HK/2011 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar

Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern ;

- c. Keputusan Walikota Denpasar Nomor 188.45/495/HK/2011 tentang Petunjuk Pelaksanaan Penataan dan Pembinaan Toko Modern (MiniMarket) di Kota Denpasar<sup>6</sup>.

Beliau menambahkan bahwa regulasi/peraturan yang diberikan kepada usaha toko modern waralaba yang berdiri dan berkembang sebelum terbitnya Perwali No. 9 Tahun 2009 Usaha Toko Modern sebelum diatur dengan Perwali No.9 Tahun 2009 diatur dengan Perda Kota Denpasar No.13 Tahun 2002 tentang Izin Usaha Perdagangan. Setelah terbitnya Perwali No.9 Tahun 2009 yang mengatur bahwa Toko Modern dibagi menjadi beberapa jenis yaitu:

- a. Perkulakan ;
- b. Departement Store ;
- c. Hypermarket ;
- d. Supermarket ;

---

<sup>5</sup>Sentosa Sembiring, Sentosa, 2008, *Himpunan Peraturan Perundang-Undangan RI tentang Waralab*, Nuansa Aulia 2008, hal. 134-135.

---

<sup>6</sup>Ida Bagus Benny, Kabid Pelayanan Perijinan Pemerintah dan Pembayaran BPPTSP, Badan Perijinan Kota Denpasar, Kamis 1 Agustus 2014.

- e. Toko Serba Ada (Toserba) ;
- f. Swalayan ;
- g. Mini Market ;

Adapun pelaksanaan pengaturan hukumnya sebagai berikut :

- a. Toko Modern didirikan harus berjarak pada radius 1 km dari Pasar Tradisional ;
- b. Toko Modern tidak diperkenankan pada 1 sisi dalam ruas jalan yang sama ;
- c. Minimarket berjarak 0,5 km dari Pasar Tradisional ;
- d. Toko Modern (terkecuali minimarket local) harus berjarak 250 m dari persimpangan jalan.

Dalam perwali disebutkan bahwa adanya moratorium perkembangan toko modern untuk memberikan proteksi terhadap keberadaan pasar tradisional, dan bagaimana bentuknya serta apakah sudah dapat diterapkan sepenuhnya. Adapun moratorium yang dimaksud adalah :

- a. Toko Modern hanya diberikan ijin sesuai data base Perijinan yang telah

terdapat dalam Keputusan Walikota Denpasar yang berjumlah 295 ;

- b. Adanya aturan yang jelas tentang jarak antara toko modern dengan pasar tradisional ;

- c. Adanya aturan tentang Quota pendirian Minimarket jejaring di masing-masing Kecamatan dengan jumlah yang telah diatur secara jelas dan ketentuan tentang brand jejaring yang diijinkan, dengan Komposisi sebagai berikut :

- 1 (satu) mini market dengan model regular ;
- 2 (dua) dengan model Waralaba (*Franchise*) ;
- 4 (empat) dengan model Operator Mandiri (kerjasama).

### 3. Eksistensi Pasar Tradisional atas Keberadaan Toko Modern Waralaba di Kota Denpasar

Keberadaan toko modern waralaba tidak selamanya bersifat negative terhadap pasar tradisional karena segmentasi pasar dan produk yang ditawarkan sangat berbeda dengan pasar tradisional.

Sehingga pasar tradisional dapat tumbuh dan berkembang bersama-sama dengan toko modern dalam konteks persaingan sehat dan saling mendukung<sup>7</sup>. Meningkatnya jumlah pasar modern memicu banyak orang lebih memilih berbelanja di pasar modern karena alasan praktis, bersih dan efisien, maupun karena alasan gengsi dan gaya hidup. Padahal, berbelanja di pasar modern dan pasar tradisional sama-sama memiliki keuntungan dan kerugian.

Menurut I Komang Sugiarta selaku Kabid Ekonomi dan Kesra pada Badan Perijinan Kota Denpasar mengemukakan bahwa konsumen yang cerdas dan bijak pasti menyadari hal tersebut sehingga mereka dapat menentukan kapan saat yang tepat berbelanja di toko modern maupun di pasar tradisional<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup>Wawancara dengan I Nyoman Iwan Setiawan, General Manager PT. Circle K Bali, 4 Agustus 2014.

<sup>8</sup>Wawancara dengan I Komang Sugiarta, Kabid Ekonomi dan Kesra, Badan Perijinan Kota Denpasar, 1 Agustus 2014.

Larinya banyak pembeli ke toko modern bukan suatu fenomena yang mengejutkan, melihat kenyataan bahwa di Indonesia kondisi dari pasar tradisional sangat buruk karena jarang direnovasi dan disempurnakan secara berkala mengikuti zaman. Lain halnya dengan pasar swalayan modern, dalam sistem nya memiliki aturan yang ketat untuk merubah penataan ruang dalam kurun waktu tertentu<sup>9</sup>.

Dari fenomena yang ada dan pendapat dari beberapa masyarakat dapat dikatakan bahwa yang menjadi perbedaan antara pasar tradisional dan toko modern waralaba adalah sebagai berikut :

a. Harga Barang

Harga barang di toko modern sudah pasti sesuai *barcode* sedangkan harga barang di pasar tradisional bergantung pada proses tawar menawar.

b. Diskon dan Hadiah

---

<sup>9</sup>Kurnia, Kafi (2000), "Kompetisi", 26 Februari, No.15/VI, <http://www.gatranews.net/VI/15/INTI-15.html>.

Sejumlah supermarket memang sering memberikan berbagai penawaran berupa diskon dan hadiah menarik sehingga mengundang pembeli yang konsumtif berbeda dengan pasar tradisional.

c. Kenyamanan Belanja

Toko Modern waralaba menerapkan prinsip swalayan dimana para pembeli dapat melayani diri sendiri dengan suasana yang nyaman, bersih dan tanpa harus berdesak-desakan seperti suasana pasar tradisional pada umumnya. Namun saat ini pasar tradisional sudah mulai terlihat rapi dan bersih.

d. Kesegaran Produk

Khusus untuk buah-buahan import, mutu barang yang dijual di supermarket biasanya jauh lebih baik dibandingkan dengan produk yang dijual di pasar tradisional. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa produk import dapat mengandung bahan pengawet.

e. Kemudahan Bertransaksi

Proses bertransaksi pada toko modern dapat dilakukan dengan menggunakan alat pembayaran dengan menggunakan kartu kredit, kartu debit atau uang elektronik (*e-money*).

Kemudahan semacam ini tidak dijumpai di pasar tradisional. Namun demikian, masyarakat harus waspada agar tidak terjebak pada sikap konsumtif dan memiliki hutang kartu kredit yang dapat berujung pada gangguan penagih hutang<sup>10</sup>.

**4. Upaya Pemerintah Kota Denpasar dalam Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional Akibat Keberadaan Toko Modern Waralaba di Kota Denpasar**

Pemerintah sebagai regulator dan pengawas harus mampu mewedahi semua aspirasi yang berkembang tanpa ada yang merasa dianaktirikan. Apalagi pasar tradisional telah terbukti mampu menjadi penyangga perekonomian nasional serta

---

<sup>10</sup>Purnomo, Serfianto D, *Et.all, Op.cit*, hal. 16.

mampu meredam gejolak social akibat kesenjangan di masyarakat. Hal ini membuat pemerintah tidak hanya berpikir aspek ekonomi semata, namun aspek social dalam pengembangan bisnis toko modern waralaba di Indonesia<sup>11</sup>.

Menurut General Manager PT Circle K Wilayah Bali, I Nyoman Setiawan mengakui bahwa pihaknya dengan konsep toko modern waralaba tidak mengganggu Pasar Tradisional karena mengembangkan konsep Conveince Store. Karena target market atau segmen pasar antara toko modern dengan pasar tradisional sngat berbeda, dan produk yang dijual pun berbeda. Ditambahkan pula Program Revitalisasi dari Pemerintah Kota Denpasar merupakan upaya pemerintah dalam menciptakan persaingan yang sehat diantara pasar tradisional dan toko modern waralaba, mengingat pasar tradisional memiliki potensi yang sangat besar walaupun

memiliki pangsa pasar yang berbeda dengan toko.

Sejauh ini, berdasarkan penjelasan dari Anak Agung Ngurah Bawa Nendra selaku Kabid Pengkajian dan Pengembangan menjelaskan bahwa pemerintah Kota Denpasar melakukan berbagai upaya dalam mengatasi dampak toko modern waralaba terhadap pasar tradisional yang khususnya berada di wilayah Kota Denpasar. Beliau menjelaskan bahwa sejauh ini Pasar Tradisional di Pemkot Denpasar yang telah dilaksanakan program Revitalisasi Pasar sejumlah 6 Pasar yaitu :

- a. Pasar Agung
- b. Pasar Nyanggelan
- c. Pasar Pohgading
- d. Padangsambian
- e. Pasar Kerthawanginsari
- f. Pasar Sudhamerta

Upaya Pemkot Denpasar melalui Dinas Perdagangan melakukan pembenahan terhadap keberadaan Pasar Tradisional secara bertahap, sehingga

---

<sup>11</sup>Purnomo, Serfianto D, *Et.all, Op.Cit*, hal. 22.

diharapkan akan memberikan kenyamanan bagi konsumen dengan membuat daya saing di dalam melakukan usahanya, meningkatkan minat masyarakat untuk tetap memanfaatkan daya belinya di Pasar Tradisional. Pemerintah Kota Denpasar dapat melakukan pemberdayaan pasar tradisional dengan membantu memperbaiki akses informasi tentang masa depan, ancaman dan peluang usaha. Mereka juga perlu dilatih mengantisipasi perubahan tuntutan konsumen. Dalam kaitannya dengan produsen/pemasok, pedagang pasar tradisional perlu dibantu dalam mengefisienkan rantai pemasaran guna mendapatkan barang dagangan yang lebih murah dan berkualitas<sup>12</sup>.

Dengan upaya tersebut diharapkan pasar tradisional dapat menjadi pasar yang sehat, ramah, dengan barang – barang yang lebih terjaga kualitasnya sehingga sehat untuk dikonsumsi. Ancaman toko

modern waralaba yang berkembang di Denpasar apabila ditanggapi sesungguhnya dapat menjadi cambuk perubahan bagi pasar tradisional kearah yang lebih maju namun tetap mempertahankan keunikannya.

### C. PENUTUP

Pada dasarnya bahwa peraturan yang berlaku pada perjanjian waralaba (*franchising*) di Indonesia adalah adanya peraturan yang khusus untuk mengatur waralaba yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan R.I No.68/M-DAG/PER/10/Tahun 2012 tentang Waralaba Jenis Usaha Toko Modern serta peraturan-peraturan lainnya yang terkait disesuaikan dengan Peraturan Daerah tempat toko modern waralaba tersebut didirikan.

Eksistensi pasar tradisional di wilayah kota Denpasar masih tetap terjaga dan tidak tergeser oleh keberadaan toko

---

<sup>12</sup>Wawancara dengan Anak Agung Ngurah Bawa Nendra, Kabid Pengkajian dan Pengembangan, Badan Perijinan Kota Denpasar, 1 Agustus 2014.

modern waralaba dan hal tersebut tidak bias dipungkiri mengingat masyarakat Bali sendiri yang merupakan mayoritas beragama Hindu dimana banyak kebutuhan yang mengharuskan seseorang berbelanja di pasar tradisional, secara otomatis hal ini menjadi nilai lebih bagi pasar tradisional.

Dengan menjamurnya toko modern waralaba di Kota Denpasar diharapkan pihak Dinas Perijinan lebih selektif memberikan ijin bagi berdirinya usaha toko modern agar tidak berdampak buruk pada keberadaan pasar tradisional karena pasar tradisional karena pasar tradisional adalah asset peninggalan bangsa yang sudah ada sejak nenek moyang dan menjadi potensi cagar budaya serta menarik minat wisatawan asing dan domestik. Dalam hal ini diharapkan juga bagi konsumen lebih teliti dan menjadi konsumen yang pintar dalam membeli barang agar nantinya tidak menimbulkan hal-hal yang negative di masyarakat.

Kepada masyarakat diharapkan untuk ikut menjaga eksistensi pasar tradisional, dengan cara selalu mengutamakan berbelanja di pasar tradisional, sehingga perputaran ekonomi si pasar tradisional selalu terjaga dan kepada pemerintah daerah untuk mengutamakan program-program revitalisasi pasar tradisional sehingga kesan kumuh, becek dan bau di pasar tradisional jadi hilang, seperti halnya yang di lakukan di Provinsi DKI Jakarta. Program dan upaya revitalisasi pasar tradisional perlu diperbanyak dan diperluas jangkauannya demi tetap terjaganya eksistensi pasar tradisional yang merupakan asset bangsa secara turun-temurun.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdulkadir Muhammad, 1986, *Hukum Perjanjian*, Alumni, Bandung.
- Eugenia Liliawati Muljono, 1998, *Peraturan Perundang Undangan Waralaba (Franchise)* Harvarindo, Jakarta.

- Esther dan Didik, 2003, *Membuat Pasar Tradisional Tetap Eksis*, Copying: Sinar Harapan, Jakarta.
- Gunadi, Yosef Nyoman, Seminar Peluang, Tantangan dan Kiat Pelaku Retail Modern di Kota Denpasar Bekerjasama dengan Fak.Ekonomi Univ.Udayana, 26 Juli 2011.
- Hadjon, Philipus M, 1987, *Perlindungan Hukum bagi Masyarakat di Indonesia*, PT. Bina Ilmu Surabaya.
- Hotniar, Basu Swastha, Toto, 2000, *Model Pengaruh Persepsi akan Toko Ritel Modern pada Pengalaman Berbelanja*.
- Martin Mendelshon, 1993, *Franchising Petunjuk Praktis bagi Frnchisor dan Franchise*, PT. Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta.
- Mertokusumo, Sundikno, 1991, *Mengenal Hukum (Suatu Pengantar)*, Liberty, Jogjakarta.
- Munir Fuady, 1994, *Hukum Bisnis dalam Teori dan Praktek*, Buku Kesatu, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Mariam Darus Badruzaman, 2001, *Kompilasi Hukum Perikatan*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Soerjono Soekanto, dan Sri Mamudji, 1990, *Penelitian Hukum Normatif*, Jakarta, Rajawali.
- Sumardi, Juajir, 1995, *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Sutikno, Fauzul Rizal. 2009, *Pergerakan Penduduk terhadap Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Malang*. Prosiding Seminar Nasional Identitas Kota-kota Masa Depan di Indonesia. Bali.
- Sarundajang, 2002, *Arus Balik Kekuasaan Pusat ke Daerah*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.
- Serfianto D Purnomo, Et All, 2013, *Sukses Bisnis Ritel Modern*, PT. Elex Media Komputindo Kompas Gramedia, Jakarta.
- Subekti, 1999, *Hukum Perjanjian*, PT. Pradnya Paramita, Jakarta.
- Rahadi Wasi Bintoro, 2010, *Aspek Hukum Zonasi Pasar Tradisional dan Pasar Modern*, Jurnal Dinamika Hukum, Vol 10 Edisi No 3 September 2010.
- W.J.S Poerwadarminta, 1986, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Cetakan ke IX, Balai Pustaka, Jakarta.

### **Makalah**

Fakultas Ekonomi Univ.Udayana-Bali, Hasil Penelitian Kajian Akademis Mini Market di Kota Denpasar, 2011.

### **Internet**

<http://www.alfamartku.com//berita/sinergi-pasar-modern-dan-tradisional.html>, di akses Minggu 2 Februari 2014.

<http://suarapengusaha.com./2012/12/12/aprindo-2013-pertumbuhan-ritel-menengah-modern-di-bali-bakal-naik-10/>, di akses Minggu 2 Februari 2014.

Peneliti Bidang Ekonomi Kebijakan Publik pada Pusat Pengkajian, Pengolahan Data dan Informasi (P3DI) Setjen DPR RI, e-mail: lukmanadam@dpr.go.id.

### Media Cetak

WALI (Asosiasi Waralaba dan Lisensi Indonesia), Pembatasan Waralaba hanya Rugikan Perusahaan Lokal, Majalah Tempo, Edisi Nov, 2012.

Wijana, I Wayan (*Circle K Bali*) ; Sinergy UMKM dengan Pasar Modern Mewujudkan Pertumbuhan Ekonomi dan Kesejahteraan, Workshop Kerjasama BaliTV dengan Dinas Perdagangan Kab.Badung, *Surat Kabar Bisnis Bali*, Desember 2012

### Bahan Hukum

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer).

Peraturan Presiden No.112/Tahun 2007 tentang Penataan, Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

Peraturan Menteri Perdagangan R.I No.53/M-DAG/PER/10/ Tahun 2008 tentang Penataan, Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

Peraturan Menteri Perdagangan R.I No.68/M-DAG/PER/10/ Tahun 2012 tentang Waralaba Jenis Usaha Toko Modern.

Peraturan Daerah (Perda) Kota Denpasar No.27/Tahun 2011 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Denpasar 2011-2031.

Peraturan Wali Kota Denpasar (Perwali) No.9 Tahun 2009 dan Keputusan Wali Kota Denpasar No.188.45/495/HK/2011 tentang Penataan, Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern di Kota Denpasar.