

**ANALISIS YURIDIS PENGATURAN KEWAJIBAN  
MEMBERIKAN LAHAN DAN PEMBatasan HARGA DI  
DALAM PERATURAN DAERAH DKI JAKARTA NOMOR 2  
TAHUN 2002 TENTANG PERPASARAN SWASTA DI DKI  
JAKARTA DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 5  
TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI  
DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT**

**SKRIPSI**

**KEMAS ENDI ARIO KUSUMO**

**050500138Y**



**UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS HUKUM  
PROGRAM KEKHUSUSAN IV (HUKUM TENTANG KEGIATAN  
EKONOMI)  
DEPOK  
DESEMBER 2008**

**ANALISIS YURIDIS PENGATURAN KEWAJIBAN  
MEMBERIKAN LAHAN DAN PEMBatasan HARGA DI  
DALAM PERATURAN DAERAH DKI JAKARTA NOMOR 2  
TAHUN 2002 TENTANG PERPASARAN SWASTA DI DKI  
JAKARTA DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 5  
TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI  
DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Hukum**

**KEMAS ENDI ARIO KUSUMO**

**050500138Y**



**UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS HUKUM  
KEKHUSUSAN IV (HUKUM TENTANG KEGIATAN EKONOMI)  
DEPOK  
DESEMBER 2008**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Kemas Endi Ario Kusumo

NPM : 050500138Y

Tanda Tangan :

Tanggal : 24 Desember 2008

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Kemas Endi Ario Kusumo  
 NPM : 050500138Y  
 Program Studi : Ilmu Hukum  
 Judul Skripsi : Analisis Yuridis Pengaturan Kewajiban Memberikan Lahan Dan Pembatasan Harga di dalam Peraturan Daerah DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Indonesia

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Kurnia Thoha, S.H., LL.m, Ph.d	(	)
Pembimbing : Ditha Wiradiputra, S.H.	(	)
Penguji : Suharnoko, S.H., MLI	(	)
Penguji : Sofyan Pulungan, S.H.,M.A	(	)
Penguji : Surini Ahlan Syarif, S.H., M.H.	(	)

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 3 Januari 2009

## KATA PENGANTAR

Dengan rahmat dan karunia Allah SWT, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Atas berbagai kemudahan, kemurahan, rizki serta kebaikan yang diberikan Allah SWT selama hidup penulis dan juga selama penulisan skripsi ini, penulis memanjatkan syukur yang tiada henti kepadaNya. Penulis menyadari bahwa selama penulisan skripsi ini, penulis tidak dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini tanpa bantuan dari beberapa pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak tersebut, pihak-pihak tersebut adalah:

1. Bapak Kurnia Toha dan Bang Ditha Wiradiputra selaku pembimbing yang sangat baik karena telah memberikan waktu dan ilmunya kepada penulis sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Mama, Papa, dan Mbak Ira, terima kasih atas dukungannya selama ini, bukan hanya dalam penulisan skripsi, tetapi dalam setiap kehidupan penulis, terima kasih atas segala doa, bantuan dan semuanya hingga akhirnya penulis bisa menjadi seperti sekarang. Terima kasih karena telah menjadi keluarga yang sangat hebat bagi penulis. Mungkin tanpa kalian penulis tidak dapat menjadi seperti sekarang.
3. Keluarga Bapak Rahmad Drajad. Tante Ika, Om Deddy, Kak Dety, Mas Romy, Kak Dede, Kak Aaron, Bilqis. Terima kasih atas doa-doa dan bantuannya selama ini kepada penulis, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian selama ini dan selalu merahmati dan melindungi Keluarga Besar Rahmat Drajad, amin.
4. Ika Ratnasari Hadiputri, menjadi teman dalam mencari Pak Kurnia dan Bang Ditha, memberi masukan kepada skripsi penulis sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan juga memberi tumpangan mobilnya serta print gratis.
5. Teman-teman penulis selama kuliah, Dimas *Manto* Noveriko Putranto, Agung Laksana Pranata, EM *Casek* Alfalesa, Wahyu *Jak* Nurrazak. Maraden Saddam,

teman dari awal penulis masuk ke FHUI. Corry Permata Sari menjadi teman seperjuangan dalam menulis skripsi dan berbagi informasi. Dwika Cobain Yos Pratama, Akbar Artajaya, Andhi Martuaraja teman di ruang kuliah. Sukma Dwy Andrina dalam memberikan informasi dan pencerahan. Risty Rachmonicha dan Rifanni Sari untuk catatan kuliahnya. Talita Tamara Sompie yang selalu menanyakan perkembangan skripsi penulis. Serta semua teman di FHUI 2005 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas semua hal yang ada.

6. Teman-teman yang sudah mendoakan serta membantu ketika penulis mendapat masalah, Sita Kusumawardhani, Kristanti Permata Vidiarsi, Diajeng Luki Astria.
7. Pembimbing akademis penulis, Bapak Purnawidhi Purbacaraka, terima kasih atas perhatian dan doa selama ini.
8. Tika Rahmawati terima kasih atas perhatian dan pengertiannya selama ini, serta terima kasih juga atas buku-buku ekonomi yang dipinjamkan untuk membuat skripsi ini.
9. Seluruh dosen FHUI yang sudah memberikan ilmu-ilmunya kepada penulis selama penulis kuliah.
10. Para Penguji yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk hadir.

Seiring dengan selesainya penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kekurangan dan kesalahan, oleh karena itu penulis dengan tangan terbuka menerima kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan kekurangan dan kesalahan yang ada. Penulis juga berharap agar skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang memerlukannya.

Depok, Desember 2008

Kemas Endi Ario Kusumo

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kemas Endi Ario Kusumo

NPM : 050500138Y

Program Studi : Ilmu Hukum

Fakultas : Hukum

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Analisis Yuridis Pengaturan Kewajiban Pemberian Lahan Dan Pembatasan Harga di Dalam Peraturan Daerah DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 25 Desember 2008

Yang menyatakan

(Kemas Endi Ario Kusumo)

## ABSTRAK

Nama : Kemas Endi Ario Kusumo

Program Studi : Ilmu Hukum

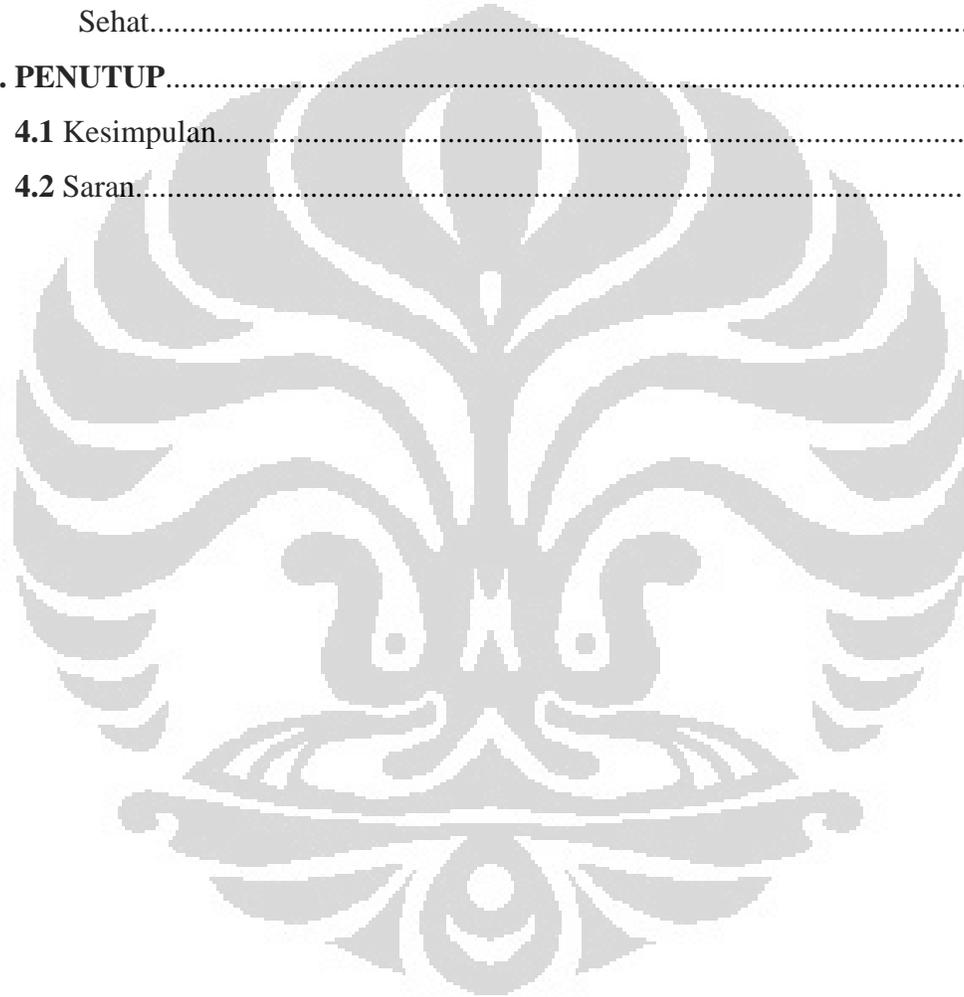
Judul : Analisis Yuridis Pengaturan Kewajiban Memberikan Lahan Dan Pembatasan Harga Minimum Di Dalam Peraturan Daerah DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta Di DKI Jakarta Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Persaingan merupakan hal yang penting dalam kegiatan usaha, untuk itu sebisa mungkin persaingan selalu dijaga agar tetap hidup dalam kegiatan usaha. Karena dengan adanya persaingan, pelaku usaha dituntut untuk terus melakukan perbaikan-perbaikan terhadap produksi barang atau jasa yang dihasilkan serta terus melakukan inovasi agar pelaku usaha tersebut tetap unggul dibanding pesaing-pesaingnya. Faktor modal mempengaruhi pelaku usaha untuk melakukan efisiensi, untuk itu pemerintah melakukan campur tangan untuk melindungi pelaku usaha yang mempunyai modal kecil. Pemerintah Daerah DKI Jakarta membatasi pelaku usaha perpasaran swasta dalam memberikan harga jual, hal ini ditujukan agar pelaku usaha kecil disekitar pelaku usaha perpasaran swasta tidak terlibas oleh keberadaan pelaku usaha perpasaran swasta, namun cara yang dilakukan oleh pemerintah daerah DKI Jakarta melalui Peraturan daerahnya kurang tepat jika ditinjau dari Undang-Undang Persaingan Usaha. Pembatasan harga minimum yang boleh dijual pelaku usaha perpasaran swasta dapat dikatakan sebagai hambatan masuk yang diciptakan oleh pemerintah, karena pelaku usaha ketika baru masuk pertama kali ke dalam sebuah industri maka untuk menarik konsumen ia akan merendahkan harga jual barang atau jasanya dibanding pesaing-pesaingnya, namun ternyata hal tersebut dilarang oleh Pemerintah Daerah DKI Jakarta. Pemerintah dalam hal ini berperan untuk memberdayakan pelaku usaha kecil, namun seharusnya cara yang diambil bukan membuat pelaku usaha lain menjadi kecil atau tidak mempunyai kekuatan, tetapi seharusnya pemerintah memberi bantuan kepada pelaku usaha kecil tersebut agar mereka mempunyai kekuatan dan kemampuan untuk bertahan terhadap persaingan di dunia usaha yang di dalamnya terdiri dari berbagai ukuran pelaku usaha. Hal ini perlu dilakukan agar persaingan usaha di Indonesia tetap terjaga dan akhirnya mencapai salah satu dari tujuan dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yaitu menciptakan efisiensi nasional sehingga akhirnya akan mewujudkan kesejahteraan rakyat Indonesia.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>1. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pokok Permasalahan.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Metode Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Batasan Penelitian.....	9
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
<b>2. KONDISI INDUSTRI PERPASARAN DAN PERSAINGAN DI DALAMNYA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Perkembangan Industri Perpasaran.....	11
2.2 Kondisi Industri Perpasaran.....	16
2.3 Persaingan Dalam Industri Perpasaran dan Dampaknya.....	19
<b>3. ANALISIS YURIDIS PERATURAN DAERAH DKI JAKARTA NOMOR 2 TAHUN 2002 TENTANG PERPASARAN SWASTA DI DKI JAKARTA DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT.....</b>	<b>23</b>

<b>3.1</b> Permasalahan Yang Timbul Dari Pengaturan Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta.....	<b>23</b>
<b>3.2</b> Analisis Pengaturan Kewajiban Memberikan Lahan dan Pengaturan Pembatasan Harga di Dalam Peraturan Daerah DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.....	<b>30</b>
<b>4. PENUTUP</b> .....	<b>41</b>
<b>4.1</b> Kesimpulan.....	<b>41</b>
<b>4.2</b> Saran.....	<b>43</b>



# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Persaingan atau *competition* dapat diartikan sebagai suatu proses sosial, dimana individu atau kelompok-kelompok manusia yang bersaing, mencari keuntungan melalui bidang-bidang kehidupan yang pada suatu masa tertentu menjadi pusat perhatian umum (baik perseorangan maupun kelompok manusia) dengan cara menarik perhatian atau dengan mempertajam prasangka yang ada tanpa menggunakan ancaman atau kekerasan.<sup>4</sup>

Dunia usaha sangat identik dengan persaingan, persaingan dalam dunia usaha menimbulkan/mewujudkan efisiensi yang tinggi, maksudnya adalah efisiensi yang berkaitan dengan kombinasi paling efektif dari faktor-faktor produksi tenaga kerja, modal dasar dan modal nyata pada suatu saat tertentu<sup>5</sup>. Persaingan menimbulkan efek dinamis dalam perkembangan dunia usaha, karena para pelaku usaha berlomba-lomba menciptakan formula yang lebih baik dari pesaingnya.

Persaingan usaha sangat menghargai efisiensi dan efektivitas dari pelaku usaha, karena pelaku usaha yang dapat melakukan hal tersebut maka dapat dikatakan ialah pemenang dalam persaingan tersebut. Persaingan memberi imbalan kepada penemuan-penemuan produk baru dan terobosan-terobosan yang terkait dengan penurunan biaya, pemanfaatan kombinasi bahan produksi baru, penciptaan jalur-jalur distribusi yang lebih baik, dan pembukaan pasar baru, dimana keuntungan yang dihasilkan -dilihat dari sudut pandang ekonomi nasional- mempunyai fungsi sinyal tertentu<sup>6</sup>.

---

<sup>4</sup> John Lewis Gilin dan John Philip Gilin, *Cultural Sociology*, (New York: The Macmillan Company). Seperti yang dikutip dalam Buku Soerjono Soekanto, *Sosiologi: Suatu Pengantar. Cet. Ketigapuluh tiga*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002) Hal. 91.

<sup>5</sup> Knud Hansen, *et al*, *Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, (Jakarta: Katalis, 2002), hal 7.

<sup>6</sup> *Ibid*

Persaingan mempunyai dampak positif dan negatif. Dampak positif dari persaingan adalah bahwa pelaku usaha menekan harga menjadi lebih rendah dengan cara melakukan efisiensi dan formula lainnya supaya pelaku usaha tersebut dapat menarik lebih banyak konsumen dibanding pesaingnya, lalu dengan adanya persaingan, pelaku usaha selalu berlomba-lomba untuk melakukan inovasi dan menciptakan produk baru demi terus menjaga pangsa pasar.<sup>7</sup> Selanjutnya adalah pelaku usaha terus melakukan pelayanan-pelayanan kepada konsumen lebih baik dibanding pesaing-pesaingnya, semua itu pada akhirnya menguntungkan para konsumen karena selain mendapatkan harga yang rendah, konsumen juga diuntungkan dengan pesatnya perkembangan teknologi dari inovasi yang diciptakan oleh pelaku usaha ditambah pelayanan yang selalu terjaga.<sup>8</sup>

Dampak negatif dari persaingan adalah persaingan memerlukan biaya-biaya lebih dan kesulitan-kesulitan tertentu yang tidak ada dalam sistem monopoli, persaingan menimbulkan lebih banyak pengorbanan dengan keuntungan yang lebih rendah dibanding dengan monopoli, maka dari itu banyak pelaku usaha yang ingin meniadakan adanya persaingan karena dengan menghilangkan persaingan memungkinkan pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan yang jauh lebih besar.

Dampak negatif dari persaingan tersebut yang memunculkan urgensi adanya hukum yang dapat mengatur perilaku pelaku usaha yang tidak menginginkan adanya persaingan.<sup>9</sup>

Indonesia pada tahun 1999 akhirnya mengeluarkan Undang-Undang no 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Sebelum adanya peraturan tersebut Indonesia belum mempunyai peraturan tentang antimonopoli yang komprehensif,<sup>10</sup> hal itu disebabkan tidak adanya *political will* dari

---

<sup>7</sup> Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha*. Cet 1 ( Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004) hal. 9

<sup>8</sup> *Ibid*

<sup>9</sup> Arie Siswanto, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*. (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002) Hal. 4.

<sup>10</sup> *Ibid*

pemerintah mengenai hal tersebut, pemerintah pada zaman itu masih menghendaki ketiadaan persaingan agar kroni-kroninya dapat menikmati keuntungan dari semua bidang usaha.<sup>11</sup>

Munculnya Undang-Undang no 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat didasari kesepakatan yang dibuat pemerintah Indonesia dengan IMF, dimana dalam kesepakatan itu disyaratkan Indonesia membuat peraturan yang melindungi pelaku usaha dari persaingan tidak sehat, walaupun jauh sebelum itu banyak pihak yang menginginkan peraturan itu terbentuk.

Tujuan utama dari undang-undang persaingan usaha Indonesia adalah, seperti yang tertuang dalam pasal 3 Undang-Undang no 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat:

1. menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat
2. mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan usaha yang sama bagi pelaku usaha besar, menengah, dan kecil
3. mencegah praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha
4. terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha<sup>12</sup>

Berkembangnya usaha perpasaran swasta di Jakarta menimbulkan persaingan yang sangat sengit dalam industri perpasaran, di beberapa sisi dipandang sangat positif dan sangat menguntungkan konsumen Indonesia namun di lain sisi juga mempunyai dampak negatif terhadap pelaku usaha lainnya.

Pasar swalayan adalah contoh usaha perpasaran swasta, perkembangan perpasaran swasta di Indonesia, khususnya Jakarta, kini semakin semarak. Kehadiran para pelaku usaha ritel modern telah memberi warna tersendiri bagi perkembangan perpasaran swasta Indonesia.<sup>13</sup> Dalam jangka waktu yang singkat beberapa pelaku

---

<sup>11</sup> *Ibid*

<sup>12</sup> Indonesia, *Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, UU No. 5 tahun 1999, LN No. 33 tahun 1999. TLN No. 3817, psl 3.

<sup>13</sup> [http://www.kppu.go.id/docs/Positioning\\_Paper/ritel.pdf](http://www.kppu.go.id/docs/Positioning_Paper/ritel.pdf), 2 September 2008

usaha ritel modern dengan kemampuan kapital yang besar melakukan aktivitasnya di Indonesia. Mereka mewujudkannya dalam bentuk minimarket, supermarket bahkan *hypermarket* yang kini bertebaran di setiap kota besar Indonesia. Keragaman produk dengan tingkat kenyamanan, kebersihan, keamanan, kualitas produk yang bervariasi serta harga yang juga bervariasi, menyebabkan berbagai segmen konsumen tumbuh di sektor ritel ini.<sup>14</sup>

Berkembangnya perpasaran swasta membawa dampak positif bagi para konsumen, salah satu contohnya adalah konsumen mendapat banyak pilihan dalam menentukan tempat berbelanja<sup>15</sup>. Dengan kondisi yang demikian tentu para pelaku usaha berlomba-lomba menarik konsumen agar berbelanja di tempatnya, hal yang dapat dilakukan antara lain adalah melakukan efisiensi dan efektivitas dalam berusaha sehingga dapat menjual harga yang lebih rendah dibanding pesaingnya.

Di balik dampak positif diatas ternyata persaingan tersebut juga menimbulkan dampak negatif bagi pelaku usaha perpasaran lainnya seperti pelaku usaha perpasaran tradisional karena biasanya pelaku usaha perpasaran tradisional (contohnya warung atau toko) memiliki modal yang kecil sehingga kesulitan untuk bersaing. Konsumen lebih tertarik untuk berbelanja di pasar modern karena bisa mendapatkan harga yang jauh lebih murah dibanding jika berbelanja di warung atau toko sekitar.

Harga lebih murah yang ditawarkan oleh pasar modern tentu menarik para konsumen hal ini mengakibatkan konsumen tidak melirik lagi pasar-pasar tradisional dan mulai meninggalkan pasar tradisional yang akhirnya banyak yang gulung tikar.

Untuk mengatasi masalah berkembangnya usaha perpasaran swasta di Jakarta, pemerintah daerah Khusus Ibukota Jakarta mencoba mengatur keberadaan para pelaku usaha perpasaran swasta dengan membentuk sebuah peraturan.

Tahun 2002 pemda DKI Jakarta mengeluarkan Perda DKI Jakarta nomor 2 tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta, perda ini ditujukan untuk

---

<sup>14</sup> Hermansah, "Pasar Modern", *Seputar Indonesia*, (12 Agustus 2008): 29

<sup>15</sup> Taufik Ahmad, "Regulasi Persaingan Usaha di Bidang Ritel", <http://www.smeru.or.id/newslet/2007/news22.pdf>, 2 September 2008.

mengakomodir permasalahan yang muncul dalam kegiatan usaha perpasaran swasta yang tidak/belum diakomodir dalam Perda sebelumnya yaitu Perda nomor 8 Tahun 1992 tentang Pengusahaan Perpasaran Swasta.

Dasar menimbang Perda DKI Jakarta nomor 2 tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta secara implisit mengatakan bahwa perda ini dibutuhkan untuk mengikuti perkembangan usaha perpasaran swasta yang terus berkembang dan ditandai dengan semakin banyaknya bentuk perpasaran swasta yang ada.

Pengaturan-pengaturan dalam perda tersebut sepertinya dapat melindungi pasar-pasar tradisional dari gempuran pasar-pasar modern yang semakin menjadi. contohnya, dalam berusaha perpasaran swasta disyaratkan dalam mencari lokasi (*zonasi*), maksudnya adalah membatasi pasar modern agar tidak terlalu dekat ke dalam pemukiman penduduk atau tidak terlalu dekat dengan pasar tradisional yang ada. Hal itu dimaksudkan agar konsumen lebih memilih pasar tradisional yang lebih dekat lokasinya dari kediamannya dibanding harus ke pasar modern atau adanya kewajiban-kewajiban kepada pelaku usaha perpasaran swasta sehingga hal tersebut diharapkan akan menghambat bertumbuhnya pelaku usaha perpasaran swasta.

Pengaturan lainnya dan yang menjadi fokus penelitian ini adalah pembatasan harga terhadap harga jual yang dilakukan pasar modern. Pasar modern, untuk minimarket dan supermarket, dilarang menjual harga suatu produk yang sejenis jauh lebih murah dibanding harga di warung dan/atau toko sekitarnya, didalam peraturan pelaksanaannya, Keputusan Gubernur Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta nomor 44 tahun 2003 tentang Petunjuk Pelaksanaan Perpasaran Swasta di Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta, harga minimum yang dapat dijual pasar modern untuk suatu produk yang sejenis maksimum 10% lebih murah dibanding harga produk yang sejenis yang dijual pada warung dan/atau toko sekitar.<sup>16</sup>

Pembatasan harga maksimum tersebut mempunyai tujuan untuk melindungi para pelaku usaha warung dan/atau toko sekitarnya dari gempuran minimarket atau

---

<sup>16</sup> Jakarta, *Keputusan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Petunjuk Pelaksanaan Perpasaran Swasta di Provinsi DKI Jakarta*, Kep. Gubernur DKI Jakarta No. 44 Tahun 2003, LD No. 39 Tahun 2003. psl 7.

supermarket, karena memang kedua pasar modern tersebut yang merupakan pesaing berat dalam menjalankan usaha. Dengan adanya pembatasan harga tersebut dimaksudkan agar warung dan toko bisa bertahan dengan jalan memaksa pasar modern menjual harga lebih mahal dari yang mereka bisa agar harga tersebut hampir sama dengan warung dan toko sekitarnya.

Pengaturan tersebut tidak sejalan dengan tujuan dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yaitu menciptakan efisiensi dan efektivitas dalam kegiatan usaha, namun malah sebaliknya peraturan ini justru tidak menghargai efektivitas dan efisiensi yang dilakukan pelaku usaha sehingga dapat menjual harga lebih murah.

Selain itu perda ini juga menimbulkan *barrier to entry* bagi calon pelaku usaha perpasaran swasta serta menimbulkan ketidakadilan terhadap pelaku usaha perpasaran swasta, padahal argumen yang mengatakan bahwa kehadiran pasar modern merupakan penyebab utama tersingkirnya pasar tradisional tidak seluruhnya benar. Hampir seluruh pasar tradisional di Indonesia masih bergelut dengan masalah internal pasar seperti buruknya manajemen pasar, sarana dan prasarana pasar yang sangat minim.<sup>17</sup> Melihat dari uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti permasalahan-permasalahan di dalam pengaturan-pengaturan yang ada melalui penulisan skripsi yang berjudul :

“Analisis Pengaturan Kewajiban Memberikan lahan dan Pengaturan Pembatasan Harga Di Dalam Peraturan Daerah DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat”.

## 1.2. Pokok Permasalahan

Berdasarkan latar belakang di atas, pokok permasalahan yang ingin dibahas dalam penelitian ini adalah:

---

<sup>17</sup> Adri Poesoro, “Pasar Tradisional di Era Persaingan Global”, <http://www.smeru.or.id/newslet/2007/news22.pdf>, 2 September 2008.

1. Bagaimana permasalahan yang timbul dari pengaturan perda DKI Jakarta nomor 2 tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta?
2. Apakah pengaturan yang terdapat dalam Perda DKI Jakarta nomor 2 tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta sesuai dengan Undang-Undang nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mempelajari masalah-masalah yang ada di dalam hukum persaingan usaha, selanjutnya dapat menjawab pokok permasalahan tersebut di atas secara utuh dan menyeluruh.

Adapun tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Permasalahan yang timbul dari pengaturan perda DKI Jakarta nomor 2 tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta.
2. Kesesuaian pengaturan Perda DKI Jakarta nomor 2 tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta dengan Undang-Undang nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

### 1.4. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kepustakaan (*Library Research*), yang dimaksudkan untuk mengumpulkan bahan-bahan yang dapat melengkapi materi penelitian.

Tipologi penelitian yang digunakan adalah penelitian *problem finding* dan penelitian evaluatif. Penelitian *problem finding* yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk menemukan permasalahan sebagai akibat dari suatu kegiatan atau program yang telah dilaksanakan dan penelitian evaluatif.<sup>18</sup> Penelitian evaluatif adalah

---

<sup>18</sup> Sri Mamudji, dkk. *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum*, Cet 1, (Jakarta: Badan Penerbit Fakultas Hukum Universitas Indonesia), hlm. 4.

penelitian yang bertujuan untuk memberi evaluasi terhadap suatu program atau kegiatan.<sup>19</sup>

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari kepustakaan,<sup>20</sup> data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini mencakup:

- a. Bahan hukum primer, yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat yang mencakup norma dasar, peraturan dasar, ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat, Undang-Undang, Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, Keputusan Presiden, Peraturan Daerah, Bahan hukum yang tidak Dikodifikasikan, Yurisprudensi, Traktat, Peraturan dari zaman penjajahan yang hingga kini masih berlaku.<sup>21</sup>
- b. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan-bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan-bahan hukum primer, meliputi buku-buku hukum, majalah-majalah hukum, artikel-artikel hukum, hasil-hasil penelitian, dan berbagai literatur-literatur lainnya baik dari media massa maupun media internet.

Data-data yang diperoleh dan dikumpulkan melalui alat pengumpulan data studi dokumen yaitu penelaahan dokumen yang meliputi pengkajian peraturan dari dan dokumen lain yang mempunyai hubungan dengan persaingan usaha kemudian diolah dan dianalisa serta dipresentasikan secara kualitatif.<sup>22</sup>

### 1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. memberikan tambahan pemikiran secara teoritis didalam mengembangkan pengetahuan hukum khususnya di bidang hukum persaingan usaha.

---

<sup>19</sup> *Ibid.*

<sup>20</sup> Mamudji, *Loc.cit.* hal. 28.

<sup>21</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, Edisi 1, Cet. 8, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hal 13.

<sup>22</sup> Mamudji, *Op.cit.* hal 67.

2. Memperkaya pengetahuan bagi penulis dan pembaca di bidang hukum, khususnya di bidang hukum persaingan usaha.

### **1.6. Batasan Penelitian**

Agar penulisan skripsi ini lebih terfokus pada inti permasalahan dan untuk memudahkan pengkajian dan penganalisaan maka penulis membatasi permasalahan yang dibahas pada pokok permasalahan “analisis yuridis pengaturan kewajiban pemberian lahan dan pembatasan harga di dalam peraturan daerah DKI Jakarta nomor 2 tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta di DKI Jakarta ditinjau dari Undang-Undang 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat”.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi ini akan terbagi kedalam 4 bab, yaitu:

Bab 1 merupakan pendahuluan. Dalam bab ini penulis akan menjelaskan latar belakang dari penelitian, pokok permasalahan, tujuan penelitian, metode penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, serta sistematika penulisan. Bab ini sebagai pengantar dalam penulisan skripsi, sehingga diharapkan dapat mempermudah memahami permasalahan yang diangkat dalam penulisan skripsi ini.

Bab 2 merupakan penjelasan mengenai kondisi industri perpasaran dan persaingan di dalamnya. Bab ini berisi tentang gambaran umum mengenai industri perpasaran, khususnya pasar swasta yang ada. Dalam bab ini akan dibahas perkembangan industri perpasaran, kondisi industri perpasaran, persaingan dalam industri perpasaran dan dampaknya. Bab ini bertujuan untuk memaparkan kondisi perpasaran swasta yang ada, khususnya di Jakarta, sehingga dapat dilihat peraturan-peraturan yang mengakomodasi permasalahan perpasaran tersebut.

Bab 3 merupakan analisis yuridis pengaturan kewajiban pemberian lahan dan pembatasan harga di dalam peraturan daerah DKI Jakarta nomor 2 tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta di DKI Jakarta ditinjau dari Undang-Undang 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dalam bab ini berisi pembahasan mengenai permasalahan apa yang timbul dari pengaturan perda DKI Jakarta nomor 2 tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta, menganalisa beberapa pengaturan yang ada dalam Perda DKI Jakarta nomor 2 tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta ditinjau dari Undang-Undang 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Bab 4 merupakan penutup dari skripsi ini. Bab ini berisi kesimpulan terhadap hasil penelitian penulis serta saran-saran untuk para pihak yang terkait. Kesimpulan menguraikan secara garis besar hasil dari penelitian dan pembahasan serta menjawab permasalahan yang diangkat dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini juga dilampirkan pula daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang diperlukan sehubungan dengan penulisan skripsi ini.

## BAB 2

### KONDISI INDUSTRI PERPASARAN DAN PERSAINGAN DI DALAMNYA

#### 2.1. Perkembangan Industri Perpasaran

Pasar menurut Undang-undang nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat adalah lembaga ekonomi di mana para pembeli dan penjual baik secara langsung maupun tidak langsung dapat melakukan transaksi perdagangan barang atau jasa.<sup>23</sup> Sedang menurut Peraturan Daerah DKI Jakarta nomor 2 tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta di Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta pasar adalah sarana/tempat usaha untuk melakukan transaksi jual beli umum milik swasta dan/atau pemerintah daerah, tempat pedagang secara teratur dan langsung memperdagangkan barang dan jasa.<sup>24</sup> Pasar diartikan oleh Gregory Mankiw sebagai *a group of buyers and sellers of particular good or service.*<sup>25</sup> *The buyers as a group determine the demand for the product, and the sellers as a group determine the supply of the product.*<sup>26</sup>

Pasar pada awal mulanya hanya diadakan pada hari-hari tertentu, misalnya Senin, Rabu, Minggu. Seperti contohnya pasar Tanah Abang, pada tahun 1733 Tanah Abang didirikan oleh Justus Vinck, Vinck melihat bahwa kemajuan ekonomi di Batavia merupakan prospek yang bagus untuk mendirikan sebuah pasar.<sup>27</sup> Dalam surat izinnya dicantumkan bahwa hari pasar untuk pasar Tanah Abang adalah Sabtu, lalu kemudian pada tahun 1751 ditambah hari pasar bagi pasar Tanah Abang, yaitu

---

<sup>23</sup> Indonesia, *Loc.Cit*, pasal 1 butir 9.

<sup>24</sup> Jakarta, *Peraturan Daerah DKI Jakarta tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta*, Perda no. 2 tahun 2002, LD no. 76 tahun 2002.

<sup>25</sup> N Gregory Mankiw, *Principles of Economics*, 3<sup>rd</sup> Edition, (Ohio:SouthWestern Thomson, 2004) hal. 64.

<sup>26</sup> *Ibid.*

<sup>27</sup> Tota M Tobing, "Pasar Tanah Abang, Riwayatmu", *Intisari Ketoprak Betawi*, (Jakarta:Intisari Mediatama, 2001) hal. 136.

Rabu.<sup>28</sup> Selain Tanah Abang, pasar yang ada pertama kali di Jakarta adalah Pasar Senen, pendirian Pasar Senen sama seperti Tanah Abang, pada tahun yang sama dan pendiri yang sama. Pasar Senen, dulu disebut *Weltevreden*, mempunyai izin mengadakan hari pasar adalah hari Senin, maka kemudian nama yang dikenal bagi pasar tersebut adalah Pasar Senen.<sup>29</sup>

Kemajuan ekonomi masyarakat akhirnya menyebabkan berkembangnya pasar, dahulu pasar yang ada hanya diadakan pada hari-hari tertentu dengan majunya perekonomian maka sekarang pasar mengadakan aktivitasnya setiap saat. Pada mulanya pasar yang dikenal di Jakarta hanya pasar tradisional, dimana pasar tradisional diartikan sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.<sup>30</sup>

Pasar tradisional sekarang dicirikan sebagai tempat yang kumuh, becek, bau, macet, hal tersebut menimbulkan kesan yang negatif bagi para calon konsumen yang ingin berbelanja. Faktor tersebut seharusnya dapat segera diperbaiki oleh pemerintah demi tetap terjaganya kelangsungan hidup pasar tradisional.

Faktor-faktor tersebut tidak otomatis menyebabkan pasar tradisional akan kehilangan semua konsumennya, sebab masih ada karakter/budaya konsumen yang setia pada pasar tradisional. Meskipun informasi tentang gaya hidup modern dengan mudah diperoleh, tetapi tampaknya masyarakat masih memiliki budaya untuk tetap berkunjung dan berbelanja ke pasar tradisional. Terdapat perbedaan yang sangat mendasar antara pasar tradisional dan pasar modern. Perbedaan itulah adalah di pasar tradisional masih terjadi proses tawar-menawar harga, sedangkan di pasar modern

---

<sup>28</sup> *Ibid.*

<sup>29</sup> Tobing, *Loc. Cit.*

<sup>30</sup> Indonesia, *Peraturan Presiden Republik Indonesia tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern*, Perpres No. 112 Tahun 2007, Psl.1 butir 2.

harga sudah pasti ditandai dengan label harga. Dalam proses tawar-menawar terjalin kedekatan personal dan emosional antara penjual dan pembeli yang tidak mungkin didapatkan ketika berbelanja di pasar modern.<sup>31</sup>

Indonesia menganut sistem ekonomi terbuka, dimana terdapat empat unsur di dalamnya. Pertama, kebebasan pribadi untuk melakukan kegiatan ekonomi. Kedua, pertukaran sukarela yang dikoordinasikan oleh pasar dan pasar merupakan dasar dari kebebasan itu. Ketiga, kebebasan untuk masuk dan berkompetisi di pasar. Yang terakhir, perlindungan hak milik pribadi dari agresi orang lain. Sistem ini kemudian yang melahirkan kebebasan berusaha di Indonesia, termasuk tumbuh suburnya pasar-pasar modern yang mengikuti dinamika kebebasan tersebut.<sup>32</sup> Selain hal diatas, kebijakan pemerintah yang membuka keran investasi asing bagi usaha ritel juga menyebabkan maraknya investor asing membuka usaha perpasaran di Indonesia, hal tersebut tentu mengakibatkan pasar tradisional yang sudah terpuruk keadaannya, makin tenggelam dengan bersaing terhadap pemodal-pemodal asing.

Pasar modern atau disebut juga pasar swasta di Indonesia semakin beragam nama dan bentuknya. Mulai dari minimarket, supermarket, hingga hypermarket merajalela di hampir setiap pelosok tempat. Usaha perpasaran ini dicirikan dengan sistem swalayan, para konsumen dapat memilih dan melihat sendiri barang-barang apa yang ingin dibelinya, tidak ada tawar menawar dalam proses jual belinya. Dukungan fasilitas yang baik, bersih, menjual keperluan sehari-hari dengan harga yang lebih kompetitif dibanding pasar tradisional membuat pasar-pasar modern ini lebih dilirik oleh konsumen.

Hypermarket pertama kali dikenal di Indonesia, terutama Jakarta, adalah Wal-Mart. Ritel raksasa ini merupakan hypermarket yang berasal dari Amerika Serikat, kedatangannya sebelum krisis ekonomi tersebut ditujukan untuk konsumen-konsumen golongan menengah atas, karena hypermarket tersebut biasanya berlokasi

---

<sup>31</sup> Hilmi Arifin, "Pasar Tradisional vs Pasar Modern", <http://hilmiarifin.com/pasar-tradisional-vs-pasar-modern/>. Diakses pada 14 Oktober 2008.

<sup>32</sup> Eko Risanto, "Nasib Pasar Tradisional", <http://beta.pikiran-rakyat.com/index.php?mib=beritadetail&id=2813>, diakses pada 15 Oktober 2008.

di kawasan-kawasan elite. Menurut Wildan Ekapribadi, Kehadiran peritel modern (supermarket, minimarket, dan hypermarket) pada sekitar awal tahun 1990an pada awalnya tidak mengancam pasar tradisional. Kehadiran para peritel modern yang menasar konsumen dari kalangan menengah ke atas, saat itu lebih menjadi alternatif dari pasar tradisional yang identik dengan kondisi pasar yang kumuh, dengan tampilan dan kualitas barang yang buruk, serta harga jual rendah dan sistim tawar menawar konvensional.<sup>33</sup> Golongan menengah atas merupakan golongan yang bukan mayoritas, sehingga pasar tradisional yang sebagian besar konsumennya golongan menengah bawah belum kehilangan konsumennya.

Beberapa tahun kemudian, peritel swasta yang masuk dengan format *warehouse* dan hypermarket merubah sasaran konsumen mereka.<sup>34</sup> Mereka mulai menawarkan harga yang rendah, barang yang sangat beragam, lokasi yang nyaman dan strategis, serta pelayanan yang memberikan kemudahan bagi konsumen.<sup>35</sup> Pada akhirnya peritel modern tidak hanya mengincar kalangan menengah atas saja.

Selain hypermarket, pasar modern yang berkembang sangat pesat adalah minimarket. Minimarket sendiri menurut Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta adalah sarana/tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan sehari-hari secara eceran dan langsung kepada konsumen akhir dengan cara swalayan yang luas lantai usahanya maksimal 4000 m<sup>2</sup>.<sup>36</sup>

Minimarket pertama kali didirikan oleh Indofood Group yang merupakan perusahaan pertama yang menjadi pionir lahirnya mini market di Indonesia pada tahun 1988. Kemudian Hero Supermarket mendirikan Starmart pada tahun 1991. Di susul Alfa Group mendirikan Alfa Minimart pada tahun 1999 yang kemudian

---

<sup>33</sup> Wildan Ekapribadi, "Pasar Modern Ancaman Bagi Pasar Tradisional?", <http://Amartabisma.wordpress.com/2007/11/08/pasar-modern-ancaman-bagi-pasar-tradisional/>, diakses pada 15 Oktober 2008.

<sup>34</sup> *Ibid.*

<sup>35</sup> *Ibid.*

<sup>36</sup> Jakarta, *Loc.cit*, Psl 1 butir 15.

berubah menjadi Alfamart.<sup>37</sup> Bisnis ritel minimarket dikembangkan dengan cara waralaba atau franchise, dengan cara ini bisnis minimarket berkembang sangat pesat, karena pemegang hak waralaba tersebut merasa diuntungkan dengan sistem ini, mereka terbantu dengan proses pendistribusian barang-barang yang dijual yang didapat dari pengelola jaringan minimarket tersebut.

Perkembangan pasar-pasar modern yang begitu pesat seakan meninggalkan pasar tradisional jauh dibelakang. Pasar tradisional yang dahulu menjadi satu-satunya tempat berbelanja kebutuhan sehari-hari sekarang mulai kehilangan konsumennya, dari faktor internal sendiri pasar tradisional sudah mulai ditinggalkan oleh konsumennya, seperti faktor kenyamanan. Banyak konsumen sekarang dalam berbelanja menjadikan kenyamanan menjadi pertimbangan utama dalam memilih tempat berbelanja. Kondisi pasar tradisional yang becek, kotor, dan bau dengan sampah yang menggunung menjadikan pasar itu kian dijauhi. Ini tentu jauh berbeda dari toko-toko modern yang tentu lebih dingin, bersih, dan nyaman.

Perkembangan pesat yang terjadi pada usaha perpasaran modern seharusnya menjadi sebuah alat pacu bagi pasar tradisional. Pasar tradisional seharusnya menata dirinya agar dapat bersaing dengan pasar-pasar modern yang ada. Kekurangan-kekurangan yang ada pada pasar tradisional yang menyebabkan kalahnya pasar tradisional bersaing dengan pasar-pasar modern harus segera diperbaiki, seperti yang diungkapkan dalam penelitian Heny Sukaesih terhadap 100 responden pasar tradisional bahwa kekurangan pasar tradisional adalah:<sup>38</sup>

No	Penilaian	Setuju	Tidak Setuju
1	Suasana pasar tradisional semrawut dan sumpek	85%	15%

<sup>37</sup> Hadi Hartono, "Perkembangan Minimarket Waralaba", <http://kolumnis.com/2008/07/05/peritel-kecil-mati-berdiri/>, diakses pada 25 Oktober 2008.

<sup>38</sup> Henny Sukaesih, "Pasar Swalayan dan Prospeknya", *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, (Vol.II No. 1, 1994) hal 69.

2	Keamanan berbelanja tidak terjamin	84%	16%
3	Penataan barang di pasar tradisional tidak menarik	84%	16%

Melihat hasil penelitian, hal-hal yang ada memang sepertinya sudah menjadi ciri khas dari pasar tradisional, namun hal-hal tersebut seharusnya dapat diperbaiki oleh pengelola pasar tradisional, karena kelemahan-kelemahan itulah yang menjadi celah yang dimanfaatkan pasar-pasar modern untuk mengambil konsumen pasar tradisional. Pemerintah dalam hal ini seharusnya berperan, pemerintah seharusnya memberdayakan pasar tradisional yang ada, perbaiki infrastrukturnya, beri kredit kepada pedagang-pedagang kecil agar mereka dapat bersaing. Jadi seharusnya perlindungan terhadap usaha kecil adalah memberdayakan pelaku usaha kecil, bukan hanya membuat peraturan yang terkesan membatasi gerak dari pelaku usaha yang lebih besar yang dikhawatirkan mematikan pelaku usaha kecil.

## 2.2. Kondisi Industri Perpasaran

Industri perpasaran sekarang lebih didominasi oleh perpasaran swasta/modern. Eksistensi pasar modern di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Menurut data yang diperoleh dari Euromonitor (2004) hypermarket merupakan peritel dengan tingkat pertumbuhan paling tinggi (25%), koperasi (14.2%), minimarket / convenience stores (12.5%), independent grocers (8.5%), dan supermarket (3.5%).<sup>39</sup>

Berdasarkan data dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian DKI, saat ini terdapat 69 pusat perbelanjaan di Jakarta. Tersebar di Jakarta Barat 12 unit, Jakarta Pusat 23 unit, Jakarta Selatan 15 unit, Jakarta Utara 11 unit, dan Jakarta Timur delapan unit.<sup>40</sup> Jumlah hypermarket di Jakarta ada 10 unit, rinciannya, Jakarta Pusat

<sup>39</sup> Ekapribadi, *Loc.Cit.*

<sup>40</sup> \_\_\_\_\_, "Pasar Tradisional Terancam Punah, Jumlah Pasar Modern Saat Ini Sudah Keterlaluan." *Republika*, 21 Februari 2008, hlm. 18.

empat unit, Jakarta Utara dua unit, Jakarta Selatan tiga unit, Jakarta Barat satu unit.<sup>41</sup> Sedangkan untuk supermarket ada 112 unit. Masing-masing, Jakarta Pusat 11 unit, Jakarta Barat 32 unit, Jakarta Selatan 39 unit, Jakarta Timur 19 unit, dan Jakarta Utara 11 unit.<sup>42</sup> Minimarket ada 147 unit, tersebar di Jakarta Barat 58 unit, Jakarta Timur 32 unit, Jakarta Selatan 24 unit, Jakarta Pusat 23 unit, dan Jakarta Utara Sembilan unit.<sup>43</sup> Minimarket yang diuraikan oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian DKI ini merupakan yang terdaftar atau mempunyai izin usaha, sebab menurut H. A. Marzuki, Kasubag Koperasi dan UKM Bagian Administrasi Perekonomian Jakarta Barat, mengungkapkan saat ini di Jakarta Barat saja terdapat sedikitnya 300 usaha mini market seperti Indomaret, alfamart dan lainnya. Dari jumlah itu, Indomaret umumnya tidak memiliki izin.<sup>44</sup>

Hal itu tentu sangat mengkhawatirkan bagi eksistensi pasar tradisional, karena selain pertumbuhan pelaku usaha ternyata juga diikuti dengan pertumbuhan konsumen yang berbelanja di pasar modern.

Berdasarkan survey AC Nielsen (2006) menunjukkan bahwa pangsa pasar dari pasar modern meningkat sebesar 11.8% selama lima tahun terakhir.<sup>45</sup> Jika pangsa pasar dari pasar modern pada tahun 2001 adalah 24.8% maka pangsa pasar tersebut menjadi 32.4% tahun 2005. Hal ini berarti bahwa dalam periode 2001 – 2006 sebanyak 11.8% konsumen ritel Indonesia telah meninggalkan pasar tradisional dan beralih ke pasar modern.<sup>46</sup> Survei dari AC Nielsen mengungkapkan bahwa dari beberapa bentuk ritel modern seperti supermarket, minimarket, pusat grosir, dan hypermarket ternyata mengalami pertumbuhan yang paling cepat, yaitu semula pada

<sup>41</sup> *Ibid.*

<sup>42</sup> *Ibid.*

<sup>43</sup> *Ibid.*

<sup>44</sup> \_\_\_\_\_, “Izin Usaha Minimarket Ditunda”

<http://humas.barat.jakarta.go.id/Detail.php?key=00753>, Diakses pada tanggal 20 Oktober 2008.

<sup>45</sup> \_\_\_\_\_, “Tren Perkembangan Ritel, Pasar Tradisional Akan Tergusur”, <http://euro2008.tempointeraktif.com/hg/ekbis/2004/08/19/brk.20040819-57.id.html>, diakses pada 20 Oktober 2008.

<sup>46</sup> *Ibid*

tahun 2003 ada 43 hypermarket, lalu 2005 berkembang menjadi 83 unit.<sup>47</sup> Sedangkan supermarket bertambah dari 896 unit pada tahun 2003 menjadi 961 unit pada tahun 2005.

Hal tersebut berbanding terbalik dengan pertumbuhan pasar tradisional, pasar tradisional berdasarkan hasil survei AC Nielsen terbaru saat ini jumlahnya di Indonesia sebanyak 1,7 juta atau sebesar 73 persen dari keseluruhan pasar yang ada. Sedangkan sisanya sebanyak 27 persen berupa pasar modern.<sup>48</sup> Sedangkan pertumbuhan pasar tradisional menurut riset AC Nielsen sebesar 5 persen pertahun dan pasar modern mencapai 16 persen pertahun.<sup>49</sup>

APPSI atau asosiasi pedagang pasar seluruh Indonesia juga mencatat bahwa saat ini pasar tradisional tumbuh minus 10%. Setidaknya Indonesia memiliki 12.650 pasar tradisional dengan 13 juta pemilik kios.<sup>50</sup> Di Jakarta sendiri terdapat 151 pasar tradisional, dimana tersebar pada, Jakarta Pusat 39 unit, Jakarta Timur 33 unit, Jakarta Selatan 28 unit, Jakarta Barat 27 unit, dan Jakarta Utara 24 unit.<sup>51</sup> Dari 151 unit pasar tersebut merupakan pasar yang terbagi menjadi empat kategori, pasar regional, kota, wilayah, dan Lingkungan.<sup>52</sup> Contoh pasar regional adalah Pasar Tanah Abang, Jatinegara, Cipulir, yaitu yang memiliki aktivitas perdagangan partai besar.<sup>53</sup>

---

<sup>47</sup> \_\_\_\_\_, "Hasil Riset ACNielsen Pasar Modern Terus Geser Peran Pasar Tradisional," <http://www.sinarharapan.co.id/ekonomi/promarketing/2004/0622/prom1.html>, diakses pada 20 Oktober 2008.

<sup>48</sup> Tren Perkembangan Ritel, *Loc.Cit.*

<sup>49</sup> *Ibid.*

<sup>50</sup> Risanto, *Loc.Cit.*

<sup>51</sup> \_\_\_\_\_, "Tujuh Pasar Tradisional DKI Bangkrut", <http://Jurnalnasional.com/web&sec=breaking%20news&rbrk=ibukota&id=5497&page=0&b=false&ntrue>, diakses pada 20 Oktober 2008.

<sup>52</sup> *Ibid.*

<sup>53</sup> Adinda Sutriani, "Pengaruh Peraturan Zonasi Dalam Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat perbelanjaan, dan Toko Modern Terhadap Persaingan Usaha," (Skripsi Sarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Jakarta, 2008), hlm. 26.

Pasar kota contohnya Pasar Kramat Jati, yaitu pasar yang memiliki transaksi dagang yang lebih kecil dan lokasinya di sekitar kota kecamatan.<sup>54</sup>

Menurunnya tingkat pertumbuhan pasar tradisional tentunya merisaukan banyak pihak, namun turunnya tingkat pertumbuhan tersebut merupakan gambaran dari suatu persaingan. Pasar tradisional ternyata kalah bersaing dengan pasar-pasar modern. Memang benar jika dilihat kalau pelaku usaha perpasaran modern mempunyai modal yang lebih besar dibanding dengan pelaku usaha pasar tradisional, namun hal itu sebenarnya bukan faktor penentu kalahnya pasar tradisional dari gempuran pasar modern. Faktor-faktor internal dari pasar tradisional itu sendiri yang menyebabkan menurunnya tingkat pertumbuhan pasar tersebut, faktor-faktor tersebut antara lain buruknya fasilitas yang ada, seperti parkir yang sempit karena banyak PKL, macet, becek, banyaknya sampah yang menumpuk, pedagang yang berdagang tidak jujur, seperti mengurangi timbangan, mencampur komoditas yang berbeda mutu.

Sebenarnya dengan memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada, pasar tradisional pasti dapat bersaing dengan pasar-pasar modern walaupun pelaku usaha pasar tradisional tidak mempunyai modal sebesar pelaku usaha karena sebenarnya harga bukan faktor utama seorang konsumen memilih tempat berbelanja. Kebanyakan dari konsumen memilih tempat yang nyaman dan aman untuk berbelanja, maka dari itu seharusnya pemerintah lebih memperhatikan pelaku usaha perpasaran tradisional dengan cara meningkatkan kemampuannya dalam bersaing, dapat dengan cara memperbaiki fasilitas yang ada, memperbaiki infrastrukturnya, sehingga pasar tradisional mempunyai kemampuan menghadapi pasar modern.

### **2.3. Persaingan Dalam Industri Perpasaran dan Dampaknya**

Persaingan pasti mempunyai dampak positif dan negatif. Begitu juga persaingan antara pasar modern dengan pasar tradisional. Pesatnya pertumbuhan pasar modern ternyata membawa dampak yang baik bagi konsumen. Konsumen

---

<sup>54</sup> *Ibid.*

menjadi mempunyai banyak pilihan dalam menentukan tempat belanja untuk memenuhi kebutuhannya, selain itu terjadi perang harga antara para pelaku usaha yang pada intinya akan menguntungkan para konsumen karena bisa mendapatkan harga yang lebih murah, belum lagi dalam berbelanja konsumen akan mendapatkan kenyamanan yang lebih karena adanya usaha lebih dari pelaku usaha untuk menarik konsumen.

Munculnya pasar-pasar modern membawa aroma mematikan bagi pasar-pasar tradisional. Modal yang besar, fasilitas yang baik ternyata kombinasi yang ampuh untuk menarik konsumen, para pelaku usaha perpasaran swasta berlomba-lomba memberi potongan harga, bonus dan lainnya untuk menarik perhatian konsumen. Pasar tradisional yang terlena dengan keadaan mereka yang tanpa pesaing sebelum adanya pasar-pasar modern mulai tergeser kedudukannya, buruknya fasilitas, tidak adanya kehendak dari pemerintah untuk mengatasi masalah menyebabkan banyaknya pasar tradisional yang gulung tikar karena tidak dapat bersaing dari pasar modern. Persaingan ini jika terjadi terus menerus maka eksistensi pasar tradisional lama kelamaan akan habis, seperti yang digambarkan dalam tabel berikut yang merupakan proyeksi yang diberikan AC Nielsen:<sup>55</sup>

**Persentase kontribusi omzet 51 kebutuhan sehari-hari**

Tahun	Pasar Tradisional	Pasar modern
2001	75,2	24,8
2002	74,8	25,1
2003	73,7	26,3
2004	69,6	30,4
2005	67,6	32,4
2006*	65,6	34,4

Sumber : AC Nielsen, 2006.

\*) Januari-Juni 2006

<sup>55</sup> Sutriani, *Loc.Cit.* Hal. 33.

Terlihat dalam tabel bahwa omzet penjualan pasar tradisional memang masih lebih unggul dibanding pasar modern, namun dari tahun ke tahun persentase penjualan pasar tradisional terus menurun. Terbalik dengan pasar modern, walaupun secara omzet mereka masih kalah dibanding pasar tradisional, namun lambat laun mereka meningkatkan omzet tersebut, hal ini kalau terus berlangsung maka yang terjadi adalah pasar tradisional akan kehilangan omzetnya dan berarti eksistensi pasar tradisional akan berakhir.

Hal itu terjadi karena pertumbuhan pasar modern yang tinggi tidak diikuti pertumbuhan pasar tradisional atau setidaknya perbaikan fasilitas, hal itu mengakibatkan pasar tradisional tidak mempunyai kemampuan untuk melawan pasar modern tersebut, kekurangan-kekurangan dari pasar tradisional tidak segera diperbaiki, mereka malah cenderung menyalahkan pelaku usaha pasar modern dan juga pemerintah. Pemerintah dianggap tidak memihak kepada pelaku usaha pasar tradisional yang mayoritas merupakan pelaku usaha kecil, pemerintah dianggap membiarkan pasar modern tumbuh dengan pesat dengan tidak mengatur keberadaannya. Padahal tumbuhnya pasar modern ternyata membawa dampak baik pula ke perekonomian masyarakat, menurut Direktur Pembangunan Ritel dan Bisnis AC Nielsen Yongky Surya Susilo perubahan pasar tradisional menjadi pasar modern tidak akan menimbulkan efek sosial yang buruk dengan berkurangnya pelaku usaha, menurutnya satu hipermarket saja paling tidak bisa mempekerjakan sebanyak 400 orang. Artinya pembukaan satu ritel juga akan menyerap tenaga kerja yang besar<sup>56</sup> belum lagi pelaku usaha kecil lainnya yang menjadi rekanan para pelaku usaha perpasaran swasta yang jumlahnya mungkin ribuan.

Pemerintah seharusnya berperan dalam hal ini. Pemerintah dapat mengkomodasi permasalahan-permasalahan yang muncul dalam industri perpasaran dengan cara mengatur keberadaan usaha perpasaran tersebut. Peraturan Presiden Nomor 112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern dikeluarkan oleh pemerintah untuk mengatur secara

---

<sup>56</sup> Tren Perkembangan Ritel, *Loc. Cit*

umum keberadaan usaha perpasaran. Perpres ini menjadi acuan bagi pemerintah daerah dalam membuat peraturan yang lebih khusus mengatur tentang usaha perpasaran di daerahnya. Jakarta sendiri ternyata sudah mempunyai peraturan yang mengatur tentang keberadaan industri perpasaran di wilayahnya dengan bentuk Peraturan Daerah DKI Jakarta Nomor 2 tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta. Keluarnya Perpres tentang perpasaran tidak otomatis menjadikan Perda DKI tidak berlaku atau dicabut, menurut Biro Hukum Pemerintah Provinsi DKI Jakarta Perda tersebut masih berlaku selama aturan yang diatur dalam Perda tidak bertentangan dengan Perpres yang baru berlaku.

Perda ini muncul setelah ada putusan dari KPPU Nomor 03/KPPU-L-I/2000, dimana putusan tersebut mengenai masalah Indomaret yang dilaporkan ke KPPU karena diduga melanggar Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dalam putusannya KPPU menganggap Indomaret kurang memperhatikan kondisi ekonomi lingkungan sekitar karena menimbulkan ketidakseimbangan dalam persaingan dengan warung dan toko di sekitar lokasi Indomaret. Dalam putusannya pula KPPU merekomendasikan kepada pemerintah untuk segera menyempurnakan peraturan yang mengatur antara lain kebijakan lokasi dan tata ruang perizinan, jam buka serta lingkungan sosial. Pada tahun 2002 rekomendasi tersebut diwujudkan oleh Pemerintah Provinsi DKI dengan mengeluarkan Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta.

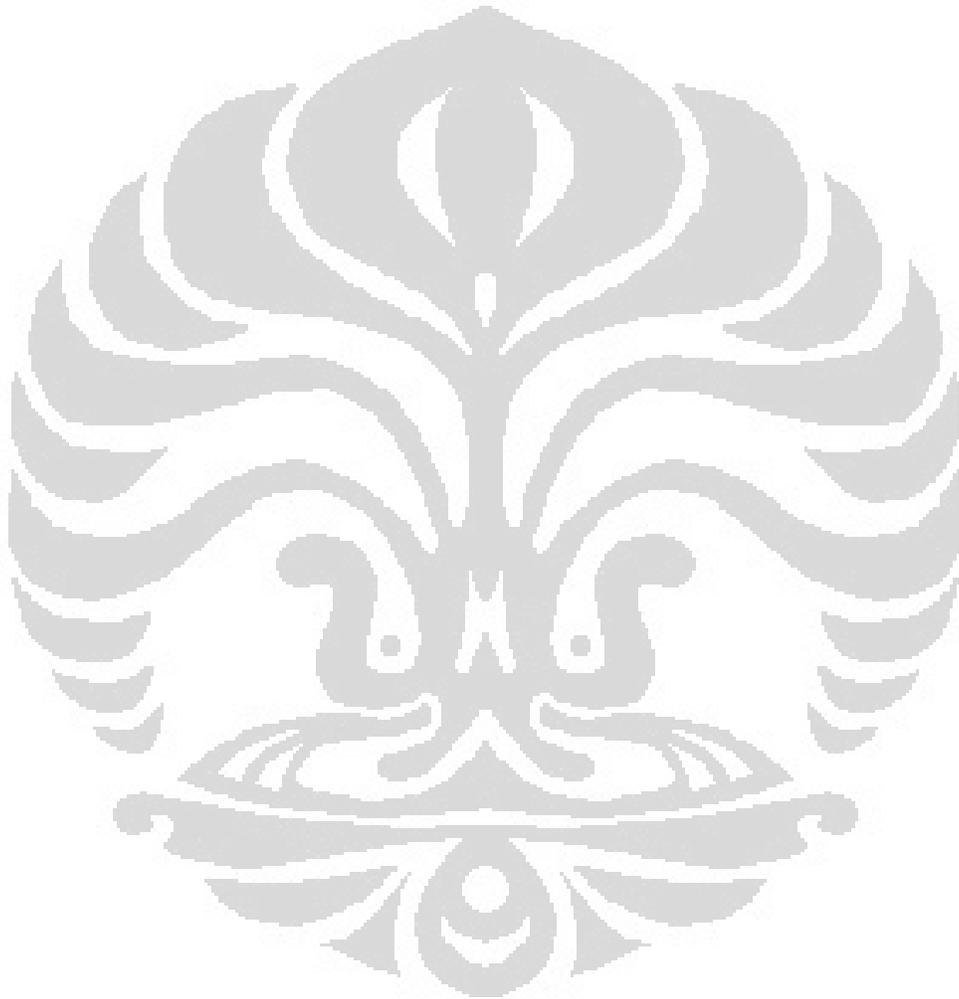
Perda DKI Jakarta nomor 2 tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta salah satunya mengatur masalah harga. Perda tersebut mengatur bahwa harga jual barang-barang sejenis yang dijual tidak boleh lebih rendah dengan yang ada di warung dan toko sekitarnya.<sup>57</sup> Dalam pengaturan pelaksanaannya, Keputusan Gubernur Propinsi DKI Jakarta Nomor 44 tahun 2003 tentang Petunjuk Pelaksanaan Perpasaran Swasta di Propinsi DKI Jakarta, mengatur bahwa untuk kegiatan usaha mini swalayan dan kegiatan usaha pasar swalayan harga jual barang-barang sejenis yang dijual, tidak

---

<sup>57</sup> Jakarta, *Loc. Cit*, pasal 9.

boleh jauh lebih rendah (maksimal) sebesar 10% dari harga jual di warung dan toko sekitar lokasi.<sup>58</sup>

Pengaturan penetapan harga ini diharapkan dapat menyeimbangkan kondisi persaingan antara pelaku usaha pasar tradisional dengan pasar modern, dengan begitu pelaku usaha pasar tradisional diharapkan dapat bersaing dari gempuran pasar-pasar modern.



---

<sup>58</sup> Keputusan Gubernur DKI Jakarta, *Loc.Cit*, pasal 7.

**BAB 3**

**ANALISIS YURIDIS PERATURAN DAERAH DKI JAKARTA NOMOR 2  
TAHUN 2002 TENTANG PERPASARAN SWASTA DI DKI JAKARTA  
DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG  
LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK  
SEHAT**

**3.1. Permasalahan Yang Timbul Dari Pengaturan Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta**

Lahirnya Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta mempunyai tujuan untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang ada dalam penyelenggaraan usaha perpasaran di Jakarta, khususnya usaha perpasaran swasta dan Perda Perpasaran Swasta ini sebagai penyempurnaan peraturan dari peraturan daerah sebelumnya. Penjelasan umum dari Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta menyebutkan bahwa Perda Ini merupakan penyempurnaan terhadap pengaturan kegiatan perpasaran swasta sebagai pengganti Perda DKI Jakarta Nomor 8 Tahun 1992 tentang Pengusahaan Perpasaran Swasta di Daerah Khusus Ibukota Jakarta,<sup>59</sup> lebih lanjut dikatakan bahwa bentuk penyempurnaan tersebut dimaksudkan untuk lebih meningkatkan pembinaan, pengawasan, dan pengendalian terhadap perpasaran swasta agar tercipta keselarasan, keseimbangan, pembauran, dan kemitraan antara usaha besar, usaha menengah, dan usaha kecil.<sup>60</sup>

Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta ini juga bertujuan untuk mengatur mengenai penyelenggaraan usaha dan penyediaan sarana dan tempat usaha secara luas dan terinci, serta materi dan sistem pengelolaan perpasaran swasta dikaitkan dengan pengembangan struktur ekonomi kota Jakarta saat ini yang perlu memprioritaskan kesempatan kepada usaha kecil

---

<sup>59</sup> Jakarta, *Peraturan Daerah DKI Jakarta Tentang Perpasaran Swasta di Provinsi DKI Jakarta*, Perda No. 2 Tahun 2002, LD Provinsi DKI Jakarta No. 76, penjelasan umum.

<sup>60</sup> *Ibid.*

dengan cara lebih meningkatkan pembinaan dan kemampuan usahanya disamping menyediakan fasilitas tempat berjualan yang disediakan oleh pengusaha perpasaran swasta kemudian diharapkan sarana/tempat usaha yang disediakan merupakan wadah penempatan bagi pedagang kecil/pengusaha informal/pedagang kaki lima menjadi pedagang formal sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.<sup>61</sup>

Pelaksanaan dari Perda Perpasaran Swasta ini ternyata bukan tanpa masalah, terdapat beberapa masalah di dalam Perda ini dimana permasalahan pertama yang ada adalah mengenai keberlakuan Perda tersebut. Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta dipertanyakan keberlakuannya ketika pada akhir tahun 2007 diterbitkan Perpres Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern, yang kemudian dalam Perpres tersebut terdapat pengaturan yang juga mengatur mengenai usaha perpasaran swasta yang telah diatur dalam Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta.

Bagaimana keberlakuan Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta setelah terbitnya Perpres Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern, menurut Biro Hukum Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, Perda ini tetap berlaku sejauh pengaturan di dalamnya tidak bertentangan dengan Perpres Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern. Pernyataan tersebut didasari pada Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah, dimana dalam undang-undang tersebut terdapat pasal yang menjelaskan fungsi dari peraturan daerah yang terdapat pada pasal 136, yaitu:

#### Pasal 136

- a. Menyelenggarakan pengaturan dalam rangka penyelenggaraan otonomi daerah dan tugas pembantuan.

---

<sup>61</sup> *Ibid*

- b. Menyelenggarakan pengaturan sebagai penjabaran lebih lanjut peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi dengan memperhatikan ciri khas masing-masing daerah.
- c. Menyelenggarakan pengaturan hal-hal yang tidak bertentangan dengan kepentingan umum.
- d. Menyelenggarakan pengaturan hal-hal yang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi.<sup>62</sup>

Berdasarkan pengaturan tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta tetap berlaku asalkan pengaturan di dalamnya tidak bertentangan dengan apa yang diatur dalam Perpres Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern. Bertentangan dalam arti bahwa apa yang diatur dalam Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta harus sejalan dengan Perpres tersebut dan tidak boleh berlawanan dengan apa yang diatur didalam Perpres Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern. Perda Perpasaran Swasta ini bersifat lebih khusus dibanding Perpres, karena memang mengatur detail urusan perpasaran secara khusus di Jakarta, karena itu Perda ini masih digunakan selama tidak bertentangan dengan Perpres. Dalam hal ini Perpres berperan sebagai patokan dalam menjalankan Perda Perpasaran Swasta.

Berlakunya Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta membawa konsekuensi bahwa dalam penyelenggaraan usaha perpasaran swasta di Jakarta, pelaku usaha harus tunduk dengan pengaturan dalam Perda tersebut. Padahal Asosiasi Pedagang Ritel Indonesia (Aprindo) telah mengharapkan suatu pengaturan baru mengenai usaha perpasaran swasta khususnya di Jakarta, karena Aprindo merasa Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta tidak memihak kepada pelaku usaha perpasaran swasta. Salah satu hal yang dianggap oleh Aprindo sebagai ketidak-berpihakkan itu

---

<sup>62</sup> Indonesia, *Undang-Undang Pemerintahan Daerah*, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004, LN No. 125, TLN No. 4437, pasal 136.

adalah kewajiban untuk memberikan lahan kepada pelaku usaha kecil atau informal/pedagang kaki lima.

Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta dalam pasal 13 mewajibkan pelaku usaha swasta untuk menyediakan lahan bagi pelaku usaha kecil atau informal/ pedagang kaki lima, dimana ketentuan tersebut berbunyi:

#### Pasal 13

(1) Terhadap jenis penyelenggaraan usaha perpasaran swasta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3, disamping memenuhi ketentuan dalam Pasal 12, juga diwajibkan menyediakan ruang tempat usaha bagi usaha kecil dan atau usaha informal/ pedagang kaki lima dengan ketentuan sebagai berikut :

a. Untuk jenis penyelenggaraan usaha perpasaran swasta dengan luas efektif minimal 200 m<sup>2</sup> s/d 500 m<sup>2</sup> harus menyediakan ruang tempat usaha bagi usaha kecil atau

usaha informal/ pedagang kaki lima sebesar 10% dari luas lantai efektif bangunannya dan tidak dapat diganti dalam bentuk lain.

b. Untuk jenis penyelenggaraan usaha perpasaran swasta dengan luas efektif diatas 500m<sup>2</sup> harus menyediakan ruang tempat usaha bagi usaha kecil atau usaha informal/ kaki lima seluas 20% dari luas efektif bangunannya dan tidak dapat diganti dalam bentuk lain.

c. Penyediaan ruang tempat usaha sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan b diatas, ditetapkan dalam Rencana Tata Letak Bangunan dan atau dalam awal proses

(2) Pelaksanaan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan oleh Gubernur.<sup>63</sup>

Di dalam Keputusan Gubernur DKI Jakarta Nomor 44 Tahun 2003 tentang Petunjuk Pelaksanaan Perpasaran Swasta di Provinsi DKI Jakarta terdapat pengaturan yang lebih lanjut mengenai kewajiban pemberian lahan yang diatur pada pasal 10 c “bahwa Penyediaan ruang tempat usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan dan digambarkan dalam Rencana Tata Letak Bangunan dan atau dalam awal proses perizinan penyelenggaraan usaha perpasaran swasta.”<sup>64</sup> Hal itu dapat diartikan bahwa pelaku usaha perpasaran swasta dalam mendapatkan izin usaha harus

<sup>63</sup> Jakarta, *Loc Cit*, pasal 13.

<sup>64</sup> Keputusan Gubernur, *Loc Cit*, pasal 10

memenuhi kewajiban-kewajiban, salah satunya kewajiban memberikan lahan kepada pelaku usaha kecil atau informal/pedagang kaki lima.

Pemenuhan kewajiban tersebut bagi Aprindo memberikan sebuah permasalahan dan juga hambatan bagi pelaku usaha perpasaran swasta dalam memulai usahanya. Permasalahan muncul ketika dengan memberikan lahan kepada pelaku usaha kecil atau informal maka hal itu berarti mengurangi jumlah lahan yang dapat digunakan untuk berusaha sendiri, dengan begitu biaya yang dikeluarkan untuk melakukan usaha lebih besar, karena mengurangi potensi keuntungan dari yang seharusnya didapat dengan lahan yang utuh tanpa dikurangi kewajiban memberikan kepada pelaku usaha kecil atau informal/pedagang kaki lima.<sup>65</sup>

Permasalahan lain muncul ketika jenis dagangan yang dijual pelaku usaha kecil atau informal/pedagang kaki lima tidak sesuai dengan kondisi tempat pelaku usaha perpasaran swasta menjalankan usaha, pedagang kaki lima dianggap kurang rapi, kumuh, dimana hal tersebut akan mengganggu bonafiditas pelaku usaha perpasaran swasta yang dapat menyebabkan hilangnya konsumen karena merasa pelaku usaha tidak dapat memberikan pelayanan yang baik kepada mereka.<sup>66</sup> Aprindo pun merasa pengaturan yang mewajibkan pelaku usaha menyediakan lahan kepada pelaku usaha kecil atau informal/pedagang kaki lima sebagai pengaturan yang kontraproduktif karena menyebabkan pelaku usaha perpasaran swasta mengeluarkan biaya yang lebih untuk mengorbankan lahannya dan selain itu pengaturan tersebut dapat menimbulkan iklim usaha yang tidak kondusif bagi pelaku usaha perpasaran swasta.<sup>67</sup>

Pengaturan lainnya yang dianggap menjadi masalah dalam Perda Perpasaran Swasta ini adalah pembatasan harga jual minimum terhadap kegiatan usaha mini swalayan dan pasar swalayan, Pengaturan tersebut terdapat dalam pasal 9 a Perda

---

<sup>65</sup> Wawancara dengan Wawan Setiawan, Staf Harian Aprindo, Melalui Telepon Pada Tanggal 18 September 2008

<sup>66</sup> *Ibid.*

<sup>67</sup> \_\_\_\_\_, “Aprindo Desak Pencabutan Perda Perpasaran Swasta”, <http://www.Sinarharapan.co.id/ekonomi/daerah/20/08/2006>, diakses tanggal 18 Oktober 2008.

DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta Di DKI Jakarta yang berbunyi:

#### Pasal 9

Selain memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, penyelenggara usaha perpasaran swasta harus memenuhi ketentuan sebagaimana berikut :

a. Usaha Mini Swalayan (Mini Market) :

1. komoditi/ barang dagangan yang dijual merupakan barang-barang kebutuhan rumah tangga sehari-hari diutamakan produk makanan/ minuman dalam kemasan yang siap saji;
2. kegiatan penjualan dilakukan secara eceran dan cara pelayanannya dilakukan secara sendiri oleh konsumen dengan menggunakan keranjang jinjing atau peralatan lain (kereta dorong yang telah disediakan);
3. harga jual barang-barang sejenis yang dijual tidak boleh jauh lebih rendah dengan yang ada di warung dan toko sekitarnya;
4. harga barang dagangan yang dijual harus dicantumkan secara jelas dan pasti pada kemasan barang pada suatu tempat tertentu yang mudah terlihat konsumen;
5. luas lantai usahanya paling besar (maksimal) 200 m<sup>2</sup>.<sup>68</sup>

b. Usaha Pasar Swalayan (Supermarket) :

1. komoditi/ barang dagangan yang dijual merupakan barang-barang kebutuhan rumah tangga sehari-hari termasuk kebutuhan sembilan bahan pokok;
2. kegiatan penjualan dilakukan secara eceran dan cara pelayanannya dilakukan dengan pelayanan sendiri oleh konsumen (swalayan);
3. pengadaan/ penyediaan kebutuhan barang sembilan bahan pokok dan bahan pangan segar lainnya diperoleh dari pengusaha kecil/ lemah dengan mengutamakan pedagang pasar atau koperasi dengan menjalin atau melalui pola kemitraan;
4. harga barang dagangan yang dijual harus dicantumkan secara jelas dan pasti pada kemasan barang pada suatu tempat tertentu yang mudah terlihat konsumen;
5. harga jual barang-barang sejenis yang dijual tidak boleh jauh lebih rendah dengan yang ada di warung dan toko disekitarnya.<sup>69</sup>

---

<sup>68</sup> Jakarta, *Loc Cit*, pasal 9 a.

<sup>69</sup> Jakarta, *Loc Cit*, pasal 9 b

Dalam peraturan pelaksana Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta ini, yaitu Keputusan Gubernur Propinsi DKI Jakarta Nomor 44 Tahun 2003 tentang Petunjuk Pelaksanaan Perpasaran Swasta di DKI Jakarta, pengaturan mengenai pembatasan harga minimum tersebut diatur lebih rinci dengan menyebut seberapa rendah harga yang diperbolehkan untuk dijual minimarket atau supermarket, dalam pasal 7 Keputusan Gubernur Propinsi DKI Jakarta Nomor 44 Tahun 2003 tentang Petunjuk Pelaksanaan Perpasaran Swasta di DKI Jakarta pengaturan tersebut berbunyi:

#### Pasal 7

untuk kegiatan usaha Mini Swalayan dan kegiatan usaha Pasar Swalayan harga jual barang-barang sejenis yang dijual, tidak boleh jauh lebih rendah (maksimal) sebesar 10% dari harga jual di warung dan toko di sekitar lokasi.<sup>70</sup>

Dua pengaturan tersebut belum memberikan keterangan yang cukup jelas sehingga dalam hal pelaksanaannya dikhawatirkan dapat menimbulkan masalah. Pengaturan tersebut akan menimbulkan masalah jika tidak mempunyai aturan yang memperjelas aturan tersebut. Permasalahan yang mungkin muncul adalah :

1. permasalahan akan timbul dari tidak adanya patokan atau rujukan mengenai barang sejenis. Pengertian barang sejenis menimbulkan keraguan, apa yang dimaksud barang sejenis, apakah sama mereknya, sama bentuknya. Apakah jika suatu merek A di warung dijual Rp 1000, di mini swalayan dijual (maksimal) Rp 900. ketidakjelasan tersebut akan menimbulkan masalah dalam menerapkan pasal ini.
2. permasalahan yang muncul juga adalah seberapa jauh lokasi warung atau toko dari mini swalayan atau pasar swalayan tersebut. Tidak ada aturan lebih jauh dari pasal ini. Lalu masalah juga akan timbul karena berapa banyak warung atau toko yang menjadi patokan dalam menentukan harga minimum tersebut, misalnya dalam satu lokasi terdapat tiga warung yang berada di sekitar

---

<sup>70</sup> Keputusan Gubernur, *loc cit*, pasal 7.

berdirinya mini swalayan atau pasar swalayan, lalu warung/toko mana yang diambil menjadi patokan, karena setiap warung/toko mungkin tidak sama dalam menjual suatu barang. Misalnya menjual gula, untuk warung A bisa menjual Rp 7200/kg, warung B Rp 7500/kg, warung C Rp 7400/kg, lalu warung/toko mana yang diambil patokan oleh mini swalayan/pasar swalayan dalam menaruh harga untuk gula pasir 1 kg.

Permasalahan-permasalahan tersebut mungkin muncul dan menghambat pelaksanaan dari Perda Perpasaran Swasta apabila tidak diberikan penjelasan lebih lanjut untuk menjalankan peraturan tersebut. Selain menimbulkan permasalahan-permasalahan, beberapa pengaturan yang ada dalam Perda Perpasaran Swasta juga dianggap tidak sesuai dengan prinsip-prinsip persaingan usaha yang ada dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, untuk itu perlu dilihat lebih jauh pelanggaran-pelanggaran prinsip persaingan usaha apa yang ada dalam Perda Perpasaran Swasta tersebut.

### **3.2. Analisis Pengaturan Kewajiban Memberikan Lahan dan Pengaturan Pembatasan Harga Di Dalam Peraturan Daerah DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat**

Beberapa pengaturan dalam Perda Perpasaran Swasta oleh Aprindo dianggap tidak berpihak pada pelaku usaha perpasaran swasta, Pemerintah Daerah DKI Jakarta dengan alasan ingin melindungi dan memajukan pelaku usaha kecil akhirnya malah cenderung mengesampingkan pelaku usaha besar melalui peraturan yang dibuatnya.

Pengaturan kewajiban pemberian lahan oleh pelaku usaha perpasaran swasta kepada pelaku usaha kecil atau informal/ pedagang kaki lima yang diatur dalam pasal 13 Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta di DKI

Jakarta dan di dalam aturan pelaksanaannya pasal 10 c Keputusan Gubernur DKI Jakarta Nomor 44 Tahun 2003 tentang Petunjuk Pelaksanaan Perpasaran Swasta di Provinsi DKI Jakarta dapat dikatakan sebagai suatu hambatan masuk yang dibuat oleh pemerintah daerah.<sup>71</sup>

Pengaturan kewajiban pemberian lahan yang ada dalam Perda Perpasaran Swasta dianggap sebuah hambatan masuk bagi Aprindo<sup>72</sup>, namun apakah tepat pernyataan tersebut. Jika melihat dalam Pasal 3 Undang-Undang nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terdapat tujuan dari undang-undang tersebut, yaitu:

#### Pasal 3

- a. menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- b. mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil;
- c. mencegah praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha;
- d. terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.<sup>73</sup>

Pasal 3 b menyatakan bahwa tujuan dibentuknya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat adalah pemerintah membuat peraturan untuk mewujudkan iklim usaha yang kondusif sehingga akan terwujud suatu kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, serta pelaku usaha kecil. Dalam hal ini Pemda DKI Jakarta mewujudkannya melalui pengaturan kewajiban pemberian lahan dari pelaku usaha perpasaran swasta kepada pelaku usaha kecil atau informal/ pedagang kaki lima, dengan adanya kewajiban tersebut maka setiap pelaku usaha perpasaran swasta membuka usaha baru maka akan ada pelaku usaha kecil atau

<sup>71</sup> Wawancara Dengan Wawan Setiawan, *Op cit*.

<sup>72</sup> *Ibid*.

<sup>73</sup> Indonesia, *Loc cit*, pasal 3.

informal/pedagang kaki lima yang akan mempunyai kesempatan berusaha secara legal, karena tujuan pemberian lahan tersebut adalah untuk menjadikan pedagang informal menjadi formal, seperti yang tertuang dalam penjelasan umum Perda Perpasaran Swasta. Jadi dapat dikatakan bahwa Pemda DKI Jakarta mengambil filosofi dari pasal 3 b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yaitu membentuk peraturan yang memberikan kesempatan berusaha yang sama kepada setiap pelaku usaha, walaupun hal tersebut memberatkan seorang pelaku usaha.

Pembatasan harga minimum yang boleh dijual oleh mini swalayan dan pasar swalayan merupakan hambatan masuk bagi calon pelaku usaha serta pengaturan tersebut tidak sesuai dengan tujuan dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Bagaimana hambatan tersebut apabila dilihat dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Sebelum itu perlu diketahui terlebih dahulu apa yang dimaksud dengan hambatan masuk atau *barrier to entry*. *Barrier to entry* menurut Chris Britton dalam buku *Economics For Business: Blending Theory and Practice* adalah *Factors which prevent or deter a new firms to entering the industry*.<sup>74</sup> *Barrier to entry* menurut *Black's Law Dictionary* adalah *An economic factor that makes it difficult for a business to enter a market and compete with existing businesses*. Richard Posner dalam bukunya mengatakan bahwa *a barrier to entry is a condition that makes the long-run costs of a new entrant into a market higher than the long-run costs of the existing firms in the market; a good example is a regulatory limitation on entry. The term is also used, more questionably, as a synonym for heavy start-up costs*.<sup>75</sup> Sedangkan bentuk *barrier to entry* dapat berupa:

- *Economies of scale*
- *Capital requirements*

---

<sup>74</sup> Ian Worthington, dkk, *Economics For Business: Blending Theory and Practice*, (London: Pearson Education, 2001), hal. 208.

<sup>75</sup> Richard Posner, *Economic Analysis Of Law*, (§ 10.8, at 227 (2d ed. 1977)).

- *Product differentiation*
- *Cost advantages independent of scale*
- *Expected retaliation by existing suppliers*
- *Access to distribution channels*
- *Legal and regulatory barriers.*<sup>76</sup>

jadi dapat dijelaskan bahwa *barrier to entry* adalah faktor-faktor yang mencegah atau menghalangi/menghambat pelaku usaha baru untuk memasuki sebuah industri atau dunia usaha.<sup>77</sup> Bentuk pencegahan atau penghalang tersebut salah satunya dapat berupa hambatan hukum atau peraturan. *Barrier to entry* menurut Jeffrey Church dan Roger Ware dapat dibedakan menjadi dua tipe, yaitu *entry barriers created by governments* (hambatan masuk yang diciptakan pemerintah) dan *structural barriers to entry* (hambatan masuk struktural).<sup>78</sup>

Hambatan masuk yang diciptakan oleh pemerintah terjadi ketika pemerintah memberikan hak eksklusif produksi kepada pelaku usaha yang sudah ada di industri dan menggunakan posisi monopoli itu dalam paksaan kekuatan hukum dari pemerintah untuk mencegah masuknya pelaku usaha lain.<sup>79</sup>

Pemerintah memberikan hak eksklusif itu untuk beberapa alasan, antara lain adalah:

1. *Natural Monopoly*, hal ini biasanya untuk melindungi kepentingan umum dari persaingan, membiarkan kepada satu pelaku usaha untuk menyediakan kepentingan umum tersebut sehingga meminimalkan ongkos produksi.<sup>80</sup> Hal ini bertujuan agar harga dari kepentingan umum tersebut dapat ditekan sehingga kepentingan umum tersebut dapat dinikmati oleh rakyat yang memerlukan.

---

<sup>76</sup> *Ibid*, hal. 465.

<sup>77</sup> *Ibid*, hal. 208.

<sup>78</sup> Jeffrey Church dan Roger Ware, *Industrial Organization: a strategic approach*, (Singapore: McGraw-Hill, 2000), hal. 116.

<sup>79</sup> *Ibid*.

<sup>80</sup> *Ibid*, hal. 117.

2. *Source of Revenue*, sebagai sumber pendapatan pemerintah, dari pemberian hak eksklusif tersebut pemerintah dapat menciptakan dan mendapatkan keuntungan dari keuntungan monopoli yang didapat dari pelaku usaha yang diberi hak eksklusif.<sup>81</sup>
3. *Redistribute Rents*, untuk memberikan keuntungan yang didapat dari produksi monopoli kepada produk kepentingan umum yang belum cukup mampu untuk mandiri.<sup>82</sup>
4. *Intellectual Property Rights*, pemerintah memberikan si pencipta atau penemu terhadap ekspresi atau idenya sebuah perlindungan dari peniruan dan persaingan.<sup>83</sup> Pemberian tersebut berakibat bahwa hanya pencipta atau penemu yang dapat menguasai kegunaan atau manfaat dari suatu ciptaan itu. Namun meskipun pencipta mempunyai hak untuk menguasai dan memberikan izin untuk menggunakan ciptaannya, hak tersebut tetap dibatasi, di Eropa hak eksklusif tersebut bukan merupakan hal yang anti persaingan apabila dalam batas-batas tertentu, seperti yang dijelaskan dalam jurnal ini, *The assumption in the current European competition policy is that the holding of an intellectual property right is not anti-competitive as such. Only in some exceptional circumstances can the use of the intellectual property right be held as anti-competitive. The European Court of Justice (ECJ) has held that an intellectual property holder in a dominant position may not refuse to license its exclusive right for arbitrary reasons or fix prices at an "unfair level" if the use of the right is considered necessary in order to follow a standard.*<sup>84</sup>

---

<sup>81</sup> *Ibid.*

<sup>82</sup> *Ibid.*

<sup>83</sup> *Ibid.*

<sup>84</sup> European Competition Law Review 2008, 29 (12), 692, Mikko Valimaki, "A Flexible Approach To Rand Licensing.

Selain *entry barriers created by governments* ada pula *structural barriers to entry*. *structural barriers to entry* melindungi kekuatan monopoli pelaku usaha yang sudah ada tanpa menarik pendatang baru.<sup>85</sup> Struktur kekuatan pelaku usaha yang sudah ada membuat calon-calon pelaku usaha sulit masuk ke dalam industri, hal tersebut karena calon-calon pelaku usaha tidak sanggup menandingi ongkos produksi, jaringan distribusi, pembelian bahan baku dan faktor lainnya yang mempengaruhi produksi dari pelaku usaha yang sudah ada. Faktor-faktor tersebut biasanya berupa:

1. *Economies of Scale*, *Economies of scale* diartikan sebagai kondisi dimana ketika jumlah produksi suatu produk mengalami kenaikan, total ongkos produksi mengalami penurunan.<sup>86</sup> Pada beberapa industri, memproduksi suatu produk dengan jumlah yang besar lebih murah ketimbang memproduksi sedikit barang, hal itu lah yang menjadikan *economies of scale* sebagai salah satu *entry barriers* karena pelaku usaha yang ada sudah berada dalam kondisi tersebut sehingga ia dapat menjadi *price leader* maka untuk merebut pasar atau mendapat bagian dari pasar, pelaku usaha baru harus dapat membuat produknya dilirik oleh konsumen, salah satunya dengan harga, oleh karena itu ia harus merendahkan ongkos produksi sehingga harga jual produknya dapat bersaing dengan pelaku usaha yang sudah ada, jika pelaku usaha baru ingin mencapai *economies of scale* maka ia harus memproduksi produknya secara besar dan itu berarti membutuhkan konsumen yang signifikan dari pasar, padahal belum tentu produknya itu diterima dalam pasar.
2. *Sunk Expenditure of The Entrant*, pengeluaran untuk investasi dalam suatu industri membuat calon pelaku usaha mengantisipasi atau memikirkan bahwa pengeluaran itu mungkin tidak kembali.<sup>87</sup>

*Barrier to entry* sebagai suatu kondisi dimana sulit untuk didefinisikan, Mccarthy menyimpulkan sebagai berikut : *Whether and when such barriers really exist is a matter of great controversy among economists. ... The*

---

<sup>85</sup> *Ibid.*

<sup>86</sup> Worthington, *Loc Cit*, hal. 38.

<sup>87</sup> Church, *Loc Cit*, hal. 119.

*difficulty is that, when such barriers exist, they exist only because consumers prefer the brands with the favorable reputation and are willing to pay a higher price for them. There is (by assumption) no other barrier preventing other firms from entering; the only barrier is the fact that consumers cannot be persuaded to purchase their [new entrants] brands at any feasible cost. If consumers prefer not to purchase such brands, though, it can be argued that nothing would be gained by their entry.*<sup>88</sup>

Selain hal yang disebut di atas, *exclusive agreement* juga dapat menjadi sebuah *barrier to entry* bagi pelaku usaha lain, seperti contoh dalam kasus *Coca Cola* di Turki : *exclusive agreements, or in a broader sense vertical agreements, are anti-competitive only if they involve firms endowed with significant market power..... Coca-Cola held the leading position in each of these three markets, where the firm's shares exceeded 50 per cent and were more than twice the shares of its closest competitor, Pepsi..... Therefore, all of these factors were accepted as the elements that led to the dominant position of Coca-Cola, both in the general CSDs and the cola-flavoured drinks market segments..... It is argued that cooler exclusivity creates a strategic barrier to entry of potential competition and reduces the intensity of competition between incumbent firms and that it eliminates the incentive--especially for small retailers--to make room for a second cooler.*<sup>89</sup> *Coca Cola* melakukan perjanjian eksklusif dengan *retailers*, dimana *Coca Cola* memberikan sebuah lemari es kepada penjual, tetapi dengan syarat bahwa tidak boleh ada lemari es lain dari pesaing *Coca Cola* di toko tempat penjual, namun *Coca Cola* memperbolehkan penjual menaruh produk pesaing di lemari es milik *Coca Cola* sebanyak 20% dari muatan maksimum lemari es. Hal tersebut tentu membuat hambatan masuk bagi pesaing-pesaing *Coca Cola*, sebab ia mempunyai posisi dominan dalam pasar, sehingga para pesaingnya tidak bisa masuk ke pasar karena

---

<sup>88</sup> McCarthy on Trademarks and Unfair Competition 2(12), J Thomas McCarthy, "Fundamental Principles Of Trademark Protection"

<sup>89</sup> European Competition Law Review. 2008. 29(10). 570-576, Sanem Sinek Dan Tarkan Erdogan, "An Effect-Based Approach To Exclusivity Agreements: The Case Of Coca Cola Turkey".

adanya perjanjian eksklusif tersebut, mereka tidak bisa menyaingi *Coca Cola* karena pangsa pasar yang dimiliki begitu besar dan telah memiliki perjanjian eksklusif dengan toko-toko yang menjual produknya.<sup>90</sup>

Setelah melihat pengertian di atas, ternyata hambatan masuk ke dalam suatu industri dapat berupa perbuatan dari pelaku usaha lain dan juga peraturan yang dibuat oleh pemerintah. Pemerintah membuat peraturan dengan tujuan sebagai hambatan masuk sebenarnya dimaksudkan untuk menciptakan kondisi monopoli di dalam pasar, dimana kondisi monopoli tersebut bertujuan untuk:

1. melindungi kepentingan umum
2. sebagai sumber pendapatan pemerintahan
3. mendistribusikan hasil pendapatan ke sektor lain
4. menghargai hasil karya orang lain.<sup>91</sup>

tujuan tersebut pada akhirnya bertujuan untuk melindungi dan menjaga kepentingan yang ada dalam masyarakat, sehingga tercipta masyarakat yang sejahtera.

Pelaku usaha baru ketika masuk ke sebuah industri tentunya ia harus mengalahkan pelaku usaha yang sudah ada dalam pasar agar konsumen yang memilih pelaku usaha yang sudah ada dapat beralih ke pelaku usaha yang baru masuk. Untuk mengalahkan pelaku usaha yang sudah ada terdapat beberapa cara, menurut Comanor and Wilson, dalam jurnal Thomas T Nagle : *where advertising serves to reinforce the experience that consumers have with established brands, current advertising expenditures by existing firms may neutralize a larger volume of advertising by new entrants, and it is in this setting that entry barriers are created. To overcome this problem, according to Comanor and Wilson, new entrants must either make larger advertising expenditures or charge lower prices than established firms.*<sup>92</sup> Menurut Nagle bahwa jika ada pelaku usaha baru ingin menyaingi pelaku usaha yang sudah ada yang melakukan iklan dengan biaya besar, maka hanya ada dua cara untuk

---

<sup>90</sup> *Ibid.*

<sup>91</sup> Church, *Loc cit*, Hal. 116.

<sup>92</sup> Chicago Journals Of Law And Economics 24(11) 334, Thomas T Nagle, "Do Advertising-Probability Studies Really Show That Advertising Creates A Barrier To Entry?"

mengalahkan pelaku usaha tersebut, pelaku usaha baru mengeluarkan biaya iklan lebih besar dari pelaku usaha yang sudah ada atau merendahkan harga jual produk mereka lebih rendah dari harga pelaku usaha yang sudah ada. Jika pelaku usaha baru tidak melakukan hal tersebut maka ia akan terhalang untuk masuk ke pasar karena tidak ada daya tarik bagi konsumen. Pernyataan tersebut sesuai dengan strategi Krishna G Palepu, dkk yang ditulis dalam bukunya, bahwa pelaku usaha baru untuk dapat menembus sebuah pasar dapat melakukan beberapa langkah agar dapat menarik konsumen yang dimiliki pelaku usaha yang sudah ada. Langkah-langkah tersebut adalah:

- *cost leadership*, langkah ini adalah langkah dimana memungkinkan pelaku usaha menyediakan produk atau jasa yang sama dengan harga yang lebih rendah dari pesaingnya.<sup>93</sup> Langkah-langkah yang dapat dilakukan agar mencapai *cost leadership* adalah *economies of scale and scope, economies of learning, efficient production, simpler product design, lower input cost, and efficient organizational processes*.<sup>94</sup> Pelaku usaha melakukan langkah-langkah yang pada intinya dapat merendahkan harga jual produknya, seperti melakukan produksi yang efisien, ongkos produksi yang rendah dan sebagainya. Harga pada dasarnya juga sebagai salah satu pertimbangan konsumen untuk memilih barang yang diperlukannya, dalam buku *Business Analysis and Valuation: Using Financial Statements* dijelaskan *price sensitivity* dari konsumen, bahwa konsumen lebih sensitif terhadap harga suatu barang apabila barang tersebut sama fungsi dan pentingnya bagi konsumen, maka konsumen lebih memilih membeli produk dengan harga yang lebih rendah.<sup>95</sup>
- *Differentiation*, langkah ini lebih menekankan kepada pemuasan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih baik dibanding pesaing pelaku

---

<sup>93</sup> Krishna G Palepu, dkk, *Business Analysis and Valuation: Using Financial Statements*, (South-Western Thomson, 2004) Hal. 2-7.

<sup>94</sup> *Ibid*, Hal. 2-8.

<sup>95</sup> *Ibid*, Hal. 2-5.

usaha. Misalnya dengan cara memberikan pelayanan antar barang (*delivery service*), variasi produk dan sebagainya. Jadi langkah ini adalah sebuah strategi dimana membuat pelaku usaha terlihat unik di antara pesaing-pesaingnya dan hal itu mempunyai nilai lebih bagi konsumen.<sup>96</sup>

Strategi diatas menjelaskan bahwa pelaku usaha yang baru masuk agar dapat bersaing dan mendapat konsumen dapat melakukan beberapa cara, salah satu caranya adalah dengan memberikan harga yang lebih rendah dari pesaing-pesaingnya. Harga merupakan salah satu hambatan bagi pelaku usaha baru untuk masuk ke suatu pasar, karena harga merupakan faktor penting bagi konsumen untuk memilih suatu barang atau jasa, jika pelaku usaha baru tidak memberikan harga yang lebih rendah dibanding dengan pelaku usaha yang sudah ada maka ia akan kesulitan untuk mendapatkan konsumen di industri tersebut.

Pelaku usaha perpasaran swasta melakukan strategi di atas, mereka melakukan efisiensi produksi, salah satunya dengan cara membeli barang dengan jumlah besar, dengan pembelian jumlah besar biasanya akan mendapat diskon khusus yang cukup besar, dengan begitu mereka dapat menjual produk jauh lebih murah dibanding warung atau toko yang tidak membeli dengan jumlah besar. Namun ketika mereka menjual harga yang jauh lebih murah ke konsumen perbuatan tersebut dilarang oleh Perda Perpasaran Swasta, hal tersebut mengakibatkan pelaku usaha perpasaran swasta tidak dapat menarik konsumen melalui cara harga, padahal harga adalah salah satu faktor yang menentukan ketika konsumen memilih pelaku usaha ketika membeli barang yang sama. Perda Perpasaran Swasta tersebut membuat hambatan bagi pelaku usaha perpasaran swasta ketika memulai usaha, mereka dilarang menjual suatu produk jauh lebih murah dibanding warung dan toko sekitarnya, padahal pesaing mereka tidak hanya warung atau toko saja, tetapi juga mini swalayan lain yang bisa saja menjual harga lebih murah dari mini swalayan

---

<sup>96</sup> *Ibid*, Hal. 2-8.

baru karena warung atau toko di sekitar mini swalayan tersebut menjual harga yang lebih murah dibanding warung dan toko di sekitar mini swalayan yang baru.

Pelarangan tersebut ternyata juga tidak sesuai dengan tujuan dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, pasal 3 undang-undang tersebut menyebutkan, bahwa menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat adalah tujuan dari dibentuknya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Ada dua jenis efisiensi yang ingin dicapai oleh undang-undang ini, yaitu:

1. *Productive Efficiency*

Productive efficiency adalah efisiensi bagi pelaku usaha dalam menghasilkan barang dan/atau jasa dengan biaya serendah mungkin melalui penggunaan sumber daya yang seminimal mungkin

2. *allocative efficiency*

allocative efficiency adalah efisiensi bagi masyarakat konsumen apabila para produsen dapat membuat barang-barang yang dibutuhkan konsumen dan menjualnya pada tingkat harga dimana konsumen bersedia membayar.<sup>97</sup>

Perda perpasaran swasta justru tidak menghargai efisiensi yang diciptakan oleh pelaku usaha perpasaran swasta, malah sebaliknya mereka membuat aturan yang melarang pelaku usaha agar tidak menjual suatu produk dengan harga jauh lebih rendah dari warung atau toko sekitar lokasi tempat pelaku usaha melakukan usaha. Padahal dengan pelaku usaha perpasaran swasta menjual harga jauh lebih murah dibanding warung atau toko sekitarnya berarti konsumen dapat memenuhi lebih banyak kebutuhannya, karena dengan uang yang sama yang dikeluarkan ketika membeli suatu produk di warung atau toko konsumen mendapat jumlah yang lebih banyak ketika berbelanja di mini swalayan atau pasar swalayan. Efisiensi yang

---

<sup>97</sup> Sutan Remy Sjahdeini, "Larangan Praktik Monopoli dalam Persaingan Usaha Tidak Sehat", Jurnal Hukum Bisnis, (Vol.10, 2000) : 8.

dilakukan oleh pelaku usaha perpasaran swasta ini seharusnya memacu pelaku usaha lainnya untuk melakukan efisiensi juga, sehingga tujuan dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat untuk menciptakan efisiensi ekonomi nasional dan berakibat pada meningkatnya kesejahteraan masyarakat pada umumnya tercapai.

Pemerintah berperan dalam hal ini, pemerintah harus dapat membantu pelaku usaha kecil untuk dapat melakukan efisiensi dalam usahanya, sesuai dengan tujuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yaitu menciptakan efisiensi dan efektivitas dalam kegiatan usaha, bukan malah membatasi efisiensi dan efektivitas dari pelaku usaha besar dengan alasan dapat mematikan pelaku usaha kecil. Pelaku usaha kecil memang perlu dibantu agar mereka tidak tersingkir dari persaingan dengan pelaku usaha besar. Pemberdayaan pelaku usaha kecil cara yang tepat untuk mengatasi hal tersebut, karena dengan begitu pelaku usaha kecil mempunyai kemampuan untuk berhadapan dengan pelaku usaha besar dan bukannya malah membatasi kemampuan dari pelaku usaha besar.

## **BAB 4**

### **PENUTUP**

#### **4.1. Kesimpulan**

Berdasarkan penjelasan dan uraian pada bab-bab sebelumnya, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Permasalahan yang timbul dari pengaturan Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta adalah pertama mengenai masalah keberlakuan Perda tersebut sehubungan dengan terbitnya Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern dimana dalam Perpres tersebut juga mengatur hal-hal yang diatur dalam Perda Perpasaran Swasta. Perda Perpasaran Swasta masih berlaku karena ternyata pengaturan Perda Perpasaran Swasta tidak bertentangan dengan Perpres Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern, dimana hal tersebut sesuai dengan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah yang menyatakan bahwa peraturan daerah berfungsi sebagai peraturan yang menjabarkan lebih lanjut peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi dan dalam hal penyelenggaraan peraturan tersebut, peraturan daerah tidak boleh mengatur hal-hal yang bertentangan dengan peraturan yang lebih tinggi.

Permasalahan selanjutnya yang timbul dari pengaturan Perda DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Perpasaran Swasta adalah pengaturan yang diatur di dalamnya menurut Aprindo tidak berpihak kepada pelaku usaha perpasaran swasta dalam menjalankan usahanya. Ketidak-berpihakkan itu terlihat dalam pengaturan yang mewajibkan pelaku usaha perpasaran swasta untuk memberikan sebagian dari lahan usahanya kepada pelaku usaha kecil/informal atau pedagang kaki lima. Hal tersebut tentu merupakan masalah bagi pelaku usaha perpasaran swasta, pemberian lahan tersebut dianggap sebuah hambatan bagi pelaku

usaha perpasaran swasta untuk memulai melakukan usahanya.

Permasalahan yang terakhir adalah masalah pengaturan pembatasan harga minimum. Mini swalayan dan pasar swalayan dalam menetapkan harga jual tidak boleh jauh lebih rendah dibanding warung dan toko sekitarnya. Hal tersebut kemudian akan menimbulkan masalah dalam penerapannya karena tidak jelasnya aturan tersebut. Tidak adanya patokan barang yang sejenis akan mempersulit mini swalayan dan pasar swalayan untuk menetapkan harga, terlebih untuk barang yang tidak bermerk, seperti sembako. Masalah yang timbul dari pengaturan tersebut lainnya adalah tidak adanya ukuran jarak dalam suatu lokasi yang ditentukan dalam Perda Perpasaran Swasta tersebut, hanya disebutkan bahwa mini swalayan dan pasar swalayan dilarang menjual harga jauh lebih murah dibanding warung dan toko disekitar lokasi tanpa menyebutkan seberapa jauh jarak antara kedua pelaku usaha tersebut, hal yang kemudian menjadi masalah apabila dalam satu lokasi terdapat beberapa warung dan toko yang berbeda, lalu warung atau toko mana yang menjadi patokan dalam hal penetapan harga mini swalayan dan pasar swalayan.

2. Bagaimana pengaturan-pengaturan yang terdapat dalam Perda DKI Jakarta ditinjau dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pengaturan mengenai kewajiban pelaku usaha perpasaran swasta untuk memberikan lahan kepada pelaku usaha kecil/informal atau pedagang kaki lima dianggap Aprindo sebagai sebuah hambatan bagi pelaku usaha perpasaran swasta, namun ternyata jika dilihat lebih jauh pengaturan tersebut sesuai dengan tujuan Undang-Undang nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat pasal 3 b, yaitu pemerintah memberikan kesempatan usaha yang sama bagi setiap pelaku usaha melalui pengaturan usaha yang sehat. Pemda DKI Jakarta dalam membentuk Perda Perpasaran Swasta mengambil filosofi tujuan pasal 3 b tersebut, mewajibkan pelaku usaha perpasaran swasta untuk memberikan lahan kepada pelaku usaha kecil atau informal/pedagang kaki lima, sehingga dengan munculnya satu pelaku

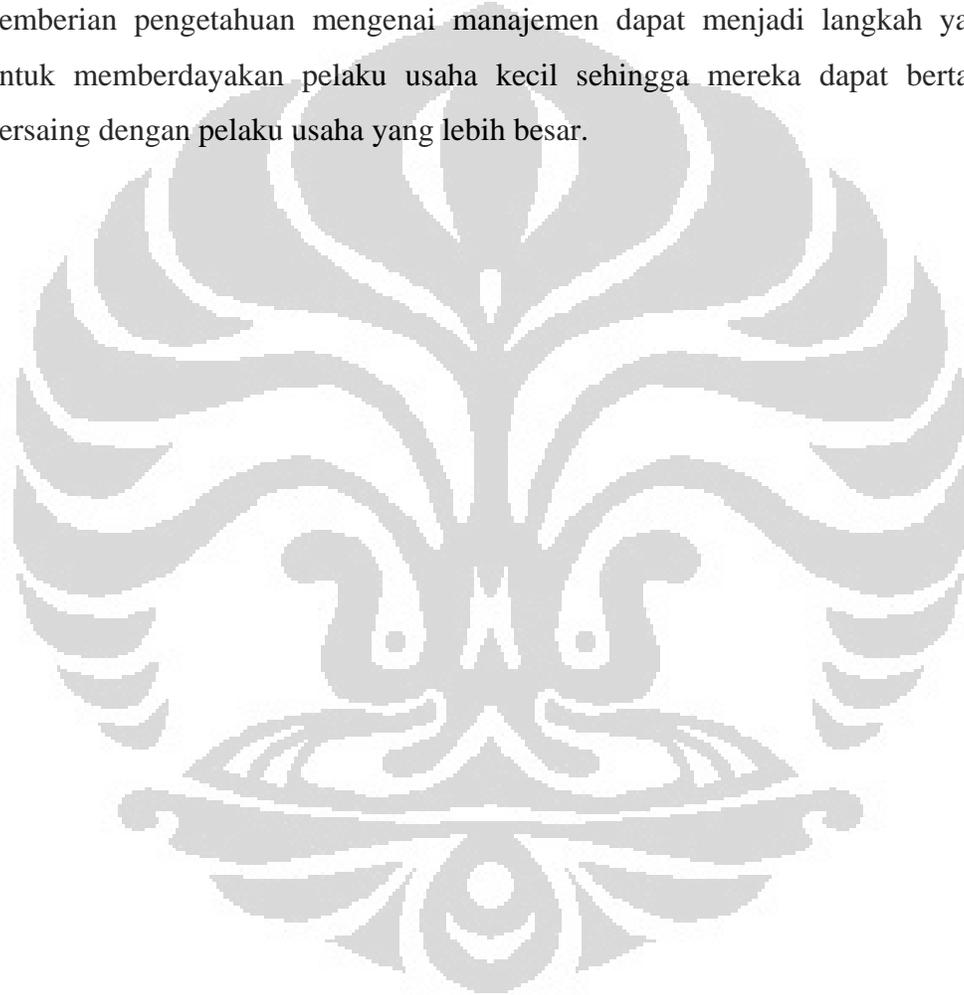
usaha perpasaran swasta maka muncul juga pelaku usaha kecil atau informal/pedagang kaki lima yang kemudian menjadi pelaku usaha yang formal.

Pembatasan penetapan harga minimum yang dilakukan oleh Perda Perpasaran Swasta juga tidak sesuai dengan tujuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, dalam pasal 3 butir a disebutkan bahwa undang-undang ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sehingga akhirnya mewujudkan kesejahteraan rakyat, selain itu dalam butir d pasal yang sama menyatakan bahwa undang-undang ini menginginkan terciptanya efisiensi dan efektivitas dalam kegiatan usaha. Hal yang terjadi adalah Perda Perpasaran Swasta malah tidak menghargai efisiensi dari seorang pelaku usaha, pelaku usaha tidak diperbolehkan menjual yang harga yang jauh lebih murah dibanding warung dan toko sekitarnya, Perda tersebut mengkhawatirkan apabila seorang pelaku usaha besar dapat menjual harga jauh lebih murah dibanding pelaku usaha kecil hal tersebut akan mematikan pelaku usaha kecil itu. Padahal pelaku usaha dapat menjual harga jauh lebih murah dibanding pesaingnya karena efisiensi yang dilakukannya dalam melakukan kegiatan usaha, namun hal tersebut malah dilarang oleh Perda Perpasaran Swasta.

#### **4.2. Saran**

Pemerintah daerah DKI Jakarta dalam hal melindungi pelaku usaha kecil belum mempunyai langkah yang tepat. Pemerintah daerah DKI Jakarta bukannya memberdayakan pelaku usaha kecil yang ada agar pelaku usaha tersebut mampu bertahan dan bersaing terhadap pelaku usaha yang lebih besar, namun malah menurunkan kemampuan/kekuatan dari pelaku usaha yang besar. Padahal berkembangnya pelaku usaha besar dapat mewujudkan efisiensi di tingkat nasional sehingga langkah menuju kesejahteraan rakyat akan terwujud. Seharusnya pelaku usaha kecil diberi kemampuan dan kesempatan dari pemerintah sehingga mereka dapat bersaing dengan pelaku usaha yang lebih besar, dengan begitu akan terjadi

persaingan yang sehat sehingga dunia usaha di Indonesia akan efisien dan efektif. Pemerintah pusat maupun daerah berperan disini. Perda Perpasaran Swasta Di Jakarta yang ada seharusnya segera direvisi sehingga sesuai dengan peraturan yang ada dan juga tidak menimbulkan hambatan bagi pelaku usaha serta tidak bertentangan dengan prinsip persaingan usaha. Selain itu pemerintah, baik pusat maupun daerah, mulai dari sekarang memulai pemberdayaan pelaku usaha kecil, bantuan modal, pelatihan, pemberian pengetahuan mengenai manajemen dapat menjadi langkah yang tepat untuk memberdayakan pelaku usaha kecil sehingga mereka dapat bertahan dan bersaing dengan pelaku usaha yang lebih besar.



## DAFTAR REFERENSI

### BUKU REFERENSI

Church, Jeffrey dan Roger Ware. *Industrial Organization: A Strategic Approach*. Singapore: McGraw-Hill, 2000.

Hansen, Knud, et al, *Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*. Jakarta: Katalis, 2002.

Hawk, Barry E (ed). *International Antitrust Law & Policy 1994: Annual Proceedings Of The Fordham Corporate Law Institute*. The Hague, Kluwer Law International, 1995.

Mamudji, Sri, et al. *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum*. Jakarta: Badan Penerbit Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2002.

Mankiw, N Gregory. *Principles Of Economics*, 3rd Edition. Ohio: SouthWestern Thomson, 2004.

Palepu, Krishna G. et al. *Business Analysis And Valuation: Using Financial Statements*. South-Western Thomson, 2004.

Posner, Richard. *Economic Analysis Of Law*. 10.8, 2d ed, 1977.

Siswanto, Arie. *Hukum Persaingan Usaha*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.

Soekanto, Soerjono. *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.

Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji. *Penelitian hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.

Sutriani, Adinda. “Pengaruh Peraturan Zonasi Dalam Peraturan Preside Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, Dan Toko Modern Terhadap Persaingan Usaha.” Jakarta: Skripsi Sarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2008.

Tobing, Tota M, “Pasar Tanah Abang, Riwayatmu”. *Intisari Ketoprak Betawi*. Jakarta: Intisari Mediatama, 2001.

Usman, Rachmadi, *Hukum Persaingan Usaha*. Jakarta PT Gramedia Pustaka Utama, 2004.

Worthington, Ian. et al. *Economics For Business: Blending Theory And Practice*. London: Pearson Education, 2001.

## **ARTIKEL**

Hermansah. “Pasar Modern.” *Seputar Indonesia*. 12 Agustus 2008.

McCarthy, J Thomas. “Fundamental Principles Of Trademark Protection.” *McCarthy On Trademarks And Unfair Competition*. 2(12), 2008.

Nagle, Thomas T. “Do Advertising-Probability studies Really Show That Advertising Creates A Barrier To Entry?” *Chicago Journals Of Law And Economics*. 24(11) 1999.

Sinek, Sanem dan Tarkan Erdogan. “An Effect-Based Approach To Exclusivity Agreements: The Case Of Coca Cola Turkey.” *European Competition Law Review*. 29(10), 2008.

Sjahdeini, Sutan Remy. “Larangan Praktik Monopoli Dalam Persaingan Usaha Tidak Sehat.” *Jurnal Hukum Bisnis*. Vol 10, 2000.

Sukaesih, Henny. “Pasar Swalayan dan Prospeknya”. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*. Vol. II No. 1 Tahun 1994.

Valimaki, Mikko. “A Flexible Approach To Rand Licensing.” *European Competition Law Review*. 29(12), 2008.

\_\_\_\_\_. “Pasar Tradisional Terancam Punah, Jumlah Pasar Modern Saat Ini Sudah Keterlaluhan”. *Republika*. 21 Februari 2008.

#### **INTERNET**

Ahmad, Taufik. “Regulasi Persaingan Usaha di Bidang Ritel.” <http://www.smeru.or.id/newslet/2007/news22.pdf>. 2 September 2008.

Arifin, Hilmi. “Pasar Tradisional vs Pasar Modern.” <http://hilmiarifin.com/pasar-tradisional-vs-pasar-modern/>. Diakses pada 14 Oktober 2008.

Ekapribadi, Wildan. “Pasar Modern Ancaman Bagi Pasar Tradisional?” <http://Amartabisma.wordpress.com/2007/11/08/pasar-modern-ancaman-bagi-pasar-tradisional/>. Diakses pada 15 Oktober 2008.

Hartono, Hadi. “Perkembangan Minimarket Waralaba”,  
<http://kolumnis.com/2008/07/05/peritel-kecil-mati-berdiri>. Diakses pada 25  
Oktober 2008.

Poesoro, Adri. “Pasar Tradisional di Era Persaingan Global.”  
<http://www.smeru.or.id/newslet/2007/news22.pdf>. 2 September 2008.

Risanto, Eko. “Nasib Pasar Tradisional” <http://beta.pikiran-rakyat.com/index.php?mib=beritadetail&id=2813>. Diakses pada 15 Oktober  
2008.

\_\_\_\_\_. “Aprindo Desak Pencabutan Perda Perpasaran Swasta.”  
<http://www.Sinarharapan.co.id/ekonomi/daerah/20/08/2006>. diakses pada  
tanggal 18 Oktober 2008.

\_\_\_\_\_. “Hasil Riset AC Nielsen Pasar Modern Terus Geser Peran Pasar  
Tradisional.”<http://www.sinarharapan.co.id/ekonomi/promarketing/2004/0622/prom1.html>., Diakses pada tanggal 20 Oktober 2008.

\_\_\_\_\_. “Izin Usaha Minimarket Ditunda”.  
<http://humas.barat.jakarta.go.id/Detail.php?key=00753>. diakses pada tanggal 20  
Oktober 2008.

\_\_\_\_\_. “Tren Perkembangan Ritel, Pasar Tradisional Akan Tergusur.”,  
<http://euro2008.tempointeraktif.com/hg/ekbis/2004/08/19/brk,20040819-57.id.html>. Diakses pada tanggal 20 Oktober 2008.

\_\_\_\_\_. “Tujuh Pasar Tradisional Bangkrut”. <http://Jurnalnasional.com/med-web&sec=breaking%20>

[news&rbrk=ibukota&id=5497&page=0&b=false&ntrue](http://news&rbrk=ibukota&id=5497&page=0&b=false&ntrue). Diakses pada tanggal 20 Oktober 2008.

## PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Indonesia. *Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. LN No. 33 Tahun 1999. TLN No. 3817.

Indonesia. *Undang-Undang Pemerintahan Daerah*. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004. LN No. 125. TLN No. 4437.

\_\_\_\_\_. *Peraturan Presiden Republik Indonesia Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern*. Perpres No. 112 Tahun 2007.

\_\_\_\_\_. *Peraturan Daerah DKI Jakarta Tentang Perpasaran Swasta di DKI Jakarta*, Perda No. 2 Tahun 2002. LD No. 76 Tahun 2002.

\_\_\_\_\_. *Keputusan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Petunjuk Pelaksanaan Perpasaran Swasta di Provinsi Jakarta*. Kep. Gubernur No. 44 Tahun 2003. LD No. 39 Tahun 2003.

**PERATURAN DAERAH PROPINSI DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA  
NOMOR 2 TAHUN 2002  
TENTANG  
PERPASARAN SWASTA  
DI PROPINSI DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA  
DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA  
GUBERNUR PROPINSI DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA**

Menimbang : a. bahwa ketentuan mengenai perpasaran swasta yang selama ini diatur dalam Peraturan Daerah Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 8 Tahun 1992 tentang Pengusahaan Perpasaran Swasta di wilayah DKI Jakarta, lebih cenderung hanya mengatur mengenai pasar swalayan, dan dengan berkembangnya berbagai jenis kegiatan perpasaran yang ada pada saat ini, peraturan tersebut dianggap sudah tidak ada lagi;

b. bahwa sehubungan dengan huruf a tersebut diatas dan untuk meningkatkan pembinaan, pengawasan dan pengendalian terhadap perpasaran swasta sehingga menjamin keseimbangan antara usaha besar, usaha menengah, dan usaha kecil serta untuk mencegah terjadinya praktek usaha yang tidak sehat, perlu mengatur kembali ketentuan mengenai perpasaran swasta yang ditetapkan dengan Peraturan Daerah.

Mengingat : 1. Undang-undang Nomor 1 Tahun 1967 tentang Penanaman Modal Asing (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1967 Nomor 1 Tambahan Lembaran Negara Nomor 2818) sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-undang Nomor 11 Tahun 1970 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1970 Nomor 46, Tambahan Lembaran Negara Nomor 2943);

2. Undang-undang Nomor 6 Tahun 1968 tentang Penanaman Modal Dalam Negeri (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1968 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Nomor 2853) sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang Nomor 12 Tahun 1970 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1974 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Nomor 2944);

3. Undang-undang Nomor 13 Tahun 1980 tentang Jalan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1980 Nomor 83, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3186);

4. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1981 tentang Hukum Acara Pidana (Lembaran Negara Republik Nomor 76, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3209);

5. Undang-undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1982 Nomor 7, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3214);

6. Undang-undang Nomor 1 Tahun 1987 tentang Kamar Dagang dan Industri (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1987 Nomor 8, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3345);

7. Undang-undang Nomor 24 Tahun 1992 tentang Penataan Ruang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1992 Nomor 115, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3501);

8. Undang-undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1995 Nomor 116, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3502);

9. Undang-undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1995 Nomor 13, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3611);

10. Undang-undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1995 Nomor 74, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3611);
11. Undang-undang Nomor 25 Tahun 1997 tentang Ketenagakerjaan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1997 Nomor 73, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3702);
12. Undang-undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 60, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3839);
13. Undang-undang Nomor 34 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 146, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3878);
14. Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3817);
15. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3821);
16. Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 1977 tentang Pengakhiran Kegiatan Usaha Asing dalam Bidang Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1977 Nomor 51, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3113) sebagaimana telah diubah terakhir dengan Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 1998 (Lembaran Negara Republik Indonesia 1998 Nomor 25, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3734);
17. Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 49 Tahun 1997, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3689);
18. Keputusan Presiden Nomor 99 Tahun 1998 tentang Bidang/ jenis usaha yang dicadangkan untuk usaha kecil dan bidang/ jenis usaha yang terbuka untuk usaha menengah atau usaha besar dengan syarat kemitraan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1998 Nomor 112);
19. Keputusan Presiden Nomor 96 Tahun 2000 tentang Bidang Usaha Yang Tertutup dan Bidang Usaha Yang Terbuka Dengan Persyaratan Tertentu Bagi Penanaman Modal (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2000 Nomor 118);
20. Peraturan Daerah Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 5 Tahun 1978 tentang Pengaturan Tempat dan Usaha Serta Pembinaan Pedagang Kakilima Dalam Wilayah Daerah Khusus Ibukota Jakarta (Lembaran Daerah Daerah Khusus Ibukota Jakarta Tahun 1979 Nomor 5);
21. Peraturan Daerah Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 3 Tahun 1986 tentang Penyidik Pegawai Negeri Sipil (Lembaran Daerah Daerah Khusus Ibukota Jakarta Tahun 1986 Nomor 91 Seri D Nomor 86);
22. Peraturan Daerah Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 6 Tahun 1992 tentang Pengurusan Pasar di Daerah Khusus Ibukota Jakarta (Lembaran Daerah Daerah Khusus Ibukota Jakarta Tahun 1993 Nomor 3) ;
23. Peraturan Daerah Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 7 Tahun 1991 tentang Bangunan Dalam Wilayah Daerah Khusus Ibukota Jakarta (Lembaran Daerah Daerah Khusus Ibukota Jakarta Tahun 1992 Nomor 23);

24. Peraturan Daerah Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 3 Tahun 1992 tentang Penanggulangan Bahaya Kebakaran Dalam Wilayah Daerah Khusus Ibukota Jakarta (Lembaran Daerah Daerah Khusus Ibukota Jakarta Tahun 1992 Nomor 22);
25. Peraturan Daerah Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 6 Tahun 1999 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Daerah Khusus Ibukota Jakarta (Lembaran Daerah Khusus Ibukota Jakarta Tahun 1999 Nomor 23);
26. Peraturan Daerah Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 12 Tahun 1999 tentang Perusahaan Daerah Pasar Jaya Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Tahun 1999 Nomor 35);
27. Peraturan Daerah Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 3 Tahun 2001 tentang Bentuk Susunan Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta (Lembaran Daerah Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Tahun 2001 Nomor 66);

**Dengan persetujuan  
DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH PROPINSI DAERAH KHUSUS  
IBUKOTA JAKARTA  
MEMUTUSKAN :**

**Menetapkan : PERATURAN DAERAH PROPINSI DAERAH KHUSUS  
IBUKOTA JAKARTA TENTANG PERPASARAN SWASTA DI PROPINSI DAERAH  
KHUSUS IBUKOTA JAKARTA.**

**BAB I  
KETENTUAN UMUM  
Pasal 1**

Dalam Peraturan Daerah ini yang dimaksud dengan :

1. Daerah adalah Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta.
2. Pemerintah Daerah adalah Pemerintah Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta.
3. Gubernur adalah Gubernur Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta.
4. Pemilik dan atau Pengelola atau Penanggung jawab atau Penyelenggara adalah orang dan atau badan hukum yang karena jabatannya sehari-hari memimpin dan bertanggung jawab atas kegiatan masing-masing perpasaran swasta.
5. Badan usaha adalah suatu bentuk badah hukum yang meliputi perseroan terbatas, koperasi dan atau badan usaha milik negara/ daerah.
6. Perpasaran swasta adalah kegiatan penyelenggaraan usaha dan penyediaan sarana/ tempat usaha yang dilakukan oleh pihak swasta.
7. Penyelenggaraan usaha adalah kegiatan usaha yang bersifat operasional yang dilakukan Swasta yang bergerak disektor perdagangan baik secara grosiran maupun eceran.

8. Penyediaan sarana/ tempat usaha adalah suatu kegiatan penyediaan ruang sebagai sarana/ tempat usaha perdagangan dengan modal sepenuhnya dari Swasta yang lokasinya diatur dan ditetapkan oleh Pemerintah Daerah.
9. Toko adalah sarana/ tempat usaha untuk melakukan penjualan barang secara eceran maupun sub grosiran langsung kepada konsumen akhir.
10. Pertokoan adalah kompleks toko atau deretan toko yang masing-masing dimiliki dan dikelola oleh perorangan atau badan hukum.
11. Pusat pertokoan adalah toko-toko yang mengelompok pada satu areal tertentu yang dibangun baik secara vertikal maupun horizontal yang dikelola oleh satu badan hukum atau perorangan guna memberikan kemudahan pada pembeli atau konsumen.
12. Toko serba ada adalah sarana/ tempat usaha untuk melakukan penjualan berbagai macam barang kebutuhan rumah tangga dan bukan kebutuhan sembilan bahan pokok, yang disusun dalam bagian yang terpisah-pisah dalam bentuk kounter secara eceran dan langsung kepada konsumen akhir yang dalam pelayanannya dibantu oleh para pramuniaga;
13. Pasar adalah sarana/ tempat usaha untuk melakukan transaksi jual beli umum milik swasta dan atau Pemerintahan Daerah, tempat pedagang secara teratur dan langsung memperdagangkan barang dan jasa.
14. Pasar Lingkungan adalah pasar binaan PD Pasar Jaya yang ruang lingkup pelayanannya meliputi satu lingkungan pemukiman disekitar pasar tersebut dan jenis barang yang diperdagangkan terutama kebutuhan sehari-hari.
15. Mini Swalayan (Mini Market) adalah sarana/ tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan sehari-hari secara eceran dan langsung kepada konsumen akhir dengan cara swalayan yang luas lantai usahanya paling besar (maksimal) 4.000m<sup>2</sup>.
16. Pasar Swalayan (Supermarket) adalah sarana/ tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sembilan bahan pokok secara eceran dan langsung kepada konsumen akhir dengan cara swalayan yang luas lantai usaha lantainya paling besar (maksimal) 4.000m<sup>2</sup>.
17. Pasar Serba Ada (Hypermarket) adalah sarana/ tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sembilan bahan pokok secara eceran dan langsung kepada konsumen akhir, yang didalamnya terdiri dari pasar swalayan dan toko serba ada yang menyatu dalam satu bangunan yang dalam pelayanannya dilakukan secara swalayan dan pengelolaannya dilakukan

secara tunggal yang luas lantai usahanya lebih dari 4.000m<sup>2</sup> dan paling besar (maksimal) 8.000m<sup>2</sup>.

18. Pusat perdagangan (Trade Centre) adalah kawasan pusat jual beli barang sandang, papan, kebutuhan sehari-hari, kebutuhan rumah tangga, alat kesehatan dan lain-lain secara grosiran dan eceran serta jasa yang didukung oleh sarana yang lengkap yang dimiliki oleh perorangan atau satu badan hukum.
19. Mall/ Super Mall/ Plaza adalah sarana/ tempat usaha untuk melakukan usaha perdagangan, rekreasi, restoran dan sebagainya yang diperuntukkan bagi kelompok, perorangan, perusahaan atau koperasi untuk melakukan penjualan barang-barang dan atau jasa, dan terletak dalam bangunan/ ruang yang menyatu.
20. Perkulakan (grosir) adalah sarana/ tempat usaha untuk melakukan pembelian berbagai macam barang dalam partai besar dari berbagai pihak dan menjual barang tersebut dalam partai besar sampai pada sub distributor dan atau pedagang eceran.
21. Grosiran adalah sistem atau cara penjualan barang-barang dagangan tertentu dalam partai (jumlah) besar sampai pada pengecer atau pedagang.
22. Eceran adalah sistem atau cara penjualan barang-barang dagangan tertentu dalam partai (jumlah) kecil/ satuan sampai pada konsumen akhir.
23. Swalayan adalah cara pelayanan yang dilakukan sendiri oleh konsumen dengan menggunakan keranjang jinjing atau peralatan lain (kereta dorong) yang telah disediakan.
24. Pedagang Grosir adalah perorangan atau badan usaha yang kegiatan pokoknya melakukan penjualan barang-barang dalam partai (jumlah) besar kepada pedagang eceran.
25. Pedagang Eceran adalah perorangan atau badan usaha yang kegiatan pokoknya melakukan penjualan barang-barang dagangan tertentu dalam partai (jumlah) kecil/ satuan.
26. Waralaba (Franchise) adalah kegiatan usaha barang dan jasa yang dilakukan Penerima Waralaba (franchise) dengan memakai merek dagang yang dimiliki oleh Pemberi Waralaba (franchisor) dapat dalam bentuk tempat usaha dan atau penyediaan barang dagangan.
27. Pedagang kakilima adalah perorangan atau pedagang yang didalam usahanya melakukan penjualan barang-barang tertentu yang tidak memiliki tempat dan bangunan sendiri yang umumnya memakai tempat-tempat/ fasilitas untuk kepentingan umum serta tempat lain yang bukan miliknya.
28. Luas efektif bangunan adalah luas lantai usaha yang dipergunakan untuk kegiatan usaha tidak termasuk ruang untuk gudang, kantor, koridor atau fasilitas gedung lainnya.

## **BAB II RUANG LINGKUP PERPASARAN SWASTA**

### **Pasal 2**

Ruang lingkup kegiatan perpasaran swasta terdiri dari :

- a. Penyelenggaraan usaha;
- b. Penyediaan sarana/ tempat usaha;

## **BAB III PENYELENGGARAAN USAHA**

### **Bagian Pertama**

#### **Jenis Usaha**

### **Pasal 3**

Jenis usaha perpasaran swasta terdiri dari :

- a. Mini Swalayan;
- b. Pasar Swalayan;
- c. Pasar Serba Ada;
- d. Toko Serba Ada;
- e. Toko;
- f. Pusat Pertokoan;
- g. Mall/ Supermall/ Plaza;
- h. Pusat Perdagangan;
- i. Waralaba;

### **Bagian Kedua Penggolongan**

### **Pasal 4**

Usaha Perpasaran Swasta digolongkan sebagai berikut :

- a. Usaha Perpasaran Swasta Skala Besar ;
- b. Usaha Perpasaran Swasta Skala Menengah;
- c. Usaha Perpasaran Swasta Skala Kecil;
- d. Usaha Perpasaran Swasta Informal/ Pedagang Kakilima.

### **Bagian Ketiga Permodalan**

### **Pasal 5**

- (1) Usaha perpasaran swasta skala besar adalah usaha yang mencakup modal di luar tanah dan bangunan tempat usaha diatas Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah).
- (2) Usaha perpasaran swasta skala menengah adalah usaha yang mencakup modal di luar tanah dan bangunan tempat usaha diatas 200.000.000 (dua ratus juta rupiah) sampai dengan Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah).
- (3) Usaha perpasaran swasta skala kecil adalah usaha yang mencakup modal di luar tanah dan bangunan tempat usaha mulai dari Rp. 5.000.000,00 (lima juta rupiah) sampai dengan Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

- (4) Usaha perpasaran swasta informal/ pedagang kaki lima adalah usaha yang mencakup modal di luar tanah dan bangunan tempat usaha tidak lebih dari Rp. 5.000.000,00 (lima juta rupiah).

#### **Pasal 6**

- (1) Permodalan penyelenggaraan usaha perpasaran swasta skala besar dapat dilakukan dengan cara penanaman modal asing.  
(2) Penggunaan modal asing sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan tentang penanaman modal asing.

#### **Bagian Keempat Tenaga Kerja Pasal 7**

- (1) Dalam menyelenggarakan perpasaran swasta harus memakai tenaga kerja Warga Negara Indonesia, kecuali untuk tenaga pimpinan atau tenaga ahli bagi jabatan yang belum dapat diisi dengan tenaga kerja Warga Negara Indonesia, dapat diisi dengan tenaga kerja warga negara asing sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.  
(2) Untuk pemenuhan tenaga kerja Warga Negara Indonesia sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus menampung dan mempergunakan tenaga kerja yang memenuhi persyaratan dan berdomisili di sekitar lokasi kegiatan.

#### **Bagian Kelima Persyaratan Paragraf 1 Kegiatan Penjualan Barang Pasal 8**

Komoditi/ barang-barang yang dijual diutamakan barang-barang produksi dalam negeri dan kualitas barang dagangan harus dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan standar mutu.

#### **Pasal 9**

Selain memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, penyelenggara usaha perpasaran swasta harus memenuhi ketentuan sebagaimana berikut :

- a. Usaha Mini Swalayan (Mini Market) :
1. komoditi/ barang dagangan yang dijual merupakan barang-barang kebutuhan rumah tangga sehari-hari diutamakan produk makanan/ minuman dalam kemasan yang siap saji ;
  2. kegiatan penjualan dilakukan secara eceran dan cara pelayanannya dilakukan secara sendiri oleh konsumen dengan menggunakan keranjang jinjing atau peralatan lain (kereta dorong yang telah disediakan);

3. harga jual barang-barang sejenis yang dijual tidak boleh jauh lebih rendah dengan yang ada di warung dan toko sekitarnya;
  4. harga barang dagangan yang dijual harus dicantumkan secara jelas dan pasti pada kemasan barang pada suatu tempat tertentu yang mudah terlihat konsumen;
  5. luas lantai usahanya paling besar (maksimal) 200 m<sup>2</sup>.
- b. Usaha Pasar Swalayan (Supermarket) :
1. komoditi/ barang dagangan yang dijual merupakan barang-barang kebutuhan rumah tangga sehari-hari termasuk kebutuhan sembilan bahan pokok;
  2. kegiatan penjualan dilakukan secara eceran dan cara pelayanannya dilakukan dengan pelayanan sendiri oleh konsumen (swalayan);
  3. pengadaan/ penyediaan kebutuhan barang sembilan bahan pokok dan bahan pangan segar lainnya diperoleh dari pengusaha kecil/ lemah dengan mengutamakan pedagang pasar atau koperasi dengan menjalin atau melalui pola kemitraan;
  4. harga barang dagangan yang dijual harus dicantumkan secara jelas dan pasti pada kemasan barang pada suatu tempat tertentu yang mudah terlihat konsumen;
  5. harga jual barang-barang sejenis yang dijual tidak boleh jauh lebih rendah dengan yang ada di warung dan toko disekitarnya;
  6. luas lantai usahanya paling besar (maksimal) 4.000m<sup>2</sup>.
- c. Usaha Pasar Serba Ada (Hypermarket) :
1. komoditi/ barang dagangan yang dijual merupakan barang-barang kebutuhan rumah tangga sehari-hari dan kebutuhan sandang termasuk kebutuhan sandang termasuk kebutuhan sembilan bahan pokok;
  2. penyediaan/ pengadaan sembilan bahan pokok dan bahan pangan segar lainnya seperti sayur mayur, buah-buahan, daging dan ikan diperoleh dari para pengusaha golongan kecil/ lemah dan koperasi dengan melalui pola kemitraan;
  3. kegiatan penjualan dilakukan secara eceran dan cara pelayanannya dilakukan dengan pelayanan sendiri oleh konsumen (swalayan);
  4. harga barang dagangan yang dijual harus dicantumkan secara jelas dan pasti pada kemasan barang pada suatu tempat tertentu yang mudah terlihat konsumen;
  5. luas lantai usahanya lebih dari 4.000 m<sup>2</sup> dan paling besar (maksimal) 8.000 m<sup>2</sup>.
- d. Usaha Toko Serba Ada (Department Store) :
1. komoditi/ barang dagangan yang dijual merupakan kebutuhan sandang dan kebutuhan rumah tangga sehari-hari dan tidak diperkenankan menjual barang kebutuhan sembilan bahan pokok;

2. penyediaan/ pengadaan barang-barang dapat diperoleh dari para pengusaha golongan kecil/ lemah dan koperasi melalui pola kemitraan;
3. kegiatan penjualannya dilakukan secara eceran dengan memakai cara pelayanannya yang tidak dilakukan secara swalayan melainkan harus dibantu oleh pramuniaga;
4. harga barang dagangan yang dijual harus dicantumkan secara jelas dan pasti pada kemasan barang pada suatu tempat tertentu yang mudah terlihat konsumen;
5. Luas lantai usahanya lebih dari 200m<sup>2</sup> dan paling besar (maksimal) 8. 000m<sup>2</sup> .

e. Toko :

1. komoditi/ barang dagangan yang dijual merupakan kebutuhan sandang, kebutuhan rumah tangga sehari-hari, dan kebutuhan barang-barang lainnya.
2. kegiatan penjualannya dapat dilakukan baik secara eceran maupun sub grosir langsung kepada konsumen.
3. harga barang dagangan yang dijual dapat dicantumkan secara jelas dan pasti, dan dapat dilakukan dengan cara tawar menawar.

f. Pusat Pertokoan :

1. komoditi/ barang dagangan yang dijual merupakan barang dagangan dan jasa.
2. kegiatan penjualannya dapat dilakukan secara langsung oleh pemilik/ penyewa pertokoan kepada konsumen.
3. harga barang dagangan yang dijual dapat dicantumkan secara jelas dan pasti, dan dapat dilakukan dengan cara tawar menawar.

g. Mall/ Supermall/ Plaza

1. komoditi/ barang dagangan yang dijual merupakan kebutuhan barang dan jasa.
2. kegiatan penjualan barang dilakukan secara eceran oleh para pemilik/ penyewa sarana tempat usaha.
3. harga barang dagangan yang dijual harus dicantumkan secara jelas dan pasti pada kemasan barang pada suatu tempat tertentu yang mudah terlihat konsumen.

h. Pusat Perdagangan :

1. komoditi/ barang dagangan yang dijual merupakan barang kebutuhan sandang, papan, kebutuhan sehari-hari, kebutuhan rumah tangga, alat kesehatan dan lain-lain.
2. kegiatan penjualan barang dagangan dilakukan secara grosiran dan eceran.
3. harga barang dagangan yang dijual harus dicantumkan secara jelas dan pasti pada kemasan barang pada suatu tempat tertentu yang mudah terlihat konsumen.

i. Usaha Perkulakan :

1. komoditi/ barang-barang yang dijual merupakan kombinasi dari kebutuhan rumah tangga sehari-hari atau komoditi lain yang diperlukan oleh umum;
2. kegiatan penjualan dilakukan dalam ukuran partai besar atau dalam jumlah tertentu seperti dalam bentuk lusinan, kodian, grosiran, dan takaran/ timbangan yang tidak dilakukan secara langsung kepada konsumen akhir tetapi dalam bentuk keanggotaan (member);
3. harga barang dagangan yang dijual harus dicantumkan secara jelas dan pasti pada kemasan barang pada suatu tempat tertentu yang mudah terlihat konsumen.
4. harus menjalin kemitraan dengan pengusaha golongan ekonomi lemah/ pedagang kecil atau koperasi yang dilakukan diantaranya melalui keterkaitan usaha atau bentuk sub kontrak.

j. Usaha Waralaba

1. komoditi/ barang dagangan yang dijual merupakan barang-barang kebutuhan rumah tangga sehari-hari diutamakan produk makanan/ minuman yang siap saji;
2. dalam pelaksanaan operasional usahanya, pemilik usaha waralaba menjalin kemitraan dengan produsen atau supplier dalam hal penyediaan barang dagangan serta penggunaan dari dagangan, merk dan manajemen penjualannya;
3. prinsip kerjasama yang dilakukan antara Penerima Waralaba (franchise) dengan Pemberi Waralaba (franchisor) adalah saling melengkapi dan saling menguntungkan ;
4. kegiatan penjualannya dilakukan secara eceran;
5. antara Penerima Waralaba (franchise) dan Pemberi Waralaba (franchisor) harus dalam bentuk badan hukum atau usaha perorangan.

**Paragraf 2**

**Luas dan Jarak Tempat Penyelenggaraan Usaha**

**Pasal 10**

Dalam menyelenggarakan usaha perpasaran swasta, jarak sarana/ tempat usaha harus memenuhi persyaratan sebagai berikut :

- a. Usaha perpasaran swasta yang luas lantainya 100 m<sup>2</sup> sampai dengan 200 m<sup>2</sup> harus berjarak radius 0,5 km dari pasar lingkungan dan terletak disisi jalan Lingkungan/ Kolektor/ Arteri;
- b. Usaha perpasaran swasta yang luas lantainya di atas 200 m<sup>2</sup> sampai dengan 1.000 m<sup>2</sup> harus berjarak radius 1,0 km dari pasar lingkungan dan terletak disisi jalan Kolektor/ Arteri;
- c. Usaha perpasaran swasta yang luas lantainya di atas 1.000 m<sup>2</sup> sampai dengan 2.000 m<sup>2</sup> harus berjarak radius 1,5 km dari pasar lingkungan dan terletak disisi jalan Kolektor/ Arteri;

- d. Usaha perpasaran swasta yang luas lantainya di atas 2.000 m<sup>2</sup> sampai dengan 4.000 m<sup>2</sup> harus berjarak radius 2 km dari pasar lingkungan dan terletak disisi jalan Kolektor/ Arteri;
- e. Usaha perpasaran swasta yang luas lantainya di atas 4.000 m<sup>2</sup> harus berjarak radius 2,5 km dari pasar lingkungan dan harus terletak di sisi jalan Kolektor/ Arteri.

**Paragraf 3**  
**Waktu Pelayanan**  
**Pasal 11**

- (1) Waktu pelayanan penyelenggaraan usaha perpasaran swasta dimulai pukul 09.00 WIB sampai dengan pukul 22.00 WIB.
- (2) Waktu pelayanan penyelenggaraan usaha perpasaran swasta khususnya yang dilakukan dengan cara swalayan, waktu pelayanannya dimulai pukul 10.00 WIB sampai dengan pukul 22.00 WIB.
- (3) Untuk penyelenggaraan usaha perpasaran swasta yang waktu pelayanannya diluar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) harus mendapatkan izin khusus dari Gubernur.

**Bagian Keenam**  
**Kewajiban dan Larangan**  
**Paragraf 1**  
**Kewajiban**  
**Pasal 12**

Setiap penyelenggaraan usaha perpasaran swasta wajib :

- a. menjalin kemitraan dengan usaha kecil atau koperasi untuk usaha perpasaran swasta berskala besar, menengah dan kecil (khususnya hanya mini swalayan);
- b. mentaati ketentuan sebagaimana ditetapkan dalam izin penyelenggaraan usaha perpasaran swasta dan peraturan perundang-undangan yang berlaku khususnya mengenai perpajakan atau retribusi;
- c. meningkatkan mutu pelayanan dan menjamin kenyamanan konsumen;
- d. menjaga keamanan dan ketertiban usaha;
- e. memelihara kebersihan, keindahan lokasi dan kelestarian lingkungan tempat usaha;
- f. mencegah setiap orang yang melakukan kegiatan perjudian dan perbuatan yang melanggar kesusilaan serta ketertiban di tempat usahanya;
- g. mencegah penggunaan tempat usaha untuk kegiatan peredaran dan pemakaian obat-obatan terlarang serta barang-barang terlarang;
- h. menyediakan sarana dan fasilitas ibadah bagi karyawan;
- i. memberikan kesempatan kepada karyawan untuk melaksanakan ibadah;

- j. mentaati perjanjian kerja serta menjamin keselamatan, kesehatan dan kesejahteraan karyawan;
- k. menyediakan alat pemadam kebakaran yang siap pakai dan mencegah kemungkinan timbulnya bahaya kebakaran ditempat usahanya;
- l. mencantumkan label halal bagi barang-barang yang diperdagangkan sesuai saran Majelis Ulama Indonesia;
- m. menerbitkan dan mencantumkan daftar harga yang dinyatakan dalam rupiah (Rp);
- n. memberitahukan secara tertulis kepada Gubernur selambat-lambatnya 14 (empat belas) hari apabila penyelenggaraan usaha tidak berjalan lagi atau telah dialihkan kepada pihak lain.

### **Pasal 13**

- (1) Terhadap jenis penyelenggaraan usaha perpasaran swasta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3, disamping memenuhi ketentuan dalam Pasal 12, juga diwajibkan menyediakan ruang tempat usaha bagi usaha kecil dan atau usaha informal/ pedagang kakilima dengan ketentuan sebagai berikut :
  - a. Untuk jenis penyelenggaraan usaha perpasaran swasta dengan luas efektif minimal 200 m<sup>2</sup> s/d 500 m<sup>2</sup> harus menyediakan ruang tempat usaha bagi usaha kecil atau usaha informal/ pedagang kakilima sebesar 10% dari luas lantai efektif bangunannya dan tidak dapat diganti dalam bentuk lain.
  - b. Untuk jenis penyelenggaraan usaha perpasaran swasta dengan luas efektif diatas 500m<sup>2</sup> harus menyediakan ruang tempat usaha bagi usaha kecil atau usaha informal/ kakilima seluas 20% dari luas efektif bangunannya dan tidak dapat diganti dalam bentuk lain.
  - c. Penyediaan ruang tempat usaha sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan b diatas, ditetapkan dalam Rencana Tata Letak Bangunan dan atau dalam awal proses perizinan.
- (2) Pelaksanaan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan oleh Gubernur.

### **Pasal 14**

- (1) Penempatan usaha kecil/ usaha informal/ pedagang kakilima pada ruang tempat usaha sebagai kewajiban terhadap penyelenggaraan usaha perpasaran swasta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 diatur sebagai berikut :
  - a. Usaha kecil/ usaha informal/ pedagang kakilima yang diprioritaskan untuk ditempatkan adalah pedagang yang berada di sekitar lokasi bangunan tempat usaha tersebut;
  - b. Apabila disekitar lokasi gedung tempat usaha tidak terdapat usaha kecil/ usaha informal/ pedagang kakilima, maka diambil dari yang berdekatan dengan bangunan tempat usaha tersebut;

- c. Penempatan dan pengelolaan terhadap penempatan usaha bagi usaha kecil/ usaha informal/ pedagang kakilima dilakukan oleh Pemerintah Daerah.
- (2) Persyaratan, tata cara penempatan dan jenis barang dagangan yang dijual sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan oleh Gubernur.

**Paragraf 2**  
**Larangan**  
**Pasal 15**

Setiap penyelenggaraan usaha perpasaran swasta dilarang:

- a. melakukan penguasaan atas produksi dan atau penguasaan barang dan atau jasa secara monopoli khusus untuk usaha perpasaran swasta skala besar dan menengah;
- b. menimbun./ menyimpan bahan pokok kebutuhan masyarakat di dalam gudang dalam jumlah melebihi kewajaran untuk tujuan spekulasi yang akan merugikan kepentingan masyarakat;
- c. menimbun/ menyimpan barang-barang yang sifat dan jenisnya membahayakan kesehatan kecuali di tempat yang disediakan khusus;
- d. menjual barang dibawah harga pokok atau menjual barang yang sudah kadaluarsa;
- e. bertindak sebagai importir umum apabila modal yang digunakan berasal dari Penanaman Modal Asing khusus untuk usaha perpasaran swasta skala besar dan menengah;
- f. mengubah/ menambah sarana tempat usaha tanpa izin tertulis dari Gubernur;
- g. memakai tenaga kerja di bawah umur dan tenaga kerja asing tanpa izin sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

**Pasal 16**

Setiap penyelenggaraan usaha perpasaran swasta skala besar dan usaha perpasaran swasta skala menengah yang melakukan kegiatan usahanya secara grosiran dilarang :

- a. melakukan kegiatan usahanya sebagai pedagang pengecer;
- b. menjual komoditi secara langsung kepada konsumen akhir.

**Bagian Ketujuh**  
**Perizinan**  
**Pasal 17**

- (1) Setiap penyelenggaraan usaha perpasaran swasta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3, harus terlebih dahulu mendapat izin tertulis dari Gubernur.
- (2) Permohonan untuk mendapatkan izin sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus diajukan secara tertulis kepada Gubernur atau pejabat yang ditunjuk dengan melampirkan :
  - a. Foto copy KTP pemohon;
  - b. Fotocopy Akte Pendirian Perusahaan;

- c. Foto copy NPWP;
  - d. Ketetapan Rencana Kota dan Rencana Letak Bangunan sebagai penetapan lokasi;
  - e. Foto copy Izin Mendirikan Bangunan (IMB) dan Izin Penggunaan Bangunan (IPB);
  - f. Perjanjian sewa menyewa/ kontrak penggunaan tempat bagi usaha yang menyewa/ mengontrak tempat usaha.
- (3) Disamping ketentuan dan persyaratan sebagaimana dimaksud pada ayat (2), setiap penyelenggaraan usaha perpasaran harus dilengkapi izin operasional lainnya, seperti:
- a. Surat Izin Tempat Usaha berdasarkan Undang-Undang Gangguan;
  - b. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan Tanda Daftar Perusahaan (TDP).

#### **Pasal 18**

- (1) Izin penyelenggaraan usaha perpasaran swasta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17 ayat (1) berlaku selama kegiatan usaha tersebut masih beroperasi, dengan ketentuan harus didaftar ulang setiap 5 (lima) tahun sekali.
- (2) Izin penyelenggaraan usaha perpasaran swasta sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak dapat dipindahtangankan kecuali mendapat persetujuan tertulis dari Gubernur.
- (3) Pendirian cabang penyelenggaraan usaha perpasaran swasta harus memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Daerah ini.

#### **Pasal 19**

Prosedur dan tata cara permohonan izin penyelenggaraan usaha perpasaran swasta dan pendaftaran ulang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17 dan 18 ditetapkan oleh Gubernur.

### **BAB IV**

#### **PENYEDIAAN SARANA/ TEMPAT USAHA**

#### **Pasal 20**

- (1) Untuk menunjang kegiatan penyelenggaraan usaha perpasaran swasta disediakan sarana / tempat usaha oleh pengembang dan atau pengusaha perpasaran swasta yang bersangkutan.
- (2) Penyediaan sarana/ tempat usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

**BAB V**  
**PENGAWASAN DAN PENGENDALIAN**

**Pasal 21**

- (1) Pengawasan dan pengendalian terhadap kegiatan perpasaran swasta sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Daerah ini dilakukan oleh Gubernur atau pejabat yang ditunjuk.
- (2) Prosedur dan tata cara pengawasan dan pengendalian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan oleh Gubernur.

**BAB VI**  
**KETENTUAN PIDANA**

**Pasal 22**

- (1) Setiap orang dan atau badan usaha yang melakukan kegiatan perpasaran swasta tanpa memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7, Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13, Pasal 14, Pasal 15, Pasal 16, Pasal 17 ayat (1), Pasal 18 ayat (1), Pasal 20 diancam pidana kurungan selama-lamanya 3 (tiga) bulan atau denda sebanyak-banyaknya Rp. 5.000.000,00 (lima juta rupiah).
- (2) Terhadap pelanggaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dibebankan biaya paksaan penegakan hukum.
- (3) Gubernur menetapkan pelaksanaan dan besarnya biaya sebagaimana dimaksud pada ayat (2).

**Pasal 23**

Terhadap perbuatan yang dapat diklasifikasikan sebagai tindak pidana yang diatur dalam suatu ketentuan perundang-undangan diancam pidana sebagaimana diatur dalam peraturan peundang-undangan yang berlaku.

**BAB VII**  
**SANKSI ADMINISTRASI**

**Pasal 24**

- (1) Selain dikenakan ancaman pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 terhadap pelanggaran Peraturan Daerah ini dapat dikenakan sanksi administrasi berupa :
  - a. teguran tertulis sebanyak-banyaknya tiga kali;
  - b. pemanggilan;
  - c. penutupan sementara sarana tempat usaha perpasaran swasta;
  - d. pencabutan izin yang dikeluarkan oleh Gubernur.
- (2) Tata cara dan pelaksanaan sanksi administrasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan oleh Gubernur.

**BAB VIII**  
**PENYIDIKAN**

**Pasal 25**

- (1) Selain pejabat penyidik umum yang bertugas menyidik tindak pidana, penyidikan atas tindak pidana sebagaimana dimaksud

dalam Peraturan Daerah ini, dapat dilakukan juga oleh Penyidik Pegawai Negeri Sipil di lingkungan Pemerintah Daerah yang pengangkatannya ditetapkan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

- (2) Dalam melaksanakan tugas penyidikan para pejabat penyidik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berwenang :
  - a. menerima laporan atau pengaduan dari seseorang tentang adanya tindak pidana;
  - b. melaksanakan tindakan pertama pada saat itu di tempat kejadian dan melakukan pemeriksaan;
  - c. menyuruh berhenti seseorang tersangka dan memeriksa tanda pengenal diri tersangka;
  - d. melakukan penyitaan benda atau surat;
  - e. mengambil sidik jari dan memotret seseorang;
  - f. memanggil orang untuk didengar dan diperiksa sebagai tersangka atau saksi;
  - g. mendatangkan orang ahli yang diperlukan dalam hubungannya dengan pemeriksaan perkara;
  - h. mengadakan penghentian penyidikan setelah mendapat petunjuk dari penyidik bahwa tidak terdapat cukup bukti atau peristiwa tersebut bukan merupakan tindak pidana dan selanjutnya melalui penyidik memberitahukan hal tersebut kepada penuntut umum, tersangka atau keluarganya;
  - i. mengadakan tindakan lain menurut hukum yang dapat dipertanggungjawabkan.
    - a. Pemeriksaan tersangka;
    - b. Pemasukan rumah;
    - c. Penyitaan benda;
    - d. Pemeriksaan surat;
    - e. Pemeriksaan saksi;
    - f. Pemeriksaan ditempat kejadian;
- (3) Dalam melaksanakan tugasnya, penyidik tidak berwenang melakukan penangkapan, penahanan dan atau pengeledahan.
- (4) Penyidik membuat Berita Acara setiap tindakan tentang : dan mengirimkan berkasnya kepada Pengadilan Negeri dengan tembusannya kepada Penyidik Polisi Negara Republik Indonesia.

## **BAB IX KETENTUAN PERALIHAN**

### **Pasal 26**

- (1) Izin penyelenggaraan usaha perpasaran swasta yang ada sebelum diperlakukannya Peraturan Daerah ini masih tetap berlaku sampai dengan berakhirnya masa izin yang bersangkutan dan tetap menyelesaikan kewajiban-kewajibannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

- (2) Terhadap penyelenggaraan usaha perpasaran swasta yang belum mempunyai izin harus menyesuaikan dengan peraturan daerah ini.

**BAB X**  
**KETENTUAN PENUTUP**  
**Pasal 27**

- (1) Hal-hal yang merupakan pelaksanaan Peraturan Daerah ini ditetapkan oleh Gubernur.
- (2) Dengan berlakunya Peraturan Daerah ini maka :
  - a. Peraturan Daerah Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 8 Tahun 1992 tentang Pengusahaan Perpasaran Swasta di DKI Jakarta;
  - b. Penjelasan Pasal 43 ayat (2) Peraturan Daerah Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 6 Tahun 1999 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Daerah Khusus Ibukota Jakarta, sepanjang yang mengatur kewajiban penyediaan tempat usaha untuk golongan usaha skala kecil; dinyatakan tidak berlaku lagi.
- (3) Peraturan Daerah ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Daerah ini dengan penempatannya dalam Lembaran Daerah Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

**Ditetapkan di Jakarta**

**Pada tanggal 18 Maret 2002**

**GUBERNUR PROPINSI DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA,  
SUTIYOSO**

Diundangkan di Jakarta  
pada tanggal 28 Juni 2002

**SEKRETARIS DAERAH PROPINSI DAERAH KHUSUS  
IBUKOTA JAKARTA,  
H. FAUZI BOWO  
NIP. 470044314**

**LEMBARAN DAERAH PROPINSI DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA  
TAHUN 2002 NOMOR 76**

**PENJELASAN  
ATAS  
PERATURAN DAERAH PROPINSI  
DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA  
NOMOR 2 TAHUN 2002  
TENTANG  
PERPASARAN SWASTA  
DI PROPINSI DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA**

**I. PENJELASAN UMUM**

Peraturan Daerah ini merupakan penyempurnaan terhadap pengaturan kegiatan perpasaran swasta sebagai pengganti Peraturan Daerah Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 8 Tahun 1992 tentang Pengusahaan Perpasaran Swasta di Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

Penyempurnaan tersebut dimaksudkan untuk lebih meningkatkan pembinaan, pengawasan dan pengendalian terhadap perpasaran swasta agar tercipta keselarasan, keseimbangan, pembauran dan kemitraan antara usaha besar, usaha menengah dan usaha kecil.

Disamping itu juga Peraturan Daerah ini mengatur mengenai penyelenggaraan usaha dan penyediaan sarana/ tempat usaha secara luas dan terinci, serta materi dan sistem pengelolaan perpasaran swasta dikaitkan dengan pengembangan struktur ekonomi kota Jakarta saat ini, yang perlu memprioritaskan kesempatan kepada usaha kecil dengan cara lebih meningkatkan pembinaan dan kemampuan usahanya disamping menyediakan fasilitas tempat berjualan yang disediakan oleh pengusaha perpasaran swasta. Diharapkan sarana/ tempat usaha yang disediakan merupakan wadah penempatan bagi pedagang kecil/ pengusaha informal/ pedagang kakilima menjadi pedagang formal sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Untuk mewujudkan hal tersebut diatas perlu adanya koordinasi baik antara instansi dilingkungan Pemerintah Daerah, maupun antara Pemerintah Daerah dengan pihak swasta, sehingga tercapai keseimbangan antara pembangunan fisik kota (pembangunan kota) dengan pembangunan ekonomi (kegiatan usaha) yang bermanfaat bagi masyarakat yang wewenang pengaturannya berada pada Gubernur. Kewenangan dimaksud antara lain meliputi pengaturan perencanaan, perizinan, pembangunan serta pengawasan dan pengendalian perpasaran swasta.

Dengan demikian pengawasan dan pengendalian perpasaran swasta akan dapat terselenggara dengan seksama, baik sebagai sarana kesempatan kerja maupun pemerataan kesempatan berusaha.

**II. PENJELASAN PASAL DEMI PASAL**

Pasal 1 angka 1 : Cukup jelas

angka 2 : Cukup jelas

angka 3 : Cukup jelas

angka 4 : Cukup jelas

angka 5 : Cukup jelas

angka 6 : Cukup jelas

angka 7 : Cukup jelas

angka 8 : Cukup jelas  
angka 9 : Termasuk pengertian toko dalam pasal ini antara lain Rumah Toko (Ruko).  
angka 10 : Contoh pertokoan dalam pasal ini antara lain Pertokoan Pasar Baru.  
angka 11 : Contoh pusat pertokoan dalam pasal ini antara lain Pusat Pertokoan Glodok.  
angka 12 : Cukup jelas  
angka 13 : Cukup jelas  
angka 14 : Yang dimaksud dengan lingkungan pemukiman dalam pasal ini dapat mencakup satu kelurahan, beberapa kelurahan atau satu kecamatan, contohnya Pasar Duren Sawit, Pasar Cipinang Besar.  
angka 15 : Cukup jelas angka 16 : Cukup jelas  
angka 17 : Cukup jelas  
angka 18 : Contoh pusat perdagangan dalam pasal ini antara lain Pasar Pagi Mangga Dua.  
angka 19 : Cukup jelas  
angka 20 : Cukup jelas  
angka 21 : Cukup jelas  
angka 22 : Cukup jelas  
angka 23 : Cukup jelas  
angka 24 : Cukup jelas  
angka 25 : Cukup jelas  
angka 26 : Cukup jelas  
angka 27 : Cukup jelas  
angka 28 : Yang dimaksud dengan fasilitas gedung lainnya dalam pasal ini adalah kantor pengelola, lift, escalator/ tangga, kamar mandi umum, parkir, genset, ruang mekanikal dan elektrik, dan tempat ibadah.  
Pasal 2 : Cukup jelas  
Pasal 3 : Cukup jelas  
Pasal 4 : Cukup jelas  
Pasal 5 : Cukup jelas  
Pasal 6 : Cukup jelas  
Pasal 7 : Cukup jelas  
Pasal 8 : Cukup jelas  
Pasal 9 : Yang dimaksud dengan sembilan bahan pokok meliputi beras, tepung terigu, gula pasir, sabun, minyak goreng, ikan, telur, daging dan garam.  
Pasal 10 : Yang dimaksud dengan :  
- Jalan Lingkungan adalah jalan-jalan yang berada dilingkungan permukiman.  
- Jalan Kolektor adalah jalan-jalan yang menampung dari jalan-jalan lingkungan dan jalan sekitarnya.  
- Jalan Arteri adalah jalan-jalan utama yang menghubungkan pusat-pusat kegiatan.  
Pasal 11 : Cukup jelas  
Pasal 12 : Cukup jelas  
Pasal 13 ayat (1) huruf a : Untuk kegiatan mini swalayan/ toko/ waralaba yang diselenggarakan oleh satu badan usaha yang mempunyai kegiatan usaha di beberapa lokasi dan mempunyai luasan secara kumulatif 200 s/d 500 m<sup>2</sup> wajib menyediakan tempat usaha bagi usaha kecil dan atau usaha informal/

pedagang kakilima sebesar 10% dari jumlah luas efektif bangunannya dan tidak dapat diganti dalam bentuk lain.

huruf b : Untuk kegiatan mini swalayan/ toko/

waralaba yang diselenggarakan oleh satu badan usaha yang mempunyai kegiatan usaha di beberapa lokasi dan mempunyai luasan secara kumulatif lebih besar dari 500 m<sup>2</sup> wajib menyediakan tempat usaha bagi usaha kecil dan atau usaha informal/ pedagang kakilima sebesar 20% dari jumlah luas efektif bangunannya dan tidak dapat diganti dalam bentuk lain.

huruf c : Penyediaan ruang tempat usaha bagi

usaha golongan skala kecil/ pedagang kakilima, penetapan lokasinya harus memenuhi kelayakan usaha dan sesuai dengan jenis barang dagangannya. Ayat (2)

: Cukup jelas

Pasal 14 : Cukup jelas

Pasal 15 : Cukup jelas

Pasal 16 : Cukup jelas

Pasal 17 ayat (1) : Cukup jelas

ayat (2) : Pada waktu menyerahkan lampiran

persyaratan berupa foto copy, wajib menunjukkan asli dari masing-masing foto copy yang dimaksud.

Pasal 18 : Cukup jelas

Pasal 19 : Cukup jelas

Pasal 20 : Cukup jelas

Pasal 21 : Cukup jelas

Pasal 22 : Ketentuan pidana sebagaimana diatur

dalam pasal ini mengacu kepada ketentuan dalam Pasal 71 Undang-undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah.

Pasal 23 : Cukup jelas

Pasal 24 : Cukup jelas

Pasal 25 : Cukup jelas

Pasal 26 : Cukup jelas

Pasal 27 : Cukup jelas