

NASKAH AKADEMIK

RANCANGAN

PERATURAN DAERAH KABUPATEN NGANJUK

TENTANG PENYELENGGARAAN PUSAT

PERBELANJAAN DAN TOKO SWALAYAN



Disusun oleh:
Tim Konsultan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah
Kabupaten Nganjuk

DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH
KABUPATEN NGANJUK
BADAN PEMBENTUKAN PERATURAN DAERAH
2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan Laporan kegiatan Penyusunan Naskah Akademik (NA) Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.

Keberadaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan merupakan perwujudan hak masyarakat dalam berusaha di sektor perdagangan yang perlu diberi kesempatan untuk mengembangkan usahanya guna meningkatkan perekonomian daerah terutama di Kabupaten Nganjuk. Kebijakan perizinan berusaha Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan kemampuan dan daya saing para pedagang, baik dengan skala modal besar maupun skala menengah dengan tetap memberikan perlindungan bagi Pasar Rakyat dan pelaku bisnis eceran (ritel) tradisional yang ada di Daerah. Guna menyikapi pesatnya perkembangan usaha Toko Swalayan dan mengantisipasi munculnya pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan baru, maka diperlukan pengaturan mengenai penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di Daerah agar terjadi sinergi dengan UMKM, Koperasi dan Pasar Rakyat.

Berdasarkan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Daerah memiliki kewenangan melakukan pengaturan tentang pengembangan, penataan dan pembinaan yang setara dan berkeadilan terhadap Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan, Toko Swalayan, dan perkulakan untuk menciptakan kepastian berusaha dan hubungan kerja sama yang seimbang antara pemasok dan pengecer dengan tetap memperhatikan keberpihakan kepada usaha mikro, kecil dan menengah

Pengaturan Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di Kabupaten Nganjuk diatur dengan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 7 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan. Dalam perkembangannya terdapat perubahan pengaturan kewenangan melakukan pengaturan ttg pengembangan, penataan dan pembinaan yang setara dan berkeadilan terhadap Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan, Toko Swalayan, dan Perkulakan, sehingga beberapa materi dalam Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 7 Tahun 2019 tersebut terdapat inkonsistensi dengan peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi, oleh karena itu Peraturan Daerah ini dipandang perlu dilakukan perbaikan dan penyesuaian. Penyesuaian ini perlu dilakukan dalam rangka sinkronisasi dan penyelarasan dengan peraturan perundang-undangan.

Selanjutnya guna terwujudnya Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Pusat Perdagangan dan Toko Swalayan yang baik sesuai dengan ketentuan pembentukan peraturan perundang-undangan, maka dilakukan kajian akademis berupa naskah akademik. Kajian akademis ini dilaksanakan dalam rangka untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam secara yuridis terhadap permasalahan yang terkait dengan penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di Pemerintah Kabupaten Nganjuk.

Atas selesainya penyusunan naskah akademik ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyiapan sampai selesainya laporan pelaksanaan kegiatan penyusunan naskah akademis ini.

Laporan ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu kami akan menerima dengan tangan terbuka kritik dan saran guna perbaikannya. Akhirnya kami berharap semoga hasil kajian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya.

Nganjuk, April 2024

Tim Penyusun

DAFTAR ISI

1) Halaman

a. Halaman Judul	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	iii
BAB I : PENDAHULUAN	I-1
A. Latar Belakang	I-1
B. Identifikasi Masalah	I-9
C. Maksud, Tujuan dan Target Penelitian	I-9
D. Kegunaan	I-10
D. Metode Penelitian	I-11
BAB II : KAJIAN TEORETIS DAN PRAKTIS EMPIRIS	II-1
A. Kajian Teoretis	II-1
1. Pengertian dan Asas Pemerintahan Daerah	II-1
2. Tinjauan tentang Pasar Tradisional/Rakyat dan Pasar Modern	II-3
3. Struktur Pasar	II-10
4. Tinjauan tentang Keuntungan	II-14
5. Permasalahan Yang Dihadapi Pasar Tradisional/Rakyat	II-23
6. Tinjauan tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	II-31
7. Peran dan Campur Tangan Pemerintah	II-36
8. Penguatan Usaha Kecil dan Mikro	II-41
9. Kewenangan Pemerintahan Daerah di Bidang Perdagangan	II-43
10. Tinjauan tentang Kemitraan	II-49
B. Kajian Terhadap Asas Terkait Dengan Penyusunan Norma	II-62
C. Kajian terhadap Praktek Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dan Permasalahan Yang dihadapi Masyarakat	II-68
1. Gambaran Umum Wilayah Kabupaten Nganjuk	II-68

2. Gambaran sektor Perdagangan dan Industri di Kabupaten Nganjuk	II-71
3. Sarana Distribusi Barang/Jasa (Perdagangan) di Kabupaten Nganjuk	II-83
4. Permasalahan Yang Dihadapi dalam Penyelenggaraan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Swalayan	II-89
D. Kajian terhadap Implikasi Penerapan Sistem Baru terhadap Aspek Kehidupan Masyarakat dan Dampaknya Terhadap Beban Keuangan Daerah.....	II-92
BAB III : EVALUASI DAN ANALISIS PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN TERKAIT	III-1
BAB IV : LANDASAN FILOSOFIS, SOSIOLOGIS DAN YURIDIS	IV-1
A. Landasan Filosofis	IV-1
B. Landasan Yuridis	IV-8
C. Landasan Sosiologis	IV-14
BAB V : JANGKAUAN, ARAH PENGATURAN DAN RUANG LINGKUP MATERI MUATAN PERATURAN DAERAH	V-1
A. Jangkauan dan Arah Pengaturan	V-1
B. Ketentuan Umum	V-2
C. Materi Yang Akan Diatur	V-6
D. Ketentuan Sanksi	V-24
E. Ketentuan Peralihan	V-24
F. Ketentuan Penutup	V-25
BAB VI : PENUTUP	VI-1
A. Kesimpulan	VI-1
B. Saran	VI-2

LAMPIRAN:

- A. Daftar Kepustakaan.
- B. Daftar Inventarisasi Peraturan Perundang-undangan.

C. Draft Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan toko modern di Indonesia, terutama pedagang pengecer telah merambah wilayah–wilayah pedesaan. Tidak sedikit wilayah pedesaan di Indonesia yang telah menjadi wilayah usaha menjanjikan bagi pedagang eceran modern. Realitas yang terjadi di wilayah pedesaan ini memiliki pola yang agak berbeda dengan kenyataan yang ada di wilayah perkotaan. Pada wilayah perkotaan, pilihan rasional konsumen dalam berbelanja di toko modern lebih dikarenakan faktor harga, kenyamanan tempat berbelanja dan jaminan atas kualitas barang yang dibeli, tetapi jika di pedesaan juga disebabkan oleh preferensi lainnya, terutama keinginan masyarakat turut merasakan dampak modernisasi.

Desentralisasi dan otonomi daerah telah mendorong daerah untuk lebih kreatif dan inovatif dalam membangun ekonomi daerahnya. Pemerintah pusat telah memberikan peluang keleluasaan kepada daerah untuk melakukan proses pembangunan sesuai dengan karakteristik dan kemampuan daerah termasuk pembangunan perekonomian daerah. Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan, Pasal 14 ayat (1) Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah sesuai dengan kewenangannya melakukan pengaturan tentang pengembangan, penataan dan pembinaan yang setara dan berkeadilan terhadap Pasar Rakyat, pusat perbelanjaan, toko swalayan, dan perkulaan untuk menciptakan kepastian berusaha dan hubungan kerjasama yang seimbang antara pemasok dan pengecer dengan tetap memperhatikan keberpihakan kepada koperasi serta usaha mikro, kecil dan menengah. Sedangkan ayat (2) Pengembangan, penataan, dan pembinaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan melalui pengaturan

perizinan, tata ruang, zonasi dengan memperhatikan jarak dan lokasi pendirian, kemitraan dan kerja sama usaha.

Keberadaan pasar rakyat memiliki peran yang strategis dalam kegiatan perekonomian rakyat karena berfungsi sebagai tempat transaksi jual beli kebutuhan pokok mayoritas penduduk, disamping itu juga merupakan salah satu indikator perkembangan dan pertumbuhan ekonomi di suatu daerah. Eksistensi keberadaan pasar rakyat perlu terus dilestarikan dan dikembangkan.

Perkembangan pembangunan dan modernisasi berpengaruh kepada sosial budaya masyarakat, salah satunya tumbuh dan berkembangnya pusat perbelanjaan dan toko-toko swalayan yang modern baik di perkotaan maupun di perdesaan. Dalam jangka waktu singkat, para pelaku usaha ritel modern dengan kemampuan kapital yang luar biasa memanjakan konsumen dengan berbagai hal positif terkait kenyamanan saat berbelanja, keamanan, kemudahan, variasi produk yang kian beragam, kualitas produk yang makin meningkat, dan harga yang makin murah karena adanya persaingan. Meskipun kontribusi pasar modern terhadap pertumbuhan industri ritel di Indonesia menguntungkan konsumen, namun demikian pertumbuhan ritel ternyata mendatangkan persoalan tersendiri yaitu para pelaku usaha kios-kios kecil/tradisional, pasar rakyat harus berkompetisi / bersaing dengan keberadaan pasar modern tersebut. Sementara modernisasi tidak dapat kita bendung, suka tidak suka kondisi ini terus berkembang sesuai jaman. Untuk itu keberadaan pasar modern perlu ditata dan dibina keberadaannya. Pemerintah Daerah dapat menata jumlah, jarak pendirian pusat perbelanjaan dan toko swalayan dengan keberadaan pasar rakyat. Serta membangun kemitraan dengan koperasi, UMKM, toko-toko tradisional, dan pasar rakyat supaya dapat bersinergi dan bersama-sama maju.

Realitas yang terjadi di wilayah pedesaan ini memiliki pola yang agak berbeda dengan kenyataan yang ada di wilayah perkotaan. Pada wilayah perkotaan, pilihan rasional konsumen dalam berbelanja di toko modern lebih dikarenakan faktor harga, kenyamanan tempat berbelanja dan jaminan atas

kualitas barang yang dibeli, tetapi di jika di pedesaan juga disebabkan oleh preferensi lainnya, terutama keinginan masyarakat turut merasakan dampak modernisasi. Berdasarkan uraian yang dikemukakan dapat dirumuskan beberapa masalah yang akan diteliti, yaitu Apakah prinsip hukum Pengaturan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern Dalam Mewujudkan Persaingan Usaha Yang Sehat (Hadi Sucipto, 2017: 498).

Bersadarkan beberapa pertimbangan dan permasalahan diatas, maka dipandang perlu Pemerintah Daerah Kabupaten Nganjuk untuk melakukan penataan dan pembinaan kepada pusat perbelanjaan dan toko swalayan yaitu dengan menyusun rancangan peraturan daerah Kabupaten Nganjuk tentang penataan dan pembinaan pusat perbelanjaan dan toko swalayan di Kabupaten Nganjuk.

Secara umum sektor perdagangan di berbagai daerah memiliki kontribusi pada Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) yang signifikan. Pertumbuhan sektor Perdagangan di Kabupaten Nganjuk pun dari waktu ke waktu pun relatif tinggi dibandingkan dengan total PDRB. Hal ini berarti dari segi pertumbuhan, sektor perdagangan ini berada diatas rata-rata sektor ekonomi lainnya di Kabupaten Nganjuk.

Sarana prasarana pendukung kegiatan perdagangan di Kabupaten Nganjuk terutama fasilitas pasar relatif cukup tersedia dengan baik. Sarana pasar selain berfungsi untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat baik masyarakat pedagang maupun masyarakat konsumen dalam melakukan transaksi perdagangan mereka, juga menjadi salah satu sumber penting bagi Pendapatan Asli Daerah.

Keberadaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan merupakan perwujudan hak masyarakat dalam berusaha di sektor perdagangan yang perlu diberi kesempatan untuk mengembangkan usahanya guna meningkatkan perekonomian daerah terutama di Kabupaten Nganjuk. Kebijakan perizinan berusaha Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan kemampuan dan daya saing para pedagang, baik dengan skala

modal besar maupun skala menengah dengan tetap memberikan perlindungan bagi Pasar Rakyat dan pelaku bisnis eceran (ritel) tradisional yang ada di Daerah. Guna menyikapi pesatnya perkembangan usaha Toko Swalayan dan mengantisipasi munculnya pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan baru, maka diperlukan pengaturan mengenai penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di Daerah agar terjadi sinergi dengan UMKM, Koperasi dan Pasar Rakyat.

Berdasarkan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Daerah memiliki kewenangan melakukan pengaturan tentang pengembangan, penataan dan pembinaan yang setara dan berkeadilan terhadap Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan, Toko Swalayan, dan perkulakan untuk menciptakan kepastian berusaha dan hubungan kerja sama yang seimbang antara pemasok dan pengecer dengan tetap memperhatikan keberpihakan kepada usaha mikro, kecil dan menengah.

Pengaturan Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di Kabupaten Nganjuk diatur dengan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 7 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.

Saat ini, terkait pengaturan mengenai Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di Kabupaten Nganjuk diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 7 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan. Peraturan Daerah ini belum mengakomodasi perkembangan peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi mengenai pengembangan, penataan dan pembinaan yang setara dan berkeadilan terhadap Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan, Toko Swalayan, dan perkulakan untuk menciptakan kepastian berusaha dan hubungan kerja sama yang seimbang antara pemasok dan pengecer dengan tetap memperhatikan keberpihakan

kepada usaha mikro, kecil dan menengah. Di samping itu Peraturan Daerah tersebut, juga tidak sesuai dengan dinamika dan kebutuhan hukum masyarakat di daerah terkait Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.

Sejak diberlakukannya Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk No 7 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan hingga saat telah terjadi pembaharuan baik dengan perubahan atau penggantian peraturan perundang-undangan yang dijadikan dasar hukum pembentukan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk No 7 Tahun 2019 tersebut. Peraturan perundang-undangan dimaksud antara lain:

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, yang kemudian pada tahun 2022 dicabut dan dinyatakan tidak berlaku PERPU Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja, dan akhirnya pada tahun 2023 ditetapkan menjadi undang-undang dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan PERPU Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang. Undang-Undang ini mengubah beberapa ketentuan dalam beberapa undang-undang antara lain:
 - a. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMK-M);
 - b. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan;
 - c. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah yang diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015;
2. Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Perizinan Berusaha Berbasis Risiko yang mencabut dan menyatakan tidak berlakunya Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, Pemberdayaan Koperasi dan UMK-M;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan yang mencabut dan menyatakan tidak berlakunya antara lain

Perpres Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern;

5. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 21 Tahun 2021 tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan yang mencabut dan menyatakan tidak berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 2 Tahun 2019 tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan yang mencabut dan menyatakan tidak berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 42/M-DAG/PER/10/2010 tentang Pengelolaan Kegiatan Pembangunan dan Pengembangan Sarana Distribusi melalui Dana Tugas Pembantuan, dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 37/M-DAG/PER/5/2017 tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan beserta Perubahannya;
6. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan sebagaimana diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan; yang mencabut dan menyatakan tidak berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70/M.DAG/per/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 56/M-DAG/PER/9/2014 .

Perubahan pengaturan kewenangan melakukan pengembangan, penataan dan pembinaan yang setara dan berkeadilan terhadap Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan, Toko Swalayan, dan Perkulakan tersebut di atas berimplikasi beberapa materi dalam Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk No 7 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan terdapat inkonsistensi (bertentangan) dengan peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi.

Beberapa materi dalam Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk No 7 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan yang inkonsistensi dan/atau bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi antara lain, menyangkut:

- a. beberapa pengertian;
- b. pendirian: lokasi, (zonasi lokasi) pendirian dengan kondisi sosial ekonomi masyarakat setempat serta keberadaan Pasar Rakyat dan UMK-M yang ada di zona atau area atau wilayah setempat; pemanfaatan ruang dalam rangka menjaga keseimbangan antara jumlah Pasar Rakyat dengan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan; jarak antara Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dengan Pasar Rakyat atau Toko eceran tradisional; dan standar teknis penataan ruang untuk Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- c. Perizinan: izin lokasi dan izin usaha;
- d. Jam operasional kerja;
- e. pola kemitraan;
- f. kewajiban pengelola Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dalam penyediaan lokasi usaha dan/atau menawarkan produk UMK-M;
- g. pengembangan kemitraan, melalui penyediaan fasilitasi: pelatihan, konsultasi, pasokan barang, permodalan, dan/atau bentuk bantuan lainnya.
- h. kewajiban untuk mewaralabakan setiap gerai Toko Swalayan yang ditambahkan (lebih 150 gerai) atau melakukan usaha patungan (*joint venture*) atau bagi hasil dengan UMK-M

Di samping itu beberapa materi terkait distribusi barang belum diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk No 7 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan antara lain sistem distribusi barang yang diperdagangkan di dalam negeri yang dapat dilakukan:

1. secara tidak langsung; a) Distributor dan jaringannya; b) Agen dan jaringannya; atau c) waralaba;

2. secara langsung: a) secara *Single Level*; atau b) Penjualan Langsung secara *Multi Level*,
kepada konsumen.

Perubahan pengaturan kewenangan melakukan pengaturan tentang pengembangan, penataan dan pembinaan yang setara dan berkeadilan terhadap Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan tersebut di atas, berimplikasi beberapa materi dalam Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 7 Tahun 2019 tersebut terdapat inkonsistensi dengan peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi. Selanjutnya untuk meningkatkan kepastian berusaha dan tertib usaha, menjaga iklim investasi dalam dunia usaha, serta menyesuaikan dengan perkembangan hukum dan kebutuhan masyarakat Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 7 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan ini perlu dilakukan perbaikan dan penyesuaian dengan sinkronisasi dan penyelarasan dengan peraturan perundang-undangan.

Oleh karena, perlu ada penyesuaian kebijakan daerah (Perda) terkait dengan Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dengan perkembangan peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi, dinamika dan kebutuhan hukum masyarakat di daerah. Mengingat materi yang perlu disesuaikan lebih dari 50%, maka pilihannya adalah dengan membentuk Peraturan Daerah baru yang mencabut Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 7 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.

Berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud di atas, maka Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Nganjuk sesuai tugas dan fungsinya menginisiasi pembentukan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan. Selanjutnya sesuai dengan kaidah dalam pembentukan peraturan perundang-undangan, untuk mewujudkan Peraturan Daerah yang baik diperlukan adanya Naskah Akademik. Untuk kepentingan itulah penyusunan Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan ini dilakukan

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka perumusan masalah dalam penyusunan naskah akademik ini adalah:

1. Permasalahan apa yang dihadapi oleh Kabupaten Nganjuk berkaitan dengan penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan serta bagaimana permasalahan tersebut dapat diatasi?
2. Hal-hal apakah yang menjadi dasar pertimbangan perlu diaturnya penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dalam Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk?
3. Apa yang menjadi tujuan dari disusunnya Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan?
4. Apa yang menjadi pertimbangan atau landasan filosofis, sosiologis dan yuridis Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk tentang penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan?
5. Apa sasaran yang akan diwujudkan, ruang lingkup pengaturan, jangkauan dan arah pengaturan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk tentang penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan?

C. Maksud, Tujuan dan Target Penelitian

1. Maksud Kegiatan

Kegiatan penyusunan Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi dan menginventarisasi beberapa permasalahan yang ada terkait dengan Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di Kabupaten Nganjuk.

2. Tujuan Kegiatan

Tujuan yang diharapkan dari kegiatan Penyusunan Naskah Akademis Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan adalah sebagai berikut.

- a. Untuk menyiapkan rumusan konsep Rancangan Peraturan Daerah yang komprehensif dan dapat dipertanggungjawabkan secara filosofis, yuridis dan sosiologis, sehingga peraturan daerah yang akan diberlakukan dapat efektif dan efisien serta dapat diterima masyarakat.
- b. Menghasilkan dokumen Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan yang aspiratif dan partisipatif.

3. Target Kegiatan

Target dari kegiatan Penyusunan Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan adalah sebagai berikut:

- a. tersusunnya Naskah Akademik Raperda Kabupaten Nganjuk tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan; dan
- b. sebagai tindak lanjut dari Rencana Pembentukan Peraturan Daerah yang telah ditetapkan dalam Program Pembentukan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk tahun 2024.

D. Kegunaan

Kegunaan dari kegiatan Penyusunan Naskah Akademis Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan adalah sebagai dokumen resmi yang menyatu dengan konsep Rancangan Peraturan Daerah terkait. Selanjutnya dokumen naskah akademik tersebut akan dibahas bersama dengan Pemerintah Daerah terutama Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang

perdagangan beserta perangkat daerah lain terkait sesuai prioritas Program Pembentukan Peraturan Daerah (Propemperda).

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif yaitu berusaha memaparkan secara jelas permasalahan ilmiah yang berkaitan dengan pengaturan Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di Kabupaten Nganjuk.

2. Metode Pendekatan

Pada umumnya metode penelitian pada pembuatan naskah akademik ini menggunakan pendekatan yuridis normatif yang utamanya menggunakan data sekunder yang dianalisis secara kualitatif. Namun demikian data primer juga sangat diperlukan sebagai penunjang dan untuk mengkonfirmasi data sekunder. Langkah-langkah strategis yang dilakukan meliputi:

- a. menganalisa berbagai peraturan perundang-undangan (*tinjauan legislasi*) yang berkaitan dengan Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan;
- b. Melakukan tinjauan akademis melalui diskusi dengan anggota Tim ahli, dan melaksanakan pertemuan-pertemuan untuk mendapatkan masukan dari masyarakat dan pejabat terkait;
- c. Merumuskan dan mengkaji persoalan krusial dalam penyusunan Rancangan Peraturan Daerah sehingga memperoleh kesepahaman diantara *stakeholder* yang kepentingannya terkait dengan substansi pengaturan Rancangan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan;
- d. Menganalisis data, informasi dan aspirasi yang berkembang dari berbagai instansi/lembaga terkait dan tokoh-tokoh masyarakat (*tinjauan teknis*), dan

seluruh pihak yang berkepentingan dengan Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di Kabupaten Nganjuk.

- e. Merumuskan dan menyusun dalam bentuk deskriptif analisis serta menuangkannya dalam Naskah Akademis Rancangan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.

3. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) jenis, yaitu:

- a. Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber pertama. Terkait dengan problematika penelitian, maka data primer diperoleh dari pejabat pada perangkat daerah yang terkait dengan Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di Kabupaten Nganjuk;
- b. Data sekunder yaitu data digunakan untuk mendukung dan melengkapi data primer yang berhubungan dengan masalah penelitian. Menurut Soerjono Soekanto data sekunder digunakan dalam penelitian meliputi tiga bahan hukum yaitu:

1) Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer ialah bahan hukum yang menjadi dasar pedoman penelitian. Adapun yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- b) Undang-Undang No 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang;
- c) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- d) Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-

- Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang;
- e) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang;
 - f) Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang;
 - g) Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang;
 - h) Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang;
 - i) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang;

- j) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba;
- k) Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko;
- l) Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;
- m) Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan;
- n) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan Dan Toko Swalayan sebagaimana diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, Dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan Dan Toko Swalayan;
- o) Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 2 Tahun 2021 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Nganjuk Tahun 2021-2041;
- p) Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan Dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Nganjuk sebagaimana diubah dengan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 8 Tahun 2020 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan Dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Nganjuk; dan
- q) peraturan terkait dengan perdagangan di tingkat daerah.

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer. Adapun yang digunakan dalam penelitian ini adalah jurnal, literatur, buku, internet, laporan penelitian

dan sebagainya berkaitan dengan Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.

3) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yakni bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder (Soerjono Soekanto, 1986: 52). Bahan hukum tersier seperti Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kamus Hukum, Kamus, dan Ensiklopedi.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui 4 (empat) cara sebagai berikut:

a. Studi kepustakaan,

Studi kepustakaan yaitu suatu bentuk pengumpulan data dengan cara membaca buku literatur, hasil penelitian terdahulu, dan membaca dokumen, peraturan perundang-undangan, Peraturan Daerah yang berhubungan dengan obyek penelitian.

b. Wawancara

Wawancara merupakan proses tanya-jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan antara dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan yang disampaikan (Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, 2004: 83).

c. *Focus Group Discussion* (FGD)

FGD diselenggarakan untuk merumuskan dan menyelesaikan persoalan-persoalan krusial dalam penyusunan peraturan perundang-undangan sehingga memperoleh kesepahaman di antara *stakeholder* yang ada.

d. *Public Hearing*

Public Hearing dilakukan untuk menyerap sebanyak-banyaknya masukan dari masyarakat dengan mendengarkan pendapat mereka.

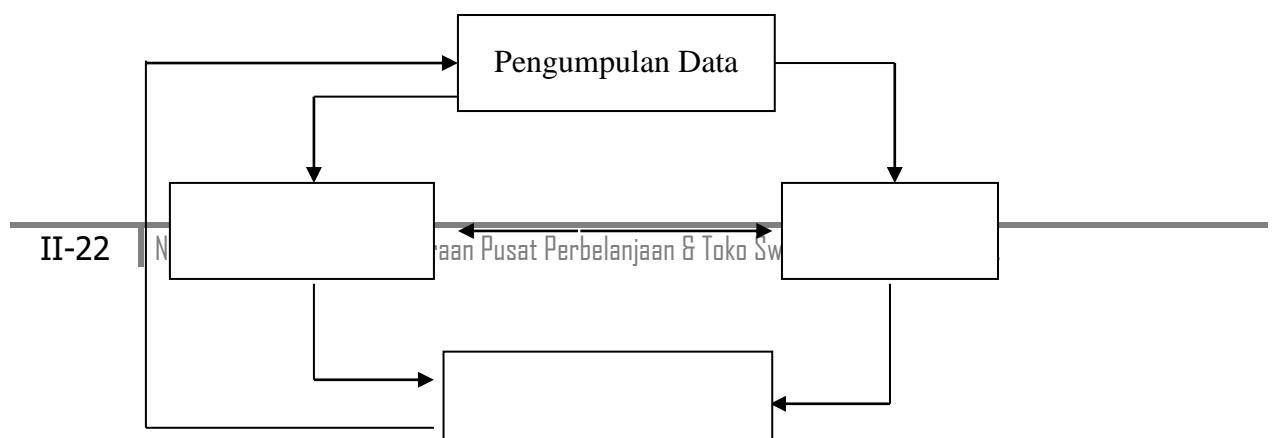
5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengumpulkan dan mengolah data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar, sehingga dengan analisis data akan menguraikan dan memecahkan masalah yang diteliti berdasarkan data yang diperoleh. Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis kualitatif.

Model analisis kualitatif digunakan model analisis interaktif, yaitu model analisis yang memerlukan tiga komponen berupa reduksi data, sajian data, serta penarikan kesimpulan/verifikasi dengan menggunakan proses siklus (H.B. Sutopo, 1998: 48). Dalam menggunakan analisis kualitatif, maka interpretasi terhadap apa yang ditentukan dan merumuskan kesimpulan akhir digunakan logika atau penalaran sistematis. Ada tiga komponen pokok dalam tahapan analisa data, yaitu:

- Data Reduction* merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan dan abstraksi data kasar yang ada dalam *field note*. Reduksi data dilakukan selama penelitian berlangsung, hasilnya data dapat disederhanakan dan ditransformasikan melalui seleksi, ringkasan serta penggolongan dalam suatu pola.
- Data Display* adalah paduan organisasi informasi yang memungkinkan kesimpulan riset yang dilakukan, sehingga peneliti akan mudah memahami apa yang terjadi dan harus dilakukan.
- Conclusion Drawing* adalah berawal dari pengumpulan data peneliti harus mengerti apa arti dari hal-hal yang ditelitinya, dengan cara pencatatan peraturan, pola-pola, pernyataan konfigurasi yang mapan dan arahan sebab akibat, sehingga memudahkan dalam pengambilan kesimpulan.

Tiga komponen analisis data di atas membentuk interaksi dengan proses pengumpulan yang berbentuk siklus (Diagram *flow*) (HB Sutopo, 1998: 37).



Gambar I.1: Siklus Analisis Data

Dalam menguji validitas data peneliti menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan validitas data yang memanfaatkan sesuatu yang berada di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data yang sama dari sumber yang lain. Triangulasi dapat dicapai dengan jalan membandingkan data hasil wawancara dengan isi suatu dokumen (Lexi J. Moleong, 2005: 330-331).

BAB II

KAJIAN TEORETIS DAN PRAKTIK EMPIRIS

B. Kajian Teoretis

1. Pengertian dan Asas Umum Pemerintahan Daerah

Negara Indonesia adalah negara kesatuan yang terbagi dalam bagian-bagian pemerintahan daerah, baik provinsi, kabupaten maupun kota. Pemerintahan daerah ini mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan menurut asas otonomi dan tugas pembantuan. Hal ini sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 18, 18A dan 18B UUD 1945. Ketentuan dalam Pasal-Pasal tersebut merupakan dasar mengenai pemerintahan daerah yang memuat pokok-pokok pikiran sebagai berikut :

- a) Daerah Indonesia akan dibagi atas dasar besar dan kecil yang akan diatur dengan undang-undang;
- b) Pengaturan tersebut harus memandang dan mengingat dasar permusyawaratan dalam sistem pemerintahan negara serta hak-hak asal-usul dalam daerah yang bersifat istimewa (Bagir Manan. 2002, Hal: 2-3).

Menurut Penjelasan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-undang Nomor 9 Tahun 2015, terdapat beberapa prinsip pemberian otonomi daerah yang dipakai sebagai pedoman dalam pembentukan dan penyelenggaraan daerah otonom yaitu :

- 1) Penyelenggaraan aspek demokrasi, keadilan, pemerataan serta potensi dan keanekaragaman Daerah;
- 2) Pelaksanaan otonomi daerah didasarkan pada otonomi luas, nyata dan bertanggung jawab;
- 3) Pelaksanaan otonomi daerah yang luas dan utuh diletakkan pada Daerah kabupaten dan Daerah Kota, sedangkan Daerah Propinsi merupakan otonomi yang terbatas;

- 4) Pelaksanaan otonomi daerah harus sesuai dengan konstitusi negara terjamin hubungan yang serasi antara Pusat dan Daerah serta antar Daerah;
- 5) Pelaksanaan otonomi daerah harus lebih meningkatkan kemandirian Daerah Otonom.

Menurut ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-undang Nomor 9 Tahun 2015, dikenal 3 (tiga) asas penyelenggaraan pemerintahan di daerah, yaitu asas desentralisasi, dekonsentrasi, dan asas tugas pembantuan. Asas-asas Desentralisasi adalah penyerahan wewenang pemerintahan oleh Pemerintah kepada daerah otonom dalam rangka Negara Kesatuan Republik Indonesia. Asas Dekonsentrasi adalah pelimpahan wewenang dari Pemerintah kepada Gubernur sebagai wakil pemerintah dan/atau perangkat pusat di daerah, sedangkan asas Tugas Pembantuan adalah penugasan dari pemerintah kepada daerah dan desa, dan dari daerah ke desa untuk melaksanakan tugas tertentu yang disertai dengan pembiayaan, saran dan prasarana serta sumber daya manusia dengan kewajiban melaporkan pelaksanaannya dan mempertanggungjawabkannya kepada yang menugaskannya.

Selanjutnya, berdasarkan Penjelasan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 terdapat beberapa prinsip pemberian otonomi daerah yang dipakai sebagai pedoman dalam pembentukan dan penyelenggaraan daerah otonom yaitu:

- a. Penyelenggaraan aspek demokrasi, keadilan, pemerataan serta potensi dan keanekaragaman Daerah;
- b. Pelaksanaan otonomi daerah didasarkan pada otonomi luas, nyata dan bertanggung jawab;
- c. Pelaksanaan otonomi daerah yang luas dan utuh diletakkan pada Daerah kabupaten dan Daerah Kota, sedangkan Daerah Propinsi merupakan otonomi yang terbatas;
- d. Pelaksanaan otonomi daerah harus sesuai dengan konstitusi negara terjamin hubungan yang serasi antara Pusat dan Daerah serta antar Daerah;
- e. Pelaksanaan otonomi daerah harus lebih meningkatkan kemandirian Daerah Otonom.

2. Tinjauan Tentang Tradisional/Rakyat dan Pasar Modern

a. Pasar Tradisional/Rakyat

Menurut Bilas 1971: 4 (Soeranto, 2003) mengemukakan bahwa pasar adalah tempat di mana pembeli dan penjual berkumpul untuk membeli dan menjual sumber daya mereka dan barang dan pelayanan. Sedangkan menurut Permendagri Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013. Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai Pusat Perbelanjaan, Pasar Tradisional, Pertokoan, Mall, Plasa, Pusat Perdagangan maupun sebutan lainnya.

Toko menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah kedai berupa bangunan permanen tempat menjual barang-barang (makanan kecil dsb). Toko tradisional merupakan tempat usaha milik keluarga dengan skala kecil, tempat yang tidak terlalu luas, modal kecil, yang menjual barang tidak begitu banyak jenisnya namun hampir sama jenisnya dengan barang yang dijual di toko modern, tapi cenderung menjual barang-barang lokal saja, jarang ditemui barang impor, sistem manajemen yang sederhana dan pelayanan seadanya. Toko tradisional diantaranya yaitu warung rumah tangga, warung kios, yang berada di luar area pasar tradisional.

Barang yang dijual di toko tradisional hampir sama dengan barang yang dijual di toko modern, dari segi kualitas barang yang dijual pun relatif sama terjaminnya. Secara kuantitas toko tradisional mempunyai persediaan barang yang sedikit sesuai dengan modal yang dimiliki pemilik toko atau permintaan dari konsumen.

Dari segi harga, barang di toko tradisional tidak ada label harga yang pasti karena disesuaikan dengan keuntungan yang diinginkan oleh setiap pemilik toko masing-masing.

Pasar tradisional menurut Permendagri Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 Tentang Pedoman Penataan Dan Pembinaan Pasar

Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern, adalah pasar yang dibangun dan dikelola Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerja sama dengan swasta dengan tempat usaha berupa Toko, Kios, Los, dan Tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.

Umumnya pasar tradisional tersebut terdapat di pinggiran perkotaan/jalan atau lingkungan perumahan. Pasar tradisional diantaranya yaitu toko/warung rumah tangga, warung kios, pedagang kaki lima dan sebagainya. Barang yang dijual disini hampir sama seperti barang-barang yang di jual di pasar modern dengan variasi jenis yang beragam. Tetapi pasar tradisional cenderung menjual barang-barang lokal saja dan jarang ditemui barang impor. Karena barang yang dijual dalam pasar tradisional cenderung sama dengan pasar modern, maka barang yang dijual pun mempunyai kualitas yang relatif sama terjaminnya dengan barang-barang di pasar modern. Secara kuantitas, pasar tradisional umumnya mempunyai persediaan barang yang jumlahnya sedikit sesuai dengan modal yang dimiliki pemilik atau permintaan dari konsumen. Dari segi harga, pasar tradisional tidak memiliki label harga yang pasti karena harga disesuaikan dengan besarnya keuntungan yang diinginkan oleh setiap pemilik usaha sendiri-sendiri. Selain itu, harga pasar selalu berubah-ubah, sehingga bila menggunakan label harga lebih repot karena harus mengganti-ganti label harga sesuai dengan perubahan harga yang ada dipasar.

b. Pasar Modern

Sinaga (2006) mengatakan bahwa pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas

menengah ke atas). Pasar modern antara lain *mall*, *supermarket*, *departemen store*, *shopping centre*, *waralaba*, toko mini swalayan, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya. Barang yang dijual disini memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang realtif lebih terjamin karena melalui penyeleksian dahulu secara ketat sehingga barang yang rijek/tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak.

Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan sesudah dikenakan pajak). Macam-macam pasar modern diantaranya (Kotler, 2000):

- 1) *Minimarket*, gerai yang menjual produk-produk eceran seperti warung kelontong dengan fasilitas pelayanan yang lebih modern. Luas ruang *minimarket* adalah antara 50m² sampai 200m².
- 2) *Convenience store*, gerai ini mirip dengan *minimarket* dalam hal produk yang dijual, tetapi berbeda dalam hal harga, jam buka, dan luas ruangan, dan lokasi. *Convenience store* ada yang dengan luas ruangan antara 200m² hingga 450m² dan berlokasi di tempat yang strategis, dengan harga yang lebih mahal dari harga *minimarket*.
- 3) *Special store*, merupakan toko yang memiliki persediaan lengkap sehingga konsumen tidak perlu pindah ke toko lain untuk membeli sesuatu harga yang bervariasi dari harga terjangkau hingga yang mahal.
- 4) *Factory outlet*, merupakan toko yang dimiliki perusahaan/pabrik yang menjual produk perusahaan tersebut, menghentikan perdagangan, membatalkan order dan kadang-kadang menjual barang kualitas nomor satu.

- 5) Distro (*Distribution Store*), jenis toko di Indonesia yang menjual pakaian dan aksesoris yang dititipkan oleh pembuat pakaian, atau diproduksi sendiri.
- 6) *Supermarket*, mempunyai luas 300-1100m² yang kecil sedang yang besar 1100-2300m².
- 7) Perkulakan atau gudang rabat: menjual produk dalam kuantitas besar kepada pembeli non-konsumen akhir untuk tujuan dijual kembali atau pemakain bisnis.
- 8) *Super store*, adalah toko serba ada yang memiliki variasi barang lebih lengkap dan luas yang lebih besar dari supermarket.
- 9) *Hypermarket*, luas ruangan di atas 500m².
- 10) Pusat belanja yang terdiri dua macam yaitu mall dan *trade center*.

Toko modern menurut Permendagri Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran dengan bentuk *Minimarket*, *Supermarket*, *Departemen Store*, *Hypermarket* ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Barang yang dijual disini memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan setelah dikenakan pajak). Pasar modern juga memberikan pelayanan yang baik dengan adanya pendingin udara, tempat parkir yang aman dan tempat yang bersih dan nyaman.

Dilihat dari bentuknya toko modern dapat dibagi menjadi *Minimarket*, *Supermarket*, *Departemen Store*, *Hypermarket* ataupun grosir yang

berbentuk perkulakan (Permendagri Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 Tentang Pedoman Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern).

- 1) *Minimarket* adalah sarana/tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan sehari-hari secara eceran dan langsung kepada konsumen akhir dengan cara swalayan.
- 2) *Supermarket* adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan Sembilan bahan pokok secara eceran dan langsung kepada konsumen dengan cara pelayanan sendiri.
- 3) *Departemen store* adalah sarana tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang secara eceran, barang konsumsi utamanya adalah produk sandang dengan perlengkapan dengan penataan barang berdasarkan jenis kelamin dan/atau usia konsumen yang luas lantai usahanya di atas 400m².
- 4) *Hypermarket* adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan Sembilan bahan pokok secara eceran dan langsung kepada konsumen yang didalamnya terdiri dari atas pasar swalayan, toko modern, dan toko seba ada, yang dilakukan secara tunggal dan/atau jasa yang terletak pada bangunan/ruangan yang berada dalam satu kesatuan wilayah/tempat.
- 5) Perkulakan atau grosir adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan pembelian berbagai macam barang dalam partai besar dari berbagai pihak dan menjual barang tersebut dalam partai besar sampai pada distributor dan/atau pedagang eceran.

Selanjutnya berdasarkan UU No 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan maupun UU No 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, istilah Pasar Tradisional berubah menjadi Pasar Rakyat sedangkan Toko Modern menjadi Toko Swalayan.

Batasan Toko Modern dalam hal luas lantai usahanya berdasarkan Perpres No 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern dibedakan sebagai berikut :

- a. *Minimarket*, kurang dari 400 m² (empat ratus meter per segi);
- b. *Supermarket*, 400 m² (empat ratus meter per segi) sampai dengan 5.000 m² (lima ribu meter per segi);
- c. *Hypermarket*, diatas 5.000 m² (lima ribu meter per segi);
- d. *Departemen store*, diatas 400 m² (empat ratus meter peresegi);
- e. *Perkulakan*, diatas 5.000 m² (lima ribu meter per segi)

Selanjutnya berdasarkan sistem penjualan dan jenis barang dagangannya Toko Modern dibedakan menjadi :

- a. *Minimarket, supermarket, dan hypermarket* menjual secara eceran langsung kepada konsumen barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya dengan cara pelayanan mandiri (swalayan).
- b. *Departemen store* menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk sandang dan perlengkapannya dengan penataan barang berdasarkan jenis kelamin dan/atau tingkat usia konsumen.
- c. *Grosir* yang berbentuk perkulakan menjual secara grosir barang konsumsi.

3. Struktur Pasar

Dalam teori ekonomi mikro struktur pasar dibagi dalam 4 macam bentuk, yaitu:

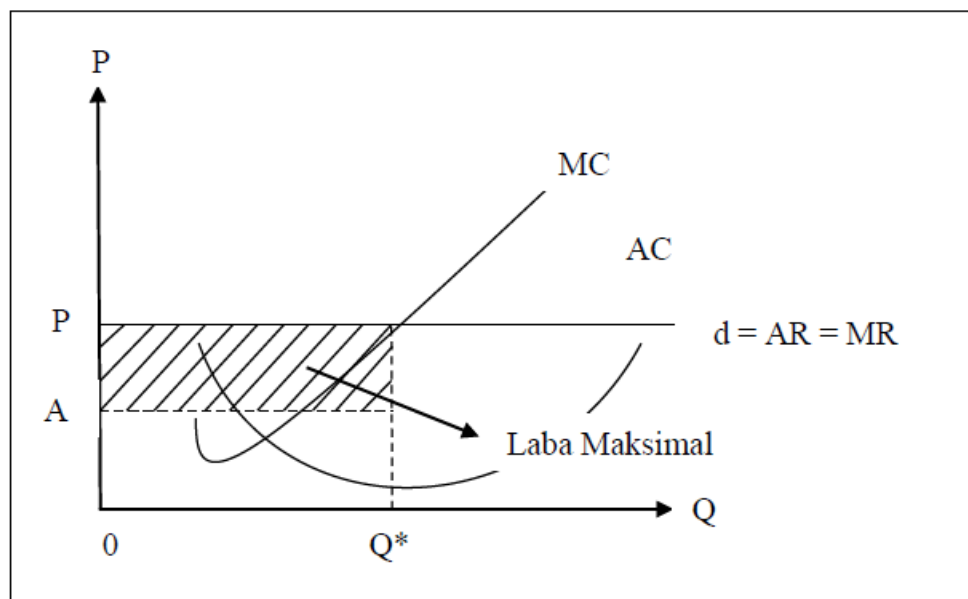
- a. Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna adalah salah satu struktur pasar yang ditandai oleh tidak adanya persaingan yang bersifat pribadi *rivalry* diantara perusahaan-perusahaan individu yang ada didalamnya (Sumarsono, 2007).

Suatu pasar dikatakan sebagai pasar persaingan sempurna atau *perfect competition* jika memenuhi syarat sebagai berikut :

- 1) Terdiri dari banyak penjual.
- 2) Terdiri dari banyak pembeli.
- 3) Kebebasan untuk membuka dan menutup perusahaan (*Free Entry and Free Exit*).
- 4) Barang yang diperjual-belikan bersifat homogen (sama).
- 5) Penjual dan pembeli mempunyai pengetahuan yang sempurna tentang keadaan pasar.
- 6) Mobilitas sumber-sumber ekonomi yang cukup sempurna.

Berdasarkan ciri-ciri di atas, dapat menggunakan analisis ekuilibrium atau keseimbangan produsen atau perusahaan dan pasar atau industri untuk mencapai keuntungan maksimum. Keuntungan didefinisikan sebagai perbedaan antara total biaya (TC) dan total penerimaan (TR), sehingga dapat ditulis . Dalam jangka pendek, syarat laba maksimal pasar persaingan sempurna $P = MC$ yang secara grafis ditentukan oleh bidang segiempat yang terletak antara harga (P) dengan biaya rata-rata total (AC).



Gambar 1. Kurva Keuntungan Maksimum Perusahaan Pasar Persaingan
Sempurna

b. Pasar Monopoli

Pasar monopoli adalah suatu model pasar dimana di pasar itu hanya ada satu penjual, output yang dihasilkan oleh produsen bersifat lain dari pada yang lain. Tidak mempunyai barang pengganti (substitusi) yang sangat ketat. Dan di pasar ada rintangan bagi produsen lain untuk memasukinya (*barriers to entry*) (Sumarsono, 2007).

Ciri-ciri pasar monopoli :

- 1) Hanya ada 1 penjual
- 2) Tidak ada penjual lain yang menjual output yang dapat mengganti secara baik output yang dijual oleh *monopolist*.
- 3) Adanya penghalang (baik alami maupun buatan) bagi perusahaan lain untuk memasuki pasar.

Hal-hal yang memungkinkan untuk timbulnya pasar monopoli pada umumnya adalah :

- 1) Produsen memiliki salah satu (beberapa) sumber daya yang penting dan kemudian ia merahasiakannya.
- 2) Perusahaan mempunyai hak paten untuk output yang ia hasilkan atau proses produksi yang ia selenggarakan.
- 3) Penetapan Pemerintah (tarif) yang maksudnya untuk menghalang-halangi masuknya barang-barang sejenis dari luar negeri.
- 4) Ukuran pasar begitu kecil untuk dilayani lebih dari satu perusahaan yang mengoperasikan skala perusahaan optimum.
- 5) Produsen melakukan kebijaksanaan limitasi harga yaitu penetapan harga sampai pada satu tingkat yang serendah mungkin dimaksudkan agar perusahaan-perusahaan baru tidak ikut memasuki pasar.

c. Persaingan Monopolistik

Pasar persaingan monopolistik adalah suatu pasar dimana terdapat banyak produsen yang menghasilkan barang yang berbeda corak (*differentiated product*) (Sumarsono, 2007).

Ciri-ciri pasar monopolistik :

- 1) Terdapat banyak penjual
- 2) Barangnya berbeda corak
- 3) Perusahaan mempunyai sedikit kekuasaan mempengaruhi harga
- 4) Masuk kedalam industry relatif mudah
- 5) Persaingan mendapatkan promosi penjualan sangat mudah

Pasar persaingan monopolistik merupakan peralihan dari pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli. Analisis keseimbangan pada pasar persaingan monopolistik sama dengan analisis pada pasar monopoli. Bedanya, permintaan yang dihadapi pasar monopoli adalah seluruh permintaan pasar, sedangkan yang dihadapi pasar persaingan monopolistik adalah sebagian dari permintaan pasar. Keuntungan maksimum pasar persaingan monopolistik $MR = MC$ akan terpenuhi pada tingkat produksi dan penjualan sebesar Q dan tingkat harga sebesar P . P lebih tinggi daripada MC dan juga AC tetapi tidak setinggi monopoli.

d. Oligopoli

Oligopoli suatu bentuk pasar yang ditandai oleh jumlah perusahaan sedikit, tiap oligopoli menetapkan kebijaksanaan sendiri, setiap terjadinya perubahan harga dan hasil yang ditetapkan oleh suatu perusahaan akan mempengaruhi penjualan dan laba saingan (Sumarsono, 2007).

Jenis-jenis pasar oligopoli :

- 1) Pasar oligopoli murni
- 2) Pasar oligopoli dengan pembedaan

Kebaikan pasar oligopoli :

- 1) Adanya efisiensi dalam menjalankan kegiatan produksi.

- 2) Persaingan diantara perusahaan akan memberikan keuntungan bagi konsumen dalam hal harga dan kualitas barang.

Kelemahan pasar oligopoli :

- 1) Dibutuhkan investasi dan modal yang besar untuk memasuki pasar karena adanya skala ekonomis yang telah diciptakan perusahaan sehingga sulit bagi pesaing baru untuk masuk ke pasar.
- 2) Apabila terhadap perusahaan yang memiliki hak paten atas sebuah produk, maka tidak memungkinkan bagi perusahaan lain untuk memproduksi barang sejenis.
- 3) Perusahaan yang memiliki pelanggan setia akan menyulitkan perusahaan lain untuk menyainginya.
- 4) Adanya hambatan jangka panjang seperti pemberian hak waralaba oleh pemerintah sehingga perusahaan lain tidak bisa memasuki pasar.
- 5) Adanya kemungkinan terjadinya kolusi antara perusahaan di pasar yang dapat membentuk monopoli atau kartel yang merugikan masyarakat.

Usaha toko tradisional memiliki struktur pasar yang cenderung bersifat monopolistic. Hal ini dikarenakan jumlah penjual yang banyak dan barang yang dijual adalah sejenis tetapi berbeda corak (bervariasi). Toko tradisional merupakan salah satu bentuk industri kecil/usaha keluarga karena jumlah pekerjanya sedikit, yaitu sekitar 1-5 orang yang biasanya merupakan anggota keluarga sendiri. Dengan skala kecil, modal yang kecil, jenis usaha toko tradisional tersebut relatif mudah masuk ke dalam industri/pasar untuk mendirikan. Dari segi harga, toko tradisional hanya mempunyai sedikit kekuatan untuk mempengaruhi harga. Harga yang diberlakukan disesuaikan dengan besarnya keuntungan yang diinginkan oleh setiap pemilik toko tradisional masing-masing. Dimana syarat keuntungan maksimal pada pasar persaingan monopolistik telah dijelaskan sebelumnya yaitu $MR=MC$.

4. Tinjauan tentang Keuntungan

Dalam dunia bisnis dan perdagangan, produsen berusaha mencapai tujuannya yaitu memaksimalkan keuntungan. Keuntungan ekonomis yaitu semua penerimaan dikurangi seluruh biaya produksi. Keuntungan ekonomis pada persaingan sama dengan nol merupakan syarat dalam pasar. Dan secara tidak langsung menyatakan bahwa penerimaan yang diperoleh dari input pada penggunaan sekarang adalah sama banyaknya dengan penerimaan dari penggunaan terbaiknya (*opportunity cost*) (Sumarsono, 2007).

Menurut teori laba, tingkat keuntungan pada setiap perusahaan biasanya berbeda pada setiap jenis industry, baik perusahaan yang bergerak di bidang tekstil, baja, farmasi, computer, alat perkantoran, dan lain-lain. Terdapat beberapa teori yang menerangkan perbedaan ini sebagai berikut (Sitio, 2001) :

a. Teori Laba Menanggung Resiko (*Risk-Bearing Theory of Profit*).

Menurut teori ini, keuntungan ekonomi diatas normal akan diperoleh perusahaan dengan resiko diatas rata-rata.

b. Teori Laba Friksional (*Friksional Theory of Profit*).

Teori ini menekankan bahwa keuntungan meningkat sebagai suatu hasil dari friksi keseimbangan jangka panjang (long run equilibrium).

c. Teori Laba Monopoli (*Monopoly Theory of Profit*).

Teori ini mengatakan bahwa beberapa perusahaan dengan kekuatan monopoli dapat membatasi output dan menetapkan harga yang lebih tinggi daripada bila perusahaan beroperasi dalam kondisi persaingan sempurna.

d. Teori Laba Inovasi (*Innovation Theory of Profit*).

Menurut teori ini, laba diperoleh karena keberhasilan perusahaan dalam melakukan inovasi.

e. Teori Laba Efisiensi Manajerial (*Managerial Efficiency Theory Of Profit*).

Teori ini menekankan bahwa perusahaan yang dikelola secara efisien akan memperoleh laba diatas rata-rata laba normal. Keuntungan yang tinggi

merupakan insentif bagi perusahaan untuk meningkatkan outputnya dalam jangka panjang. Sebaliknya, laba yang rendah atau rugi adalah pertanda bahwa konsumen meningkatkan kurang dari produk/komoditi yang ditangani dan metode produksinya tidak efisien. Keuntungan yang diperoleh seorang pemilik usaha setiap hari, minggu, bulan, bahkan tahun selalu mengalami perubahan. Perubahan pada keuntungan tersebut bisa perubahan keuntungan yang meningkat atau perubahan keuntungan yang menurun. Pada penelitian ini perubahan keuntungan yang terjadi di warung tradisional adalah perubahan keuntungan yang menurun akibat dari munculnya *minimarket* dan *supermarket* disekitar mereka. Keuntungan diperoleh dari hasil mengurangi berbagai biaya yang dikeluarkan dari hasil penjualan yang diperoleh (). Keuntungan yang diperoleh seorang pemilik usaha setiap hari, setiap minggu, setiap bulan bahkan setiap tahun selalu mengalami perubahan. Perubahan pada keuntungan tersebut bisa perubahan keuntungan yang meningkat atau perubahan yang menurun. Pada penelitian ini perubahan keuntungan yang terjadi di toko tradisional adalah perubahan keuntungan menurun akibat dari keberadaan toko modern disekitar mereka. Perubahan keuntungan toko tradisional dipengaruhi oleh beberapa hal seperti kualitas produk, diferensiasi produk, kenyamanan, dan jarak yang digunakan pada penelitian ini.

Dalam mendapatkan keuntungan/laba, terdapat berbagai faktor antara lain:

a. Produk

Menurut Stanton (2004) produk itu sendiri adalah sekumpulan atribut yang nyata (*tangible*) dan tidak nyata (*intangible*) di dalamnya tercakup warna, harga, kemasan dan prestise lainnya yang terkandung dalam produk, yang diterima oleh pembeli sebagai sesuatu yang bisa memuaskan keinginannya. Sedangkan definisi produk menurut Kotler & Armstrong (2006) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, penggunaan maupun konsumsi

yang dapat memuaskan keinginan atau memenuhi kebutuhan konsumen.

b. Kualitas Produk

Dalam menjalankan suatu bisnis, produk maupun jasa yang dijual harus memiliki kualitas yang baik atau sesuai dengan harga yang ditawarkan. Agar suatu usaha atau perusahaan dapat bertahan dalam menghadapi persaingan, terutama persaingan dari segi kualitas perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas produk atau jasanya. Karena peningkatan kualitas produk dapat membuat konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa yang mereka beli, dan akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

American society for Quality Control mengemukakan definisi mutu yang berpusat pada pelanggan, mutu adalah keseluruhan fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler dan Keller, 2007).

Garvin (1987) telah mengungkapkan adanya delapan dimensi kualitas produk yang bisa dimainkan oleh pemasar. *Performance, feature, reliability, conformance, durability, serviceability, aesthetics*, dan *perceived quality* merupakan kedelapan dimensi tersebut.

1) Dimensi *performance* atau kinerja produk.

Kinerja merupakan karakteristik atau fungsi utama suatu produk. Ini manfaat atau khasiat utama produk yang dibeli. Biasanya ini menjadi pertimbangan pertama dalam membeli produk.

2) Dimensi *reliability* atau keterandalan produk.

Keterandalan yaitu peluang suatu produk dari kegagalan saat menjalankan fungsinya.

3) Dimensi *feature* atau fitur produk.

Dimensi *feature* merupakan karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk. Fitur bersifat pilihan atau

option bagi konsumen. Kalau manfaat utama sudah standar, fitur sering kali ditambahkan. Idenya, fitur bisa meningkatkan kualitas produk kalau pesaing tidak memiliki.

4) Dimensi *durability* atau daya tahan.

Daya tahan menunjukkan usia produk, yaitu jumlah pemakaian suatu produk sebelum produk itu digantikan atau rusak. Semakin lama daya tahannya tentu semakin awet. Produk yang awet akan dipresepsikan lebih berkualitas dibandingkan produk yang cepat habis atau cepat diganti.

5) Dimensi *conformance* atau kesesuaian.

Conformance adalah kesesuaian kinerja produk dengan standar yang dinyatakan suatu produk. Ini semacam janji yang harus dipenuhi oleh produk. Produk yang memiliki kualitas dari dimensi ini berarti sesuai dengan standarnya.

6) Dimensi *serviceability* atau kemampuan diperbaiki.

Sesuai dengan maknanya, disini kualitas produk ditentukan atas dasar kemampuan diperbaiki: mudah, cepat, dan kompeten. Produk yang mampu diperbaiki tentu kualitasnya lebih tinggi dibanding produk yang tidak atau sulit diperbaiki.

7) Dimensi *asthetic* atau keindahan tampilan produk.

Asthetic atau keindahan menyangkut tampilan produk yang membuat konsumen suka. Ini seringkali dilakukan dalam bentuk desain produk atau kemasannya. Beberapa merek memperbaharui wajahnya supaya lebih cantik dimata konsumen.

8) Dimensi *perceived quality* atau kualitas yang dirasakan.

Dimensi terakhir adalah kualitas yang dirasakan. Ini menyangkut penilaian konsumen terhadap citra, merek, atau iklan. Produk-produk yang bermerek terkenal biasanya dipresepsikan lebih berkualitas dibanding merek-merek yang tidak terdengar. Itulah sebabnya produk selalu berupaya membangun mereknya sehingga memiliki

brand equity yang tinggi. Tentu saja ini tidak dapat dibangun semalam karena menyangkut banyak aspek termasuk dimensi kualitas dari kinerja, fitur, daya tahan, dan sebagainya.

Karena peningkatan kualitas produk dapat membuat konsumen merasa puas terhadap produk yang mereka beli, dan akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Definisi mutu yang berpusat pada pelanggan sendiri adalah keseluruhan fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Dapat dikatakan bahwa penjualan telah menghasilkan mutu bila produk atau pelayanan penjual tersebut memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. (Kotler, 2007).

9) Diferensiasi Produk

Pengertian diferensiasi menurut Kotler (2005), diferensiasi adalah sebagai proses penambahan serangkaian perbedaan yang penting dan bernilai guna membedakan tawaran itu dari tawaran pesaing.

Penjual atau perusahaan melakukan diferensiasi dengan sendirinya jika perusahaan tersebut dapat memiliki keunikan disbanding para pesaingnya dalam sesuatu yang dinilai penting oleh pembeli. Diferensiasi memang mencakup kualitas atau mutu, tetapi merupakan konsep yang lebih luas. Kualitas atau mutu pada umumnya berhubungan dengan produk fisik.

Keunikan perusahaan ditentukan oleh sejumlah penentu pokok. Penentu keunikan adalah alasan mendasar yang menyebabkan sebuah aktivitas menjadi aktivitas yang unik. Penentu keunikan yang pokok telah disusun menurut derajat kepentingan mereka sebagai berikut, (Porter, 1992):

- a) Pilihan kebijakan, perusahaan/penjual menetapkan pilihan kebijakan mengenai aktivitas yang perlu dilakukan dan cara melakukan aktivitas ini.
- b) Keterkaitan dengan pembeli pemasok, koordinasi dengan pemasok dalam memenuhi kebutuhan pembeli.
- c) Pengaturan waktu, waktu yang ditentukan oleh penjual bersangkutan untuk melakukan suatu aktivitas.

Dengan demikian perbedaan yang diciptakan dapat menambah nilai yang bermanfaat bagi konsumen atau penggunaanya. Sehingga produk yang diciptakan oleh perusahaan mempunyai nilai lebih di masyarakat sebagai konsumen sehingga perusahaan yang memiliki diferensiasi yang kuat akan mendapatkan kinerja yang baik diantara para pesaingnya. Faktor penentu keunikan berbeda-beda menurut jenis aktivitas dan jenis industri. Faktor penentu ini berinteraksi untuk menentukan kadar keunikan aktivitas yang bersangkutan. Dalam penelitian ini adalah keunikan yang berkaitan pada aktivitas toko tradisional.

10) Kenyamanan

Konsep tentang kenyamanan (*comfort*) sangat sulit untuk didefinisikan karena lebih merupakan penilaian responsive individu (Oborne, 1995). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, nyaman adalah segar, sehat. Sedangkan kenyamanan adalah keadaan nyaman, kesegaran, kesejukan. Kolcaba (2003) menjelaskan bahwa kenyamanan sebagai suatu keadaan telah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia yang bersifat individual dan holistic.

Sanders dan McCormick (1993) menggambarkan konsep kenyamanan bahwa kenyamanan merupakan suatu kondisi perasaan dan sangat tergantung pada orang yang mengalami situasi tersebut. Kita tidak dapat mengetahui tingkat kenyamanan suatu tempat yang dirasakan orang lain pada secara langsung atau dengan observasi

melainkan harus menanyakan langsung pada orang tersebut. Dengan terpenuhinya kenyamanan dapat menyebabkan perasaan sejahtera pada diri sendiri individu tersebut.

Kondisi nyaman menunjukkan keadaan yang bervariasi untuk setiap individu. Kenyamanan dan perasaan nyaman adalah penilaian komprehensif seseorang terhadap lingkungannya. Menurut Kolcaba (2003) kenyamanan lingkungan berkenaan dengan lingkungan, kondisi dan pengaruh dari luar kepada manusia seperti temperature, warna, suhu, pencahayaan, suara, dan lain-lain.

Kenyamanan didalam tempat berbelanja akan senantiasa diharapkan konsumen dalam memperoleh barang yang diinginkannya. Mulai dari kenyamanan tempat perbelanjaan, keamanan, suasana dan juga keramahan penjual. Penelitian oleh Widiandra (2013) membuktikan peningkatan kenyamanan pada pasar tradisional membuat konsumen bisa merasa nyaman pada saat berbelanja di pasar tradisional, maka akan membuat konsumen untuk melakukan pembelian ulang di pasar tersebut.

11) Jarak

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), jarak adalah ruang sela (panjang atau jauh) anantara dua benda atau tempat. Jarak adalah angka yang menunjukkan seberapa jauh suatu benda berubah posisi melalui suatu lintasan tertentu. Jarak antar pedagang dapat menimbulkan persaingan antar pedagang, sehingga peluang pendapatan pedagang akan terpengaruh (Iskandar, 2007). Apabila antara satu pedagang dengan pedagang lainnya terdapat jarak dimana untuk mencapainya dibutuhkan waktu dan biaya, maka salah satu pedagang dapat menaikkan sedikit harga tanpa kehilangan seluruh pembelinya. Pelanggan yang terjauh darinya akan beralih ke pedagang lain yang tidak menaikkan harga, tetapi pelanggan yang dekat dengannya tidak akan beralih karena waktu dan biaya untuk

menempuh jarak tersebut masih lebih besar daripada perbedaan harga jual di antara pedagang.

Pada penelitian ini, toko modern yang merupakan pesaing toko tradisional memberikan dampak negative pada perubahan keuntungan usaha karena jarak yang dekat di antara keduanya. Kedekatan jarak di antara keduanya diukur dengan satuan meter. Diamana semakin dekatnya jarak antara toko tradisional dengan toko modern membuat tingkat persaingan di antara keduanya semakin besar, sehingga terjadi perubahan keuntungan usaha toko tradisional. Mudrajad Kuncoro (2009), mengemukakan bahwa turunnya omset penjualan pedagang kecil secara dahsyat dan makin signifikan, jika jarak kios atau warungnya dengan toko modern di bawah satu kilometer. Apalagi dengan kondisi yang sekarang ini, dimana pertumbuhannya sangat pesat sampai memasuki wilayah pemukiman terutama toko modern. Bila lokasi toko modern lebih jauh dari toko tradisional, maka keuntungan yang diperoleh lebih besar daripada toko tradisional yang lokasinya lebih dekat dari toko modern. Hal ini disebabkan karena adanya persaingan usaha yang diukur dengan meter pada jarak antara keduanya.

5. Permasalahan Yang Dihadapi Pasar Tradisional/Rakyat

Perkembangan ke depan yang perlu diwaspadai dalam rangka menjaga eksistensi pasar tradisional di daerah adalah berkembangnya pasar modern. Pangsa penjualan barang kebutuhan sehari-hari oleh pasar modern semakin lama semakin meningkat, sementara penjualan barang yang sama oleh pasar/ toko tradisional semakin menurun. Pada tahun 2001 pangsa pasar modern dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat mencapai 24,8 persen, sisanya sebesar 75,2 persen masih dicukupi oleh pasar/ toko tradisional. Namun pada tahun 2005, pangsa pasar modern itu meningkat menjadi sebesar 32,4 persen dan sisanya sebesar 67,6 persen dipenuhi oleh pasar/ toko tradisional.

Walaupun masih diatas separuh (50 persen), pangsa pasar/ toko tradisional dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat, proporsinya semakin tahun semakin menuruun. Sehingga jika tidak ada tindakan-tindakan nyata dan strategis Pemerintah sebagai wujud keberpihakan pada perekonomian rakyat, pangsa pasar/ toko tradisional itu dapat habis terkikis dengan tumbuh dan berkembangnya pasar-pasar modern diatas.

Tabel 2.1.

Pangsa Penjualan Barang Kebutuhan Sehari-Hari antara
Pasar Modern dan Pasar Tradisional

Tahun	Pasar Modern	Pasar/Toko Tradisional
2001	24,8%	75,2%
2002	25,1%	74,8%
2003	26,3%	73,7%
2004	30,4%	69,6%
2005	32,4%	67,6%

Sumber : AC Nielsen, 2006.

Namun selain pendapat tentang kemungkinan buruk hadirnya pasar modern ini, keberadaan pasar modern perlu dipertimbangkan karena hal-hal sebagai berikut:

- 1) Pertambahan penduduk tidak sejalan dengan bertambahnya pasar tradisional, artinya tidak ada pembangunan pasar tradisional yg baru.
- 2) Karena pemerintah daerah tidak mempunyai dana cukup untuk membangun pasar tradisional maka swasta nasional dan asing membantu membangun pasar modern. Jika tidak ada supermarket, pasar tradisional bisa ambruk karena semua orang belanja di sana, jalan-jalan menjadi macet, perekonomian jadi berhenti.
- 3) Adanya mini market, supermarket, hipermarket di pemukiman mengurangi kemacetan lalu lintas, karena masyarakat cukup jalan kaki dan tidak perlu naik kendaraan umum ke pasar tradisional.

Dalam rangka penataan dan revitalisasi pengelolaan pasar tradisional, perlu diwaspadai beberapa permasalahan yang sering terjadi antara lain:

- 1) Pilihan konstruksi bangunan pasar,
- 2) Daya tampung yang disediakan pasar,
- 3) Kerjasama Pemerintah Daerah dengan Pihak Ketiga, dan
- 4) Fasilitas pendukung pasar, serta
- 5) Pemilihan dan penyediaan pasar darurat/sementara.

Masalah **pertama**, konstruksi pasar menjadi pertimbangan utama dalam penataan dan revitalisasi pasar, karena pemilihan konstruksi harus tetap mempertimbangkan “kenyamanan dan kemudahan” bagi para pelaku pasar yaitu pedagang dan pengunjung pasar. Pemerintah Daerah atau para investor sering kurang memperhatikan hal ini, sehingga pilihan konstruksi lebih didasarkan pada pertimbangan kemegahan, optimalisasi lahan tanpa mempertimbangkan faktor kemudahan dan kenyamanan.

Konstruksi pasar yang dipilih akhirnya tidak sesuai dengan kehendak murni pedagang, misalnya konstruksi bertingkat. Hampir di banyak daerah, pemilihan jenis konstruksi pasar bertingkat ini bermasalah pada hari-hari setelah penempatan. Pedagang yang mendapatkan tempat dasaran di lantai II dan seterusnya, merasa kurang strategis dibandingkan dengan rekan pedagang yang berjualan di lantai pertama / lantai dasar. Sehingga para pedagang di lantai II dan seterusnya itu akhirnya meninggalkan tempat dasarnya untuk turun berjualan di sekitar pasar. Hal itu menyebabkan masalah kemacetan lalu lintas.

Masalah **kedua** yaitu daya tampung pasar tradisional yang harus mendapatkan perhatian tatkala suatu pasar tradisional ditata dan direvitalisasi, terutama berkaitan dengan jumlah pedagang yang harus ditampung dalam kegiatan revitalisasi itu. Pasar tradisional yang berkembang, memiliki jumlah pedagang yang semakin banyak, bahkan melebihi fasilitas tempat dasaran kios/los yang semula disediakan. Banyak pedagang yang berjualan dipelataran pasar sebagai pedagang “oprokan”. Jumlah pedagang oprokan dan Pedagang Kaki Lima itu semakin bertambah seiring dengan berkembangnya aktivitas setiap pasar.

Kegiatan revitalisasi dan pembangunan pasar harus dapat menampung para pelaku kegiatan di pasar itu, setidaknya dengan revitalisasi jumlah pedagang yang tertampung di pasar lebih banyak. Sehingga selain pedagang lama yang jelas

harus menjadi prioritas utama penempatan, pasar baru juga harus dapat menampung tambahan pedagang baru di pasar itu. Hal itu merupakan perwujudan peningkatan pelayanan pasar kepada masyarakat.

Persoalan daya tampung itu selain berkenaan dengan jumlah atau luasan pasar, juga menyangkut masalah distribusi atau pembagian fasilitas tempat dasaran pasar. Karena keterbatasan anggaran Pemerintah Daerah, seringkali jumlah tempat dasaran yang dapat disediakan oleh kegiatan revitalisasi dan pembangunan itu juga relatif terbatas dan tidak dapat menjangkau semua kebutuhan jumlah pedagang yang ada. Untuk itu proses penempatan menjadi perhatian penting agar tidak menyisakan masalah dikemudian hari. Sering terjadi ketegangan pada proses penempatan atau distribusi los/kios pedagang ini antara para pedagang dengan petugas yang berwenang dari Dinas Pengelolaan pasar Pemerintah Daerah. Issue miring yang berkembang pada proses ini antara lain misalnya muncul rumor bahwa para pejabat Pemerintah Daerah mendapatkan “jatah” los/kios yang strategis atau bahkan muncul issue bahwa los/kios telah habis terbagi sebelum hari pembagian los/kios kepada para pedagang itu tiba.

Masalah **ketiga**, tentang kerjasama pihak ketiga perlu mendapatkan perhatian juga dalam menata dan mengoptimalkan pasar tradisional. Kegiatan pembangunan dan revitalisasi pasar tradisional di suatu daerah membutuhkan biaya yang cukup besar. Ada beberapa daerah mencoba menjadwalkan kegiatan revitalisasi dan pembangunan pasar dalam beberapa tahun, hal itu juga dikarenakan antara lain karena alasan pendanaan yang terbatas, sehingga perlu dilakukan secara bertahap. Untuk itu, kerjasama dengan pihak ketiga dalam rangka revitalisasi dan pembangunan pasar tradisional ini menjadi alternatif pilihan pemecahan persoalan pendanaan itu.

Jika kerjasama dengan pihak ketiga ini menjadi alternatif pilihan, maka perlu ada beberapa persiapan untuk meluncurkan program kerjasama dengan pihak ketiga tersebut, yaitu:

- 1) Persiapan regulasi yang mengatur tentang tata cara kerjasama dengan pihak ketiga. Regulasi ini mengatur beberapa opsi jenis

kerjasama dengan pihak ketiga, persyaratan, tata cara dan regulasi lain yang berkenaan dengan kerjasama pihak ketiga itu.

- 2) Persiapan berupa pemetaan kondisi dan potensi pasar sebagian bagian informasi bagi pihak ketiga untuk memahami peta potensi pasar tradisional di suatu daerah. Pemetaan kondisi dan potensi pasar itu bukan saja memotret secara fisik keberadaan pasar tradisional, tetapi juga status kinerja pasar tradisional masing-masing, dan juga dokumen-dokumen pendukung seperti studi kelayakan / ***feasibility study*** berikut ***detail engineering design (DED)*** serta dokumen lingkungan jika diperlukan. Peta potensi pasar tradisional itu kemudian perlu dikomunikasikan kepada para calon investor melalui forum gelar potensi daerah atau forum promosi investasi yang lebih luas.
- 3) Persiapan regulasi dan penataan bidang pelayanan investasi lebih dioptimalkan, yaitu dengan melakukan penyederhaan proses perijinan menjadi lebih cepat, murah dan mudah (***one day service***), membentuk dan menguatkan lembaga pelayanan satu pintu (***one stop service***) serta memberikan berbagai insentif investasi kepada pihak ketiga.

Masalah yang harus diwaspadai dalam kegiatan revitalisasi pasar tradisional dengan melibatkan kerjasama pihak ketiga ini adalah kontribusi signifikan yang diperoleh oleh Pemerintah Daerah dari kerjasama itu. Revitalisasi pasar tradisional selain untuk kepentingan penataan kota, juga harus memiliki dampak meyakinkan terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Hal itu dapat dipahami karena retribusi pasar merupakan jenis retribusi daerah yang biasanya memiliki kontribusi dominan dalam pembentukan retribusi daerah sebagai salah satu komponen penting Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Pengalaman di beberapa daerah, kerjasama dengan pihak ketiga dengan pola ***Built Operation and Transfer (BOT)*** ternyata tidak selamanya menguntungkan Pemerintah Daerah dalam kaitannya dengan penguatan keuangan daerah. Dampak revitalisasi pasar tradisional pada peningkatan PAD belum signifikan. Apalagi secara

fisik sebagian besar bangunan tidak dapat lagi dipergunakan setelah masa perjanjian kerjasama itu selesai. Apalagi, pada kurun waktu penggunaan bangunan pasar oleh pihak ketiga yang biasanya selama 20 tahun itu, Pemerintah Daerah tidak memiliki kewenangan ikut campur, dan dinas terkait, tidak bisa memungut retribusi secara penuh dari pelayanan pasar itu. Karena itulah, di beberapa daerah, kegiatan revitalisasi pasar tradisional kerjasama dengan pihak ketiga ini diusulkan untuk ditinjau kembali.

Persoalan **keempat** yang tidak kalah penting dalam revitalisasi pasar tradisional adalah tersedianya fasilitas pendukung pasar yang cukup memadai. Fasilitas pendukung dimaksud antara lain adalah tempat parkir dan penitipan kendaraan, tempat mandi cuci dan kencing (MCK), tempat penitipan dan bongkar muat barang yang aman dan cukup. Revitalisasi pasar tradisional harus difikirkan agar menyediakan areal parkir kendaraan bagi para pelaku transaksi di pasar dengan luas yang memadai, demikian pula fasilitas MCK yang bersih dan higienis dengan jumlah yang cukup sesuai kebutuhan komunitas pasar. Para pedagang pasar tradisional juga memerlukan tempat penyimpanan barang yang aman dan tempat bongkar muat barang dagangan yang cukup.

Masalah **kelima**, adalah berkenaan dengan penyediaan pasar darurat / sementara untuk memindahkan para pedagang dari pasar yang sedang dibangun. Pemilihan tempat pasar darurat harus memadai dan dipersiapkan secara baik sehingga masing-masing pedagang mendapatkan tempat yang relatif layak untuk berdagang. Pasar darurat yang disediakan untuk pembangunan kembali suatu pasar harus memadai untuk kelangsungan transaksi perdagangan, sehingga para pedagang tidak mengeluh dengan tempat dasaran yang didapatkan, dan tidak mengganggu transaksi perdagangan yang berdampak pada penurunan pendapatan pedagang itu.

Tempat atau lokasi yang akan digunakan sebagai pasar darurat juga harus dipilih yang tidak mengganggu komunitas masyarakat lainnya karena keberadaan pasar darurat dapat menggeser fungsi lokasi itu dari kepentingan mereka selama ini. Pada pembangunan Pasar Nusukan, upaya penyediaan pasar darurat di lapangan sempat mendapat protes keras dari masyarakat karena selama ini lapangan telah

digunakan untuk berbagai kepentingan mereka. Selain karena alasan menggeser fungsi, masyarakat juga merasa tidak nyaman berada pada lingkungan pasar.

Revitalisasi pasar tradisional juga perlu diiringi dengan peningkatan manajemen dan pengelolaan pasar tradisional. Produktivitas institusi pengelola pasar di Pemerintah Daerah relatif masih lemah. Penarikan Pendapatan Asli Daerah yang berasal dari pasar berupa retribusi pasar masih lebih rendah dibandingkan dengan biaya belanja institusi pengelola pasar tersebut, sehingga kondisi Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) itu tidak surplus tetapi masih defisit.

Kelemahan manajemen pasar itu juga nampak dalam berbagai persoalan, seperti:

- 1) Kurang responsifnya institusi pengelola pasar terhadap masalah dan keluhan para pedagang pasar,
- 2) Pengawasan pemasukan retribusi pasar belum dilakukan secara optimal, sehingga nilai penerimaan retribusi pasar masih belum sesuai dengan potensi yang ada,
- 3) Disatu sisi terjadi pasar tumpah dan kekumuhan pasar, disisi lain ada pasar yang belum secara optimal digunakan pedagang.

Selain permasalahan-permasalahan itu, menurut hasil survei AC Nielsen (2006), ada beberapa masalah mendasar yang dikeluhkan konsumen terhadap pasar tradisional, yaitu tempat sampah (63 persen), kotor (60 persen), bau (47 persen), panas (29 persen), tidak aman (14 persen), dan produk kurang higienis (6 persen).

Pemerintah daerah membiarkan para pemodal membangun ruko-ruko di luar area pasar yang lebih strategis. Akibatnya, konsumen memilih berbelanja di luar pasar yang lebih terang dan lebih bersih. Pedagang pun lebih memilih area kaki lima di luar daripada berjejalan di dalam kios-kios. Fakta-fakta di atas menunjukkan, sudah saatnya pemerintah melakukan revitalisasi pasar tradisional.

Kesadaran aparat pemerintah daerah untuk mengembangkan pasar tradisional masih relatif kurang. Program pengembangan pasar sudah ada, maket bangunan pasar-pasar yang akan dikembangkan juga sudah ada, namun para aparat kesulitan menghadapi pemerintah daerah dan DPRD, terutama dalam hal anggaran dan

pengalihan aset. Selain terbelenggu oleh birokrasi dan cara berpikir aparat (dan parlemen), mereka juga terbelenggu oleh cara kerja lama. Pengembang yang pernah bekerja sama meremajakan pasar banyak mengeluh, betapa rendahnya kemampuan dan kesadaran para petugas dalam merawat fasilitas-fasilitas baru.

Jadi, masalahnya ada di mana? Di luar sana atau di dalam diri kita sendiri? Mungkinkah kita mengatur persaingan tanpa dasar pengetahuan bisnis dan manajemen, khususnya proses evolusi yang memadai?. Seperti kata Charles Darwin, "Bukan yang terkuat yang mampu bertahan, melainkan yang paling adaptif dalam merespons perubahan." (*Rinald Kasali, Kompas, 23 Maret 2007*).

6. Tinjauan tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Salah satu tujuan pemerintahan adalah untuk memajukan kesejahteraan umum, telah dirumuskan dalam Undang-Undang Dasar 1945 berikut amandemennya terutama dalam Pasal 33. Pencapaian tujuan itu merupakan amanat konstitusi yang mendasari pembentukan seluruh peraturan perundang-undangan di bidang perekonomian. Konstitusi mengamanatkan agar pembangunan ekonomi nasional harus berdasarkan prinsip demokrasi yang mampu menciptakan terwujudnya kedaulatan ekonomi Indonesia. Keterkaitan pembangunan ekonomi dengan pelaku ekonomi kerakyatan dimantapkan lagi dengan Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI Tahun 1998 tentang Politik Ekonomi Dalam Rangka Demokrasi Ekonomi sebagai sumber hukum materiil. Dengan demikian, pengembangan penanaman modal bagi usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi menjadi bagian dari kebijakan dasar penanaman modal.

Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam perekonomian masyarakat juga mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Menurut Keputusan Menteri Keuangan Nomor 40/KMK.06/2003 tentang Pendanaan Kredit Usaha Mikro dan Kecil pengertian **Usaha Mikro** adalah usaha produktif milik keluarga atau perorangan warga Negara Indonesia dan memiliki hasil penjualan paling banyak sebesar Rp. 100 juta per tahun.

Sedangkan pengertian **Usaha Kecil** menurut Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil) adalah: (i) Usaha produktif milik Warga Negara

Indonesia, yang berbentuk badan usaha orang orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha berbadan hukum termasuk koperasi; (ii) bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi, baik langsung maupun tidak langsung, dengan Usaha Menengah atau Besar; (iii) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp. 100 juta per tahun.

Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 571/KMK.03/2003 ditegaskan bahwa **pengusaha kecil** adalah pengusaha yang selama satu tahun buku melakukan penyerahan barang kena pajak dan atau jasa kena pajak dengan jumlah peredaran brutto dan atau penerimaan brutto tidak lebih dari 600 juta.

Pengertian **Usaha Menengah** menurut Instruksi Presiden Nomor 10 Tahun 1999 tentang Pemberdayaan Usaha Menengah adalah: (i) Usaha produktif milik Warga Negara Indonesia, yang berbentuk badan usaha orang orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha berbadan hukum termasuk koperasi; (ii) Berdiri sendiri, dan bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi, baik langsung maupun tidak langsung, dengan Usaha Besar; (iii) Memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 200 juta, sampai dengan Rp. 10 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp. 100 juta per tahun.

Adapun maksud dari **Usaha Produktif** menurut Keputusan Menteri Keuangan Nomor 40/KMK.06/2003 tentang Pendanaan Kredit Usaha Mikro dan Kecil adalah usaha pada semua sektor ekonomi yang dimaksudkan untuk dapat memberikan nilai tambah dan meningkatkan pendapatan usaha.

Ada beberapa acuan definisi yang digunakan oleh berbagai instansi di Indonesia, yaitu:

- a. Berdasarkan **Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995** tentang usaha kecil mengatur kriteria usaha kecil berdasarkan nilai aset tetap (di luar tanah dan bangunan) paling besar Rp 200 juta dengan omzet per tahun maksimal Rp 1 milyar.

- b. Berdasarkan Instruksi Presiden Nomor 10 Tahun 1999 tentang usaha menengah, batasan aset tetap (di luar tanah dan bangunan) untuk usaha menengah adalah Rp 200 juta hingga Rp 10 milyar.
- c. **BPS dan Kementerian Koperasi dan UKM** menggolongkan suatu usaha sebagai: (i) Usaha Kecil jika memiliki omset kurang dari Rp 1 milyar per tahun; (ii) Usaha Menengah batasannya adalah usaha yang memiliki omset antara Rp 1 sampai dengan Rp 50 milyar per tahun. Berdasarkan definisi tersebut, data BPS dan Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2002 menunjukkan populasi usaha kecil mencapai sekitar 41,3 juta unit atau sekitar 99,85 persen dari seluruh jumlah usaha di Indonesia; sedangkan usaha menengah berjumlah sekitar 61,1 ribu unit atau 0,15 persen dari seluruh usaha di Indonesia.

Sementara itu persebaran UKM paling banyak berada di sektor pertanian (60 persen) dan perdagangan (22 persen) dengan total penyerapan tenaga kerja di kedua sektor tersebut sekitar 53 juta orang (68 persen penyerapan tenaga kerja secara total).

Badan Pusat Statistik juga menggolongkan suatu usaha berdasarkan jumlah tenaga kerja. Usaha kecil adalah usaha yang memiliki pekerja 1-19 orang; usaha menengah memiliki pekerja 20-99 orang; dan usaha besar memiliki pekerja sekurang-kurangnya 100 orang.

- d. **Departemen Perindustrian dan Perdagangan** menetapkan bahwa industri kecil dan menengah adalah industri yang memiliki nilai investasi sampai dengan Rp 5 milyar. Sementara itu, usaha kecil di bidang perdagangan dan industri juga dikategorikan sebagai usaha yang memiliki aset tetap kurang dari Rp. 200 juta dan omzet per tahun kurang dari Rp. 1 miliar (sesuai Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995).
- e. **Bank Indonesia** menggolongkan Usaha Kecil dengan merujuk pada Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995, sedangkan untuk usaha menengah, BI menentukan sendiri kriteria aset tetapnya dengan besaran yang dibedakan antara industri manufaktur (Rp. 200 juta s/d Rp. 5 miliar) dan non manufaktur (Rp. 200 – 600 juta).

Pengertian dan definisi tersebut merupakan sejarah perkembangan pemaknaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Namun setelah terbit

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan menengah, semua definisi dan pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah itu hendaknya didasarkan pada undang-undang baru tersebut.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menegaskan bahwa definisi Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah masing-masing adalah sebagai berikut:

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua

milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paing banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

7. Peran dan Campur Tangan Pemerintah

Peran strategis yang dapat dilakukan oleh pemerintah daerah adalah daerah berperan sebagai *entrepreneur*, *koordinator*, *fasilitator*, dan *stimulator* (Badrul Munir, 2002 : 207-208). Peran pemerintah sebagai *entrepreneur* mengandung konsekuensi tanggung-jawab untuk melakukan usaha sendiri dalam mengelola sumber daya ekonomi. Banyak hal bisa dilakukan dalam memberdayakan aset-aset daerah dan sumber daya ekonomi potensial sehingga dapat memberai manfaat kepada masyarakat. Sebagai *koordinator* pemerintah daerah harus mampu mengkoordinir semua komponen masyarakat sebagai aktor pembangunan, menetapkan kebijakan atau strategi-strategi pembangunan, dan mengelola disharmoni sosial.

Pemerintah daerah mengarahkan dan memotivasi pelaksanaan pembangunan sesuai orientasi dan menghilangkan kerancuan yang bersifat stagnan dalam mencapai tujuan secara sinergis. Sedangkan sebagai *fasilitator* pemerintah daerah dapat mempercepat pembangunan melalui perbaikan lingkungan *attitudinal*, yaitu berkaitan dengan perbaikan perilaku budaya masyarakat dan birokrasi. Antara kinerja birokrasi dan pelayanan publik harus mewujudkan mekanisme yang lebih efektif, efisien, dan terkendali. Sebagai *stimulator* pemerintah daerah harus dapat menciptakan dan mengembangkan usaha melalui kebijaksanaan khusus yang dapat menarik investor menanamkan modal di daerah, sekaligus menjaga iklim usaha yang kondusif. Kebijaksanaan khusus yang dimaksud adalah menstimulasi strategi pengembangan budaya lokal, responsif, dan adaptif terhadap isu-isu strategi yang mencuat. Hal ini dapat dilakukan dengan tetap menjaga sensitifitas pemerintah daerah.

Disamping itu peran *organisator* sebagai organ pemerintah daerah dituntut mampu mengendalikan pola komunikasi yang lengkap dan hubungan-hubungan lain di dalam suatu kelompok orang. Pemimpin sangat diperlukan dalam pengendalian ini, maka manajerial yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi segera diperbaharui agar tidak ketinggalan zaman.

Manusia dan kegiatan belanja merupakan dua sisi mata uang yang keberadaan keduanya sudah berlangsung dari jaman dahulu kala dan bertahan serta terus berkembang sampai saat ini. Keduanya tidak bisa dipisahkan. Karena itulah bisnis ritel seolah tak ada matinya. Bedanya, kini pasar tradisional tidak lagi bisa menjadi raja. Dinamika masyarakat yang berkecenderungan berbelanja di tempat yang nyaman dengan penyediaan barang lengkap dan harga bersaing membuat pasar tradisional mulai ditinggalkan. Sebagai gantinya pasar modern kian menggurita.

Faktor kenyamanan agaknya menjadi pertimbangan utama seseorang 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. Apalagi komoditas yang dijual di pasar nyaris sama. Soal harga, selisihnya juga tak lagi terlalu besar. Pasar swalayan bahkan acap menggelar aksi diskon yang nyaris mustahil didapati di pasar tradisional.

Tanpa campur tangan pemerintah, mustahil pasar tradisional bisa bertahan. Sayangnya hingga kini belum ada peraturan yang melindungi pasar tradisional ataupun pembatasan kuota jumlah pasar modern di suatu wilayah. Pada era perdagangan bebas atau globalisasi ini dinas pengelola pasar serta pemerintah daerah tidak memiliki kewenangan untuk melakukan intervensi atau melarang pembangunan pasar modern. Akibatnya adalah bahwa pertumbuhan pasar modern tidak terkendali. Bahkan, keberadaannya sudah menjangkau kota kecamatan atau kelurahan yang mengakibatkan posisi pasar tradisional berada di ujung kematian.

Pada sisi lain pemerintah juga terkesan setengah hati mengembangkan pasar tradisional. Dengan dalih biaya pengelolaan pasar yang telah direnovasi terlalu besar, pemerintah memberikan hak kepada pengembang pasar (investor) untuk mengelola pasar tersebut. Hasilnya, niat pemerintah yang semula ingin memperbaiki kondisi pasar tradisional agar mampu bersaing dengan pasar modern malah menjadi bencana bagi pedagang asli pasar tersebut. Sebab, harga jual kios yang mereka tempati dulu, melambung tinggi hingga tak terbeli. Akibatnya pasar yang telah direnovasi justru menjadi mangkrak. Sementara yang belum terenovasi kondisinya semakin memprihatinkan.

Selain pihak pemerintah, perhatian terhadap upaya mempertahankan pasar tradisional merupakan tanggung jawab semua pihak. Lembaga koperasi juga memiliki peran penting dalam meningkatkan dan mengembangkan pasar tradisional di daerah. Banyak usulan-usulan perbaikan pasar tradisional dari seluruh provinsi di Indonesia yang masuk ke Departemen Koperasi dan UKM, namun kendala yang ada adalah bahwa kemampuan pemerintah untuk melakukan perbaikan masih terbatas.

Untuk itu berkenaan dengan pengembangan pasar tradisional ini diharapkan koperasi dapat berperan, terutama dalam tiga sebagai berikut: **Pertama**, keberadaan pasar tradisional ke depan harus dapat dikelola secara profesional oleh koperasi, sehingga pasar tradisional akan menjadi sarana bernuansa modern, yang dapat menggerakkan aktifitas para pedagang dalam mendapatkan kepastian tempat berdagang yang layak, maupun bagi para produsen sebagai *outlet* (gerai) untuk memasarkan produknya. **Kedua**, koperasi ke depan harus memiliki kemampuan untuk berperan dalam mengembangkan pasar tradisional secara terkoordinasi dengan pihak terkait. **Ketiga**, kata dia, kelembagaan koperasi sesuai dengan tugas dan peran masing-masing, harus dapat membangun jaringan distribusi dan pemasaran bagi kelancaran usaha para pedagang.

Kritik yang sering dilontarkan tentang peran “miring” pemerintah daerah terhadap pasar tradisional antara lain adalah bahwa pasar tradisional sering hanya menjadi perahan pemerintah daerah. Retribusi yang dibayarkan pedagang tidak digunakan untuk mengembangkan pasar. Kondisi pasar dibiarkan tetap becek, kotor, dan akhirnya ditinggalkan pelanggan.

Kondisi ideal yang diinginkan pemerintah tentu adalah terjadinya keseimbangan antara peran sektor perdagangan ritel tradisional dengan ritel modern. Selain itu pemerintah juga menginginkan adanya keseimbangan antara kepentingan pembeli dan penyuplai barang, yang selama ini banyak mengeluhkan adanya bisnis yang tidak adil.

Pemerintah juga harus mengatur tentang standar minimum dari pasar tradisional dan pasar modern. Supaya kesan selama ini bahwa pasar tradisional diidentikkan dengan kotor, becek, dan bau, berubah menjadi kesan bersih, nyaman dan aman. Demikian pula pembangunan pasar modern juga harus mengikuti sarat-sarat tertentu.

Aspek lain yang perlu diatur juga adalah kemitraan antara pusat perbelanjaan modern dengan pedagang kecil dan pemasok, yang diwadahi dalam forum pemberdayaan. Dengan forum ini, diharapkan bisa terjadi pertemuan reguler antara yang kecil dan yang besar.

Karena banyaknya yang harus diatur dan ditata, maka dalam hal ini pemerintah daerah dapat berperan sebagai wasit. Pengaturan persaingan pasar modern dan pasar tradisional harus sesuai dengan undang-undang persaingan sehat. Semua pelaku transaksi perdagangan maunya sama- sama untung dan sesuai target, sehingga pemerintah tidak dapat mengaturnya dengan kaku, tetapi harus fleksibel. Implementasi di tingkat daerah juga harus fleksibel, karena tiap-tiap daerah memiliki kondisi dan potensi serta kearifan lokal yang berbeda-beda.

8. Penguatan UKM melalui Kemitraan

Dalam rangka pemberdayaan Koperasi dan UMKM telah dilakukan berbagai strategi dan program. Keberhasilan program-program pemberdayaan KUMKM itu tentu tidak dapat diserahkan begitu saja kepada Pemerintah dan/ atau Pemerintah Daerah Provinsi maupun Kabupaten/Kota. Partisipasi dan dukungan masyarakat, perguruan tinggi dan para pelaku bisnis serta stakeholders lainnya juga sangat penting.

Keterbatasan sumberdaya yang dimiliki pemerintah daerah perlu didukung oleh sumberdata yang lain termasuk oleh para pelaku bisnis itu sendiri. Apabila tidak ada kemauan dari para pelaku bisnis untuk melakukan perbaikan, maka sebesar apapun sumberdaya yang dialokasikan tidak akan mendapatkan apa-apa. Jadi sinergitas dalam pemberdayaan KUMKM menjadi kunci penentu dalam rangka membangun KUMKM yang tangguh dan berdaya saing tinggi di masa depan.

Salah satu sinergitas yang telah banyak dilakukan di luar negeri adalah kerjasama atau kemitraan antara KUMKM dengan usaha besar. Kemitraan yang ideal dilandasi adanya keterkaitan usaha, melalui prinsip

saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan yang sering disebut *win-win solution*. Implementasi kemitraan itu telah banyak dikembangkan, baik dalam pola sub kontrak, wara laba, inti plasma, dan pola-pola kemitraan lainnya. Perusahaan besar yang telah sukses membangun kemitraan dengan masyarakat antara lain yang bergerak di sektor otomotif (Toyota, Honda dan lainnya), di sektor elektronik (Sony, Toshiba, dan Panasonic), di sektor makanan (McDonald, Kentucky Fried Chicken, Es Teller 77), di sektor perkebunan dan perikanan (sawit, tambak udang, dan rumput laut).

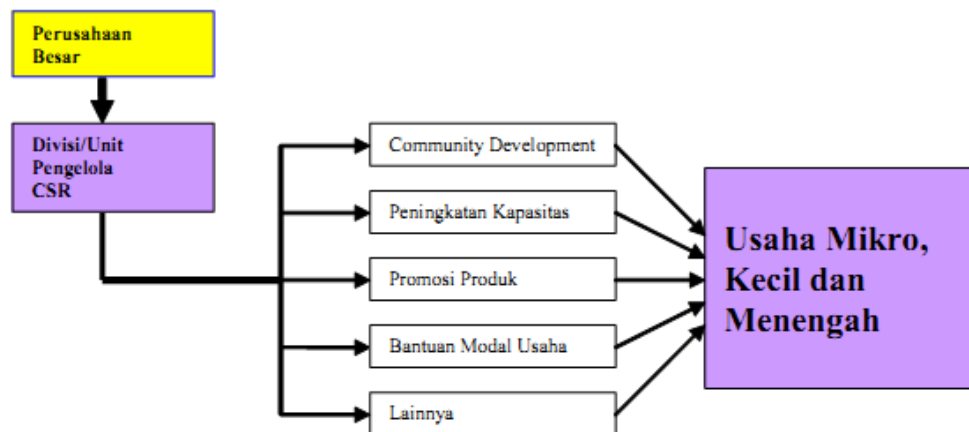
Pola kemitraan yang diterapkan oleh perusahaan-perusahaan itu diharapkan dapat terjadi alih teknologi dan manajemen dari perusahaan besar kepada perusahaan yang lebih kecil. Pola kemitraan juga akan mendorong adanya peningkatan daya saing KUMKM. Kemitraan akan membangun adanya kepastian pasokan produk, karena semuanya diatur dalam kesepakatan melalui kontrak kerjasama kemitraan.

Untuk mendorong iklim usaha yang lebih kondusif dan membangun kesadaran perusahaan besar melalui program *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam penguatan KUMKM, beberapa upaya yang perlu dilakukan adalah:

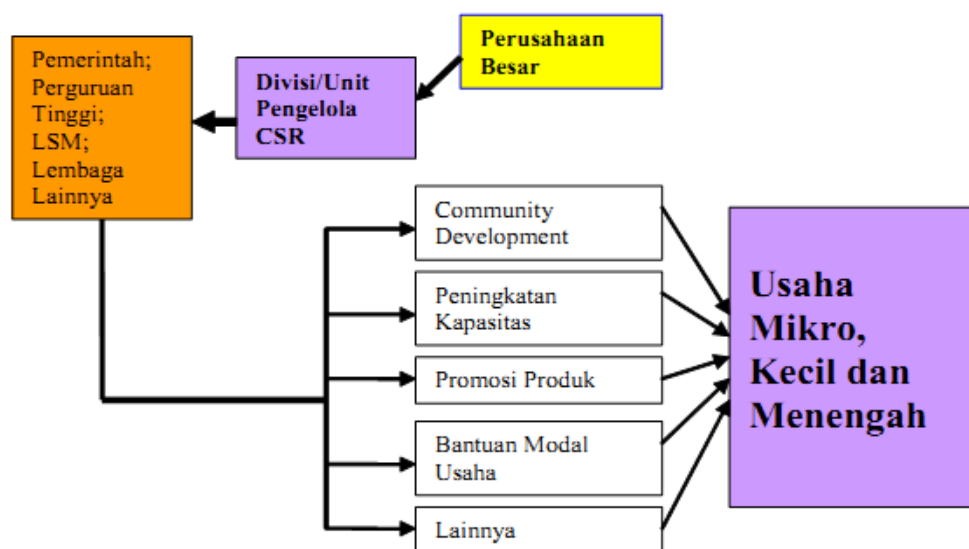
- a. Pemerintah harus mengeluarkan kebijakan untuk mendorong program CSR bagi pengembangan KUMKM, bisa dalam bentuk Undang-Undang, Peraturan Presiden atau Peraturan Menteri dan paling sedikit harus mengatur: (i) Tujuan dan Sasaran CSR, (ii) Penetapan besaran CSR, (iii) Hak dan Kewajiban Perusahaan besar, (iv) Hak dan Kewajiban KUMKM, (v) Penggunaan CSR, dan (vi) Peran Pemerintah Pusat / Daerah.
- b. Setiap kebijakan yang dikeluarkan dikawal dan dilaksanakan dengan penuh komitmen dan konsisten mulai dari tingkat pusat sampai ke daerah.

Bagi perusahaan besar yang memberikan kontribusi dan prestasi yang besar dan baik dalam penguatan KUMKM seyogyanya diberikan penghargaan atau *reward* sehingga mebumbuhkan semangat dan gairah bagi perusahaan besar lainnya yang belum menunjukkan prestasi.

Pola kemitraan yang dibangun melalui CSR dapat digambarkan dengan skema sebagai berikut:



Gambar: Program CSR yang Ditangani Langsung Perusahaan Besar



Gambar: Program CSR yang Ditangani Langsung Perusahaan Besar.

9. Kewenangan Pemerintahan Daerah di Bidang Perdagangan

Berbeda dengan waktu berlakunya UU No 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, dimana rincian urusan pemerintahan penjabarannya diatur Peraturan Pemerintah No 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan antara Pemerintah, Pemerintahan Daerah Propinsi, dan Pemerintahan Daerah Kabupaten/Kota. Saat ini sejak berlakunya UU No 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, rincian urusan pemerintahan dan Pembagian Urusan Pemerintahan antara Pemerintah, Pemerintahan Daerah Propinsi, dan Pemerintahan Daerah Kabupaten/Kota tersaji dalam Lampiran UU No 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.

Berdasarkan lampiran UU No 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah tersebut urusan bidang koperasi dan usaha kecil menengah dan kewenangan masing-masing satuan pemerintahan adalah sebagaimana dalam tabel berikut.

Tabel: Urusan Pemerintahan Bidang Perdagangan dan Kewenangan Tiap Satuan Pemerintahan

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN/KOTA
1	2	3	4	5
1.	Perizinan dan Pendaftaran Perusahaan	<p>a. Penerbitan izin usaha untuk:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) perantara perdagangan properti; 2) penjualan langsung; 3) perwakilan perusahaan perdagangan asing; 4) usaha perdagangan yang di dalamnya terdapat modal asing; 5) jasa survey dan jasa lainnya di bidang perdagangan tertentu; dan 6) pendaftaran agen dan/atau distributor <p>b. Penerbitan surat tanda pendaftaran waralaba (STPW) untuk :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) pemberi waralaba dari dalam negeri; 2) pemberi waralaba dari luar negeri; 3) pemberi waralaba lanjutan dari waralaba dalam negeri; 4) pemberi waralaba lanjutan dari waralaba luar negeri; dan 5) penerima waralaba dari waralaba luar negeri <p>c. Penerbitan surat izin usaha perdagangan minuman beralkohol importir terdaftar minuman beralkohol (IT-MB), distributor dan sub-distributor.</p> <p>d. Penerbitan surat izin usaha perdagangan bahan berbahaya</p>	<p>a. Penertiban surat izin usaha perdagangan minuman beralkohol toko bebas bea dan rekomendasi penerbitan SIUP-MB bagi distributor.</p> <p>b. Penerbitan surat izin usaha perdagangan bahan berbahaya pengecer terdaftar, pemeriksaan sarana distribusi bahan berbahaya, dan pengawasan distribusi, pengemasan dan pelabelan bahan berbahaya di tingkat Daerah provinsi.</p> <p>c. Rekomendasi untuk penerbitan PGAPT dan SPPGRAP.</p> <p>d. Penerbitan surat keterangan asal (bagi Daerah provinsi yang telah ditetapkan sebagai instansi penerbit surat keterangan asal)</p> <p>e. Penerbitan angka pengenal importir (API)</p>	<p>a. Penerbitan izin pengelolaan pasar rakyat, pusat perbelanjaan dan izin usaha toko swalayan.</p> <p>b. Penerbitan tanda daftar gudang, dan surat keterangan penyimpanan barang (SKPB)</p> <p>c. Penerbitan surat tanda pendaftaran waralaba (STPW) untuk :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) penerima waralaba dari waralaba dalam negeri; 2) penerima waralaba lanjutan dari waralaba dalam negeri; dan 3) penerima waralaba lanjutan dari waralaba luar negeri. <p>d. Penerbitan surat izin usaha perdagangan minuman beralkohol golongan B dan C untuk pengecer dan penjual langsung minum ditempat.</p> <p>e. Pemeriksaan fasilitas penyimpanan bahan berbahaya dan pengawasan distribusi, pengemasan dan pelabelan bahan berbahaya di tingkat Daerah kabupaten/kota.</p>

		<p>distributor terdaftar, pembinaan terhadap importir produsen bahan berbahaya, importir terdaftar bahan berbahaya, distributor terdaftar bahan berbahaya dan produsen terdaftar bahan berbahaya, dan pengawasan distribusi pengemasan dan pelabelan bahan berbahaya.</p> <p>e. Pengakuan pedagang kayu antar pulau terdaftar (PKAPT)</p> <p>f. Pengakuan pedagang gula antar pulau (PGAPT), surat persetujuan perdagangan gula antar pulau (SPPGAP), dan surat persetujuan perdagangan gula rafinasi antar pulau (SPPGRAP).</p> <p>g. Penerbitan angka pengenalan importir (API) bagi perusahaan tertentu.</p>		<p>f. Rekomendasi penerbitan PKAPT dan pelaporan rekapitulasi perdagangan kayu atau pulau.</p> <p>g. Penerbitan surat keterangan asal (bagi Daerah kabupaten/kota yang telah ditetapkan sebagai instansi penerbit surat keterangan asal)</p>
2.	Sarana Distribusi Perdagangan	--	Pembangunan dan pengelolaan pusat distribusi regional dan pusat distribusi provinsi.	<p>a. Pembangunan dan pengelolaan sarana distribusi perdagangan.</p> <p>b. Pembinaan terhadap pengelola sarana distribusi perdagangan masyarakat di wilayah kerjanya.</p>
3.	Stabilisasi Harga Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Penting	<p>a. Menjamin ketersediaan barang kebutuhan pokok dan barang penting di tingkat nasional.</p> <p>b. Pemantauan dan mengelola informasi harga barang kebutuhan pokok dan barang penting yang cakupannya di tingkat nasional.</p>	<p>a. Menjamin ketersediaan barang kebutuhan pokok dan barang penting di tingkat Daerah provinsi.</p> <p>b. Pemantauan harga, informasi ketersediaan stok barang kebutuhan pokok dan barang penting di tingkat pasar provinsi.</p> <p>c. Melakukan operasi pasar dalam rangka stabilisasi harga pangan pokok yang dampaknya beberapa</p>	<p>a. Menjamin ketersediaan barang kebutuhan pokok dan barang penting di tingkat Daerah kabupaten/kota.</p> <p>b. Pemantauan harga dan stok barang kebutuhan pokok dan barang penting di tingkat pasar kabupaten/kota.</p> <p>c. Melakukan operasi pasar dalam rangka stabilisasi harga pangan</p>

			<p>Daerah kabupaten/kota dalam 1(satu) Daerah provinsi.</p> <p>d. Pengawasan pupuk dan pestisida tingkat Daerah provinsi dalam melakukan pelaksanaan pengadaan, penyaluran dan penggunaan pupuk bersubsidi di wilayah kerjanya.</p>	<p>pokok yang dampaknya dalam Daerah kabupaten/kota.</p> <p>d. Pengawasan pupuk dan pestisida tingkat Daerah kabupaten/Kota dalam melakukan pelaksanaan pengadaan, penyaluran dan penggunaan pupuk bersubsidi di wilayah kerjanya.</p> <p>e.</p>
4.	Pengembangan Ekspor	<p>a. Penyelenggaraan promosi dagang melalui pameran dagang internasional, pameran dagang nasional, dan pameran dagang lokal serta misi dagang bagi eksportir skala usaha besar, menengah dan kecil.</p> <p>b. Penyelenggaraan kegiatan kerjasama internasional pengembangan ekspor.</p> <p>c. Penerbitan izin penyelenggaraan pameran dagang dengan mengikutsertakan peserta dan/atau produk asal luar negeri.</p> <p>d. Penyelenggaraan kampanye pencitraan Indonesia skala internasional.</p>	<p>a. Penyelenggaraan promosi dagang melalui pameran dagang internasional, pameran dagang nasional, dan pameran dagang lokal serta misi dagang bagi produk ekspor unggulan yang terdapat pada lebih dari 1 (satu) Daerah kabupaten/kota dalam 1 (satu) Daerah provinsi.</p> <p>b. Penyelenggaraan kampanye pencitraan produk ekspor skala nasional (lintas Daerah provinsi).</p>	<p>a. Penyelenggaraan promosi dagang melalui pameran dagang nasional, pameran dagang lokal dan misi dagang bagi produk ekspor unggulan yang terdapat pada 1 (satu) Daerah kabupaten/kota.</p> <p>b. Penyelenggaraan kampanye pencitraan produk ekspor skala Daerah provinsi (lintas Daerah kabupaten/kota).</p>
5.	Standardisasi dan Perlindungan Konsumen	<p>a. Penyelenggaraan, pengendalian dan evaluasi perlindungan konsumen, standardisasi, dan mutu barang, serta pengawasan barang beredar dan/atau jasa di seluruh wilayah Republik Indonesia.</p> <p>b. Penyelenggaraan, pengendalian, dan evaluasi metrologi legal di seluruh wilayah Republik Indonesia.</p> <p>c. Penyelenggaraan metrologi legal dalam</p>	<p>Pelaksanaan perlindungan konsumen, pengujian mutu barang, dan pengawasan barang beredar dan/atau jasa di seluruh Daerah kabupaten/kota.</p>	<p>Pelaksanaan metrologi legal berupa tera, tera ulang dan pengawasan.</p>

		rangka penanganan khusus.		
--	--	---------------------------	--	--

Sumber: *Lampiran UU No 23 Tahun 2014.*

10. Tinjauan tentang Kemitraan

a. Konsep Kemitraan

Kemitraan dilihat dari perspektif etimologis diadaptasi dari kata *partnership*, dan berasal dari akar kata *partner*. *Partner* dapat diterjemahkan "pasangan, jodoh, sekutu, atau kampanyon". Makna *partnership* yang diterjemahkan menjadi persekutuan atau perkongsian (Ambar Teguh Sulistiyani. *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*. Gaya Media. Yogyakarta. 2004. hal. 129). Bertolak dari sini maka kemitraan dapat dimaknai sebagai bentuk persekutuan antara dua pihak atau lebih yang membentuk suatu ikatan kerjasama atas dasar kesepakatan dan rasa saling membutuhkan dalam rangka meningkatkan kapasitas dan kapabilitas di suatu bidang usaha tertentu, atau tujuan tertentu, sehingga dapat memperoleh hasil yang baik.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, arti kata mitra adalah teman, kawan kerja, rekan. Sementara kemitraan artinya perihal hubungan atau jalinan kerjasama sebagai mitra. Hafsah menjelaskan pengertian kemitraan

adalah suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan (Muhammad Jafar Hafsah, *Kemitraan Usaha*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1999, hal. 43)

Karena merupakan strategi bisnis maka keberhasilan kemitraan sangat ditentukan oleh adanya kepatuhan diantara yang bermitra dalam menjalankan etika bisnis. Hal demikian sesuai dengan pendapat Ian Linton yang mengatakan bahwa Kemitraan adalah sebuah cara melakukan bisnis

di mana pemasok dan pelanggan berniaga satu sama lain untuk mencapai tujuan bisnis bersama (Ibid, hal 10).

Menurut Anwar dalam Hafsah, pembangunan ekonomi dengan pola kemitraan dapat dianggap sebagai usaha yang paling menguntungkan (*maximum social benefit*), terutama ditinjau dari pencapaian tujuan pembangunan jangka panjang (Ibid, hal 12). Hal ini didasari oleh perwujudan cita-cita pola kemitraan untuk melaksanakan sistem perekonomian gotong royong antara mitra yang kuat dari segi permodalan, pasar, dan kemampuan teknologi bersama petani golongan lemah yang tidak berpengalaman. Tujuannya adalah meningkatkan produktivitas usaha dan kesejahteraan atas dasar kepentingan bersama.

Secara ekonomi, kemitraan didefinisikan sebagai:

- 1) Esensi kemitraan terletak pada kontribusi bersama, baik berupa tenaga (*labour*) maupun benda (*property*) atau keduanya untuk tujuan kegiatan ekonomi. Pengendalian kegiatan dilakukan bersama dimana pembagian keuntungan dan kerugian distribusi diantara dua pihak yang bermitra. (Burns, 1996 dalam Badan Agribisnis Departemen Pertanian, 1998);
- 2) "*Partnership* atau *Alliance*" adalah suatu asosiasi yang terdiri dari dua orang atau usaha yang sama-sama memiliki sebuah perusahaan dengan tujuan untuk mencari laba. (Winardi, 1971 dalam Agribisnis Departemen Pertanian, 1998);
- 3) Kemitraan adalah suatu persekutuan dari dua orang atau lebih sebagai pemilik bersama yang menjalankan suatu bisnis mencari keuntungan. (Spencer, 1977 dalam Badan Agribisnis Departemen Pertanian, 1998);

- 4) Suatu kemitraan adalah suatu perusahaan dengan sejumlah pemilik uang menikmati bersama keuntungan-keuntungan dari perusahaan dan masing-masing menanggung liabilitas yang tidak terbatas atas hutang-hutang perusahaan. (McEachern, 1988 dalam Badan Agribisnis Departemen Pertanian, 1998) (Mia Nur damayanti, *Kajian Pelaksanaan Kemitraan Dalam Meningkatkan Pendapatan Antara Petani Semangka di Kabupaten Kebumen Jawa Tengah dengan CV. Bimandiri*, IPB Press, Bogor, 2009, hal: 18) .

Sementara itu, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pasal 1 ayat 13 mengatakan bahwa yang dimaksud dengan kemitraan adalah kerjasama dalam keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan yang melibatkan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan Usaha Besar.

Kesemua definisi tersebut di atas, ternyata belum ada satu definisi yang memberikan definisi secara lengkap tentang kemitraan. Hal tersebut disebabkan karena para sarjana mempunyai titik fokus yang berbeda dalam memberikan definisi tentang kemitraan. Menurut Keint L. Fletcher dan Kamus Besar Bahasa Indonesia memandang kemitraan sebagai suatu jalinan kerjasama usaha untuk tujuan memperoleh keuntungan.

Berbeda dengan Muhammad Jafar Hafsah dan Ian Linton yang memandang kemitraan sebagai suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih, dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan. Tetapi dengan adanya perbedaan pendapat diantara para sarjana ini maka akan saling melengkapi diantara pendapat sarjana yang satu dengan yang lainnya, dan apabila dipadukan maka akan menghasilkan definisi yang lebih sempurna, bahwa kemitraan merupakan

jalanan kerjasama usaha yang merupakan strategi bisnis yang dilakukan antara dua pihak atau lebih dengan prinsip saling membutuhkan, saling memperbesar dan saling menguntungkan. Hubungan kerjasama tersebut tersirat adanya satu pembinaan dan pengembangan, hal ini dapat terlihat karena pada dasarnya masing-masing pihak pasti mempunyai kelemahan dan kelebihan, justru dengan kelemahan dan kelebihan masing-masing pihak akan saling melengkapi dalam arti pihak yang satu akan mengisi dengan cara melakukan pembinaan terhadap kelemahan yang lain dan sebaliknya.

b. Prinsip-Prinsip Kemitraan

Kemitraan memiliki prinsip-prinsip dalam pelaksanaannya. Wibisono merumuskan tiga prinsip penting dalam kemitraan, yaitu:

1) Kesetaraan atau keseimbangan (*equity*).

Pendekatannya bukan *top down* atau *bottom up*, bukan juga berdasarkan kekuasaan semata, namun hubungan yang saling menghormati, saling menghargai dan saling percaya. Untuk menghindari antagonisme perlu dibangun rasa saling percaya. Kesetaraan meliputi adanya penghargaan, kewajiban, dan ikatan.

2) Transparansi.

Transparansi diperlukan untuk menghindari rasa saling curiga antar mitra kerja. Meliputi transparansi pengelolaan informasi dan transparansi pengelolaan keuangan.

3) Saling menguntungkan.

Suatu kemitraan harus membawa manfaat bagi semua pihak yang terlibat (Yusuf Wibisono. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Fascho Publishing. Gresik. 2007. hal. 103).

c. Tujuan Kemitraan

Pada dasarnya maksud dan tujuan dari kemitraan adalah "*win-win solution partnership*". Kesadaran dan saling menguntungkan disini tidak berarti para partisipan dalam kemitraan tersebut harus memiliki kemampuan dan kekuatan yang sama, tetapi yang lebih dipentingkan adalah adanya posisi tawar yang setara berdasarkan peran masing-masing.

Berdasarkan pendekatan *cultural*, kemitraan bertujuan agar mitra usaha dapat mengadopsi nilai-nilai baru dalam berusaha seperti perluasan wawasan, prakarsa, kreativitas, berani mengambil resiko, etos kerja, kemampun aspek-aspek manajerial, bekerja atas dasar perencanaan, dan berwawasan kedepan.

Dalam kondisi yang ideal, tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaan kemitraan secara lebih konkrit adalah:

- 1) Meningkatkan pendapatan usaha kecil dan masyarakat;
- 2) Meningkatkan nilai tambah bagi pelaku kemitraan;
- 3) Meningkatkan dan pemberdayaan masyarakat dan usaha kecil;
- 4) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi pedesaan, wilayah dan nasional;
- 5) Memperluas lapangan kerja;
- 6) Meningkatkan ketahanan ekonomi nasional.

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Pasal 11 tercantum bahwa tujuan program kemitraan yaitu:

- 1) Mewujudkan kemitraan antar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah;
- 2) Mewujudkan kemitraan antar Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Usaha Besar;

- 3) Mendorong terjadinya hubungan yang saling menguntungkan dalam pelaksanaan transaksi usaha antar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah;
- 4) Mendorong terjadinya hubungan yang saling menguntungkan dalam pelaksanaan transaksi usaha antar Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Usaha Besar;
- 5) Mengembangkan kerjasama untuk meningkatkan posisi tawar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah;
- 6) Mendorong terbentuknya struktur pasar yang menjamin tumbuhnya persaingan usaha yang sehat dan melindungi konsumen; dan
- 7) Mencegah terjadinya penguasaan pasar dan pemusatan pasar oleh orang perorangan atau kelompok tertentu yang merugikan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

d. Pola (Bentuk) Kemitraan

Dalam proses implementasinya, kemitraan yang dijalankan tidak selamanya ideal karena dalam pelaksanaannya kemitraan yang dilakukan didasarkan pada kepentingan pihak yang bermitra. Menurut Wibisono, Kemitraan yang dilakukan antara perusahaan dengan pemerintah maupun komunitas/ masyarakat dapat mengarah pada tiga pola, diantaranya:

1) Pola kemitraan kontra produktif

Pola ini akan terjadi jika perusahaan masih berpijak pada pola konvensional yang hanya mengutamakan kepentingan *shareholders* yaitu mengejar profit sebesar-besarnya. Fokus perhatian perusahaan memang lebih bertumpu pada bagaimana perusahaan bisa meraup keuntungan secara maksimal, sementara hubungan dengan pemerintah

dan komunitas atau masyarakat hanya sekedar pemanis belaka. Perusahaan berjalan dengan targetnya sendiri, pemerintah juga tidak ambil peduli, sedangkan masyarakat tidak memiliki akses apapun kepada perusahaan. Hubungan ini hanya menguntungkan beberapa oknum saja, misalnya oknum aparat pemerintah atau preman ditengah masyarakat. Biasanya, biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan hanyalah digunakan untuk memelihara orang-orang tertentu saja. Hal ini dipahami, bahwa bagi perusahaan yang penting adalah keamanan dalam jangka pendek.

2) Pola Kemitraan Semiproduktif

Dalam skenario ini pemerintah dan komunitas atau masyarakat dianggap sebagai obyek dan masalah diluar perusahaan. Perusahaan tidak tahu program-program pemerintah, pemerintah juga tidak memberikan iklim yang kondusif kepada dunia usaha dan masyarakat bersifat pasif. Pola kemitraan ini masih mengacu pada kepentingan jangka pendek dan belum atau tidak menimbulkan *sense of belonging* di pihak masyarakat dan *low benefit* dipihak pemerintah. Kerjasama lebih mengedepankan aspek karitatif atau *public relation*, dimana pemerintah dan komunitas atau masyarakat masih lebih dianggap sebagai objek. Dengan kata lain, kemitraan masih belum strategis dan masih mengedepankan kepentingan sendiri (*self interest*) perusahaan, bukan kepentingan bersama (*commont interest*) antara perusahaan dengan mitranya.

3) Pola Kemitraan Produktif

Pola kemitraan ini menempatkan mitra sebagai subyek dan dalam paradigma *commont interest*. Prinsip simbiosis mutualisme sangat

kental pada pola ini. Perusahaan mempunyai kepedulian sosial dan lingkungan yang tinggi, pemerintah memberikan iklim yang kondusif bagi dunia usaha dan masyarakat memberikan dukungan positif kepada perusahaan. Bahkan bisa jadi mitra dilibatkan pada pola hubungan *resourced based patnership*, dimana mitra diberi kesempatan menjadi bagian dari *shareholders*. Sebagai contoh, mitra memperoleh saham melalui *stock ownership* Program.

Selanjutnya berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah, kemitraan diartikan sebagai kerja sama dalam keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan yang melibatkan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan Usaha Besar.

Kemitraan antara Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah dengan Usaha Besar dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip Kemitraan dan menjunjung etika bisnis yang sehat. Prinsip Kemitraan meliputi:

- a. saling membutuhkan;
- b. saling mempercayai;
- c. saling memperkuat; dan
- d. saling menguntungkan.

Kemitraan mencakup proses alih keterampilan bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, permodalan, sumber daya manusia, dan teknologi sesuai dengan pola Kemitraan. Pola Kemitraan sebagaimana dimaksud meliputi:

- 1) Inti-plasma;

Dalam pola Kemitraan inti-plasma:

- a) Usaha Besar berkedudukan sebagai inti, Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah berkedudukan sebagai plasma; atau
- b) Usaha Menengah berkedudukan sebagai inti, Usaha Mikro dan Usaha Kecil berkedudukan sebagai plasma.

2) Subkontrak;

Dalam pola Kemitraan subkontrak:

- a) Usaha Besar berkedudukan sebagai kontraktor, Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah berkedudukan sebagai subkontraktor; atau
- b) Usaha Menengah berkedudukan sebagai kontraktor, Usaha Mikro dan Usaha Kecil berkedudukan sebagai subkontraktor.

3) Waralaba;

Dalam pola Kemitraan waralaba:

- a) Usaha Besar berkedudukan sebagai pemberi waralaba, Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah berkedudukan sebagai penerima waralaba; atau
- b) Usaha Menengah berkedudukan sebagai pemberi waralaba, Usaha Mikro dan Usaha Kecil berkedudukan sebagai penerima waralaba.

Usaha Besar yang memperluas usahanya dengan cara waralaba memberikan kesempatan dan mendahulukan Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah yang memiliki kemampuan. Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah yang akan mengembangkan usaha dengan menerapkan sistem bisnis melalui pemasaran barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan

dan/atau dipergunakan oleh pihak lain, dapat melakukan Kemitraan dengan pola waralaba sebagai pemberi waralaba.

4) Perdagangan umum;

Dalam pola Kemitraan perdagangan umum:

- a) Usaha Besar berkedudukan sebagai penerima barang, Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah berkedudukan sebagai pemasok barang; atau
- b) Usaha Menengah berkedudukan sebagai penerima barang, Usaha Mikro dan Usaha Kecil berkedudukan sebagai pemasok barang.

Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah sebagai pemasok barang memproduksi barang atau jasa bagi mitra dagangnya.

Kemitraan usaha dengan pola perdagangan umum, dapat dilakukan dalam bentuk kerja sama pemasaran, penyediaan lokasi usaha, atau menerima pasokan dari Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah oleh Usaha Besar yang dilakukan secara terbuka. Pemenuhan kebutuhan barang dan jasa yang diperlukan oleh Usaha Besar atau Usaha Menengah dilakukan dengan mengutamakan pengadaan hasil produksi Usaha Kecil atau Usaha Mikro sepanjang memenuhi standar mutu barang dan jasa yang diperlukan. Pengaturan sistem pembayaran dalam bentuk kerja sama Kemitraan perdagangan umum dilakukan dengan tidak merugikan salah satu pihak.

5) Distribusi dan keagenan;

Dalam pola Kemitraan distribusi dan keagenan:

- a) Usaha Besar memberikan hak khusus memasarkan barang dan jasa kepada Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah; atau
- b) Usaha Menengah memberikan hak khusus memasarkan barang dan jasa kepada Usaha Mikro dan Usaha Kecil.

6) Bagi hasil:

Dalam pola Kemitraan bagi hasil:

- a) Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah berkedudukan sebagai pelaksana yang menjalankan usaha yang dibiayai atau dimiliki oleh Usaha Besar; atau
- b) Usaha Mikro dan Usaha Kecil berkedudukan sebagai pelaksana yang menjalankan usaha yang dibiayai atau dimiliki oleh Usaha Menengah.

Masing-masing pihak yang bermitra dengan pola bagi hasil memberikan kontribusi sesuai dengan kemampuan dan sumber daya yang dimiliki serta disepakati kedua belah pihak yang bermitra. Besarnya pembagian keuntungan yang diterima atau kerugian yang ditanggung masing-masing pihak yang bermitra dengan pola bagi hasil berdasarkan pada perjanjian yang disepakati.

7) Kerja sama operasional;

Dalam pola Kemitraan kerja sama operasional:

- a) antara Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah dengan Usaha Besar menjalankan usaha yang sifatnya sementara sampai dengan pekerjaan selesai; atau

b) antara Usaha Mikro dan Usaha Kecil dengan Usaha Menengah menjalankan usaha yang sifatnya sementara sampai dengan pekerjaan selesai.

8) Usaha patungan (*joint venture*);

Usaha Mikro, Usaha Kecil, atau Usaha Menengah lokal dalam melaksanakan kegiatan usahanya dapat melakukan Kemitraan usaha dengan Usaha Besar asing melalui pola usaha patungan (*joint venture*) dengan cara menjalankan aktifitas ekonomi bersama dengan mendirikan perusahaan baru. Usaha Mikro dan Usaha Kecil lokal dalam melaksanakan kegiatan usahanya dapat melakukan Kemitraan usaha dengan Usaha Menengah asing melalui pola usaha patungan (*joint venture*) dengan cara menjalankan aktifitas ekonomi bersama dengan mendirikan perusahaan baru.

Pendirian perusahaan baru dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Selanjutnya dalam menjalankan aktifitas ekonomi bersama para pihak berbagi secara proporsional dalam pemilikan saham, keuntungan, risiko, dan manajemen perusahaan.

9) Penyumberluaran (*outsourcing*);

Usaha Mikro, Usaha Kecil, atau Usaha Menengah dapat bermitra dengan Usaha Besar dengan Kemitraan pola penyumberluaran, untuk mengerjakan pekerjaan atau bagian pekerjaan di luar pekerjaan utama Usaha Besar. Usaha Mikro atau Usaha Kecil dapat bermitra dengan Usaha Menengah dengan Kemitraan pola penyumberluaran,

untuk mengerjakan pekerjaan atau bagian pekerjaan di luar pekerjaan utama Usaha Menengah.

Kemitraan pola penyumberluaran dijalankan pada bidang dan jenis usaha yang bukan merupakan pekerjaan pokok dan/atau bukan komponen pokok.

Dalam pola Kemitraan penyumberluaran:

- a) Usaha Besar berkedudukan sebagai pemilik pekerjaan, Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah berkedudukan sebagai penyedia dan pelaksana jasa pekerjaan; atau
- b) Usaha Menengah berkedudukan sebagai pemilik pekerjaan, Usaha Mikro dan Usaha Kecil berkedudukan sebagai penyedia dan pelaksana jasa pekerjaan.

Pelaksanaan pola Kemitraan penyumberluaran dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

10) bentuk kemitraan lainnya.

Selain Kemitraan sebagaimana disebutkan di atas, antar Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah dapat melakukan Kemitraan lain.

Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, atau Usaha Besar dalam melakukan pola Kemitraan dilarang memutuskan hubungan hukum secara sepihak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Setiap bentuk Kemitraan yang dilakukan oleh Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah dituangkan dalam perjanjian Kemitraan. Perjanjian Kemitraan sebagaimana dimaksud dibuat secara tertulis dalam Bahasa Indonesia. Dalam hal salah satu pihak merupakan orang atau

badan hukum asing, perjanjian Kemitraan dibuat dalam Bahasa Indonesia dan bahasa asing.

Perjanjian Kemitraan memuat paling sedikit:

- a. kegiatan usaha;
- b. hak dan kewajiban masing-masing pihak;
- c. bentuk pengembangan;
- d. jangka waktu; dan
- e. penyelesaian perselisihan.

Dalam kemitraan, Pemerintah dan Pemerintah Daerah memiliki beberapa peran. Pemerintah dan Pemerintah Daerah mengatur: a) Usaha Besar untuk membangun Kemitraan dengan Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah; atau b) Usaha Menengah untuk membangun Kemitraan dengan Usaha Mikro dan Usaha Kecil.

Untuk melaksanakan peran Pemerintah dan Pemerintah Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Pemerintah dan Pemerintah Daerah wajib:

- 6) menyediakan data dan informasi pelaku Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah yang siap bermitra;
- 7) mengembangkan proyek percontohan Kemitraan;
- 8) memfasilitasi dukungan kebijakan; dan
- 9) melakukan koordinasi penyusunan kebijakan dan program pelaksanaan, pemantauan, evaluasi serta pengendalian umum terhadap pelaksanaan Kemitraan.

C. Kajian Terhadap Asas Terkait Dengan Penyusunan Norma

Tentang berlakunya perundang-undangan atau undang-undang dalam arti materiel, dikenal adanya beberapa asas. Azas-azas itu dimaksudkan, agar perundang-undangan mempunyai akibat yang positif, apabila benar-benar dijadikan pegangan dalam penerapannya, walaupun untuk hal itu masih diperlukan suatu penelitian yang mendalam, untuk mengungkapkan kebenarannya.

Beberapa asas yang lazim dikenal antara lain sebagai berikut:

- a. Peraturan perundang-undangan atau undang-undang tidak berlaku surut.
- b. Peraturan perundang-undangan atau undang-undang, dibuat penguasa yang, lebih tinggi, mempunyai kedudukan yang lebih tinggi pula. Hal ini mempunyai akibat-akibat sebagai berikut:
 - 1) Peraturan yang lebih tinggi tidak dapat diubah atau dihapuskan oleh peraturan yang lebih rendah, akan tetapi proses sebaliknya adalah dimungkinkan.
 - 2) Hal-hal yang wajib diatur oleh peraturan perundang-undangan tertentu yang lebih tinggi (misalnya UU) tidak mungkin diatur oleh peraturan yang lebih rendah (misalnya Perda), akan tetapi proses sebaliknya adalah dimungkinkan.
 - 3) Isi peraturan yang lebih rendah tidak boleh bertentangan dengan isi peraturan yang lebih tinggi/atas. Keadaan sebaliknya adalah mungkin dan kalau hal itu terjadi, maka peraturan rendahan itu menjadi batal.
 - 4) Peraturan yang lebih rendah dapat merupakan peraturan pelaksanaan dan peraturan atasan sebaliknya adalah tidak.
- c. Azas yang menyatakan bahwa peraturan perundang-undangan atau undang-undang yang bersifat khusus menyampingkan undang-undang yang bersifat umum, jika pembuatannya sama. Maksudnya adalah terhadap peristiwa khusus wajib diperlakukan undang-undang yang menyebut peristiwa itu, walaupun untuk peristiwa khusus itu dapat pula

diperlakukan undang-undang yang menyebut peristiwa yang lebih luas atau lebih umum.

- d. Peraturan perundang-undangan atau undang-undang yang baru mengesampingkan yang terdahulu. Artinya adalah, bahwa undang-undang lain yang lebih dahulu berlaku dimana diatur suatu hal tertentu, tidak berlaku lagi jika undang-undang baru (yang berlaku belakangan) yang mengatur pula hal tertentu akan tetapi makna dan tujuannya berlainan atau berlawanan dengan undang-undang yang lama tersebut.
- e. Peraturan perundang-undangan atau undang-undang sebagai sarana untuk semaksimal mungkin mencapai kesejahteraan spritual dan material bagi masyarakat maupun mencapai pribadi, dilakukan melalui pembaharuan dan pelestarian.

Agar supaya pembentukan undang-undang tidak sewenang-wenang makna diperlukan syarat-syarat sebagai berikut.

- a. Keterbukaan yakni bahwa sidang-sidang pembentukan undang-undang serta sikap tindakan pihak eksekutif dalam penyusunan perundang-undangan diumumkan, agar ada tanggapan dari warga masyarakat yang berminat.
- b. Memberikan hak kepada warga masyarakat untuk mengajukan usul tertulis kepada penguasa, dengan cara-cara sebagai berikut.
 - 1) Penguasa mengundang mereka yang berminat untuk menghadiri suatu pembicaraan penting yang menyangkut suatu peraturan dibidang kehidupan tertentu.
 - 2) Suatu departemen mengandung organisasi-organisasi tertentu untuk memberikan usul-usul tentang rancangan undang-undang tertentu pula.
 - 3) Acara dengar pendapat di Dewan Perwakilan Rakyat.
 - 4) Pembentukan komisi-komisi penasehat yang terdiri dari tokoh-tokoh dan ahli-ahli terkemuka (Soerjono Soekanto, 1987 : 8).

Secara logis tidak mungkin peraturan-peraturan akan dapat mencakup dan memperhitungkan semua perkembangan yang terjadi dalam masyarakat untuk mengurangi kelemahan-kelemahan tersebut, maka dapatlah ditempuh cara-cara sebagaimana dikemukakan di atas. Namun demikian harus tetap diakui bahwa pengaruh pribadi pasti akan ada pada pembentukan undang-undang (Soerjono Soekanto, 1987: 8).

Erat hubungannya dengan azas-azas perundang-undangan adalah tata urutan peraturan perundang-undangan, sebagaimana diatur dalam Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor III/MPR/2000 tentang Sumber Hukum dan Tata Urutan Perundang-undangan, atau Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Perundang-Undang sebagaimana diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2022 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Perundang-Undang.

Sumber Hukum menurut Ketetapan MPR tersebut adalah sumber yang dijadikan bahan untuk penyusunan peraturan perundang-undangan. Sedangkan tata urutan peraturan perundang-undangan merupakan pedoman dalam pembuatan aturan hukum di bawahnya. Tata urutan perundang-undangan Republik Indonesia menurut Ketetapan MPR Nomor III/MPR/2000 adalah sebagai berikut.

1. Undang-undang Dasar 1945
2. Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia.
3. Undang-undang
4. Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang (PERPU)
5. Peraturan Pemerintah
6. Keputusan Presiden
7. Peraturan Daerah.

Menurut Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 jenis dan hierarki Peraturan Perundang-undangan adalah sebagai berikut:

1. Undang-undang Dasar Negara Republi Indonesia Tahun 1945;
2. Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia;
3. Undang-Undang/Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang;
4. Peraturan Pemerintah;
5. Peraturan Presiden;
6. Peraturan Daerah Provinsi; dan
7. Peraturan Daerah Kabupaten/Kota.

Dalam membentuk Peraturan Daerah harus dilakukan berdasarkan pada asas Pembentukan Peraturan Perundang-undangan yang baik, yang meliputi asas-asas sebagai berikut:

- a. Asas Kejelasan tujuan: Yang dimaksud dengan “asas kejelasan tujuan” adalah bahwa setiap Pembentukan Peraturan Perundang-undangan harus mempunyai tujuan yang jelas yang hendak dicapai.
- b. Asas kelembagaan atau pejabat pembentuk yang tepat: Yang dimaksud dengan “asas kelembagaan atau pejabat pembentuk yang tepat” adalah bahwa setiap jenis Peraturan Perundang-undangan harus dibuat oleh lembaga negara atau pejabat Pembentuk Peraturan Perundang-undangan yang berwenang. Peraturan Perundang-undangan tersebut dapat dibatalkan atau batal demi hukum apabila dibuat oleh lembaga negara atau pejabat yang tidak berwenang.
- c. Asas kesesuaian antara jenis, hierarki, dan materi muatan: Yang dimaksud dengan “asas kesesuaian antara jenis, hierarki, dan materi muatan” adalah bahwa dalam Pembentukan Peraturan Perundang-undangan harus benarbenar memperhatikan materi muatan yang tepat sesuai dengan jenis dan hierarki Peraturan Perundang-undangan.
- d. Asas dapat dilaksanakan: Yang dimaksud dengan “asas dapat dilaksanakan” adalah bahwa setiap Pembentukan Peraturan Perundang-undangan harus memperhitungkan efektivitas Peraturan Perundangundangan tersebut di dalam masyarakat, baik secara filosofis, sosiologis, maupun yuridis.

- e. Asas kedayagunaan dan kehasilgunaan: Yang dimaksud dengan "asas kedayagunaan dan kehasilgunaan" adalah bahwa setiap Peraturan Perundang-undangan dibuat karena memang benar-benar dibutuhkan dan bermanfaat dalam mengatur kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.
- f. Asas kejelasan tujuan: Yang dimaksud dengan "asas kejelasan rumusan" adalah bahwa setiap Peraturan Perundang-undangan harus memenuhi persyaratan teknis penyusunan Peraturan Perundang-undangan, sistematika, pilihan kata atau istilah, serta bahasa hukum yang jelas dan mudah dimengerti sehingga tidak menimbulkan berbagai macam interpretasi dalam pelaksanaannya.
- g. Asas keterbukaan: Yang dimaksud dengan "asas keterbukaan" adalah bahwa dalam Pembentukan Peraturan Perundang-undangan mulai dari perencanaan, penyusunan, pembahasan, pengesahan atau penetapan, dan pengundangan bersifat transparan dan terbuka. Dengan demikian, seluruh lapisan masyarakat mempunyai kesempatan yang seluas-luasnya untuk memberikan masukan dalam

Pembentukan peraturan perundang-undangan selain memenuhi asas pembentukan peraturan daerah seperti dijelaskan diatas, peraturan daerah harus menselaraskan materi atau muatan yang terdapat dalam rancangannya dengan asas-asas sebagai berikut:

- a. pengayoman; Yang dimaksud dengan "asas pengayoman" adalah bahwa setiap Materi Muatan Peraturan Perundang-undangan harus berfungsi memberikan perlindungan untuk menciptakan ketentraman masyarakat.
- b. kemanusiaan; Yang dimaksud dengan "asas kemanusiaan" adalah bahwa setiap Materi Muatan Peraturan Perundang-undangan harus mencerminkan perlindungan dan penghormatan hak asasi manusia serta harkat dan martabat setiap warga negara dan penduduk Indonesia secara proporsional.
- c. kebangsaan; Yang dimaksud dengan "asas kebangsaan" adalah bahwa setiap Materi Muatan Peraturan Perundang-undangan harus mencerminkan sifat dan watak bangsa Indonesia yang majemuk dengan tetap menjaga prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia.

- d. kekeluargaan; Yang dimaksud dengan “asas kekeluargaan” adalah bahwa setiap Materi Muatan Peraturan Perundangundangan harus mencerminkan musyawarah untuk mencapai mufakat dalam setiap pengambilan keputusan.
- e. kenusantaraan; Yang dimaksud dengan “asas kenusantaraan” adalah bahwa setiap Materi Muatan Peraturan Perundangundangan senantiasa memperhatikan kepentingan seluruh wilayah Indonesia dan materi muatan peraturan perundang-undangan yang dibuat di daerah merupakan bagian dari sistem hukum nasional yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- f. Bhinneka tunggal ika; Yang dimaksud dengan “asas bhinneka tunggal ika” adalah bahwa Materi Muatan Peraturan Perundangundangan harus memperhatikan keragaman penduduk, agama, suku dan golongan, kondisi khusus daerah serta budaya dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.
- g. keadilan; Yang dimaksud dengan “asas keadilan” adalah bahwa setiap Materi Muatan Peraturan Perundang-undangan harus mencerminkan keadilan secara proporsional bagi setiap warga negara.
- h. kesamaan kedudukan dalam hukum dan pemerintahan; Yang dimaksud dengan “asas kesamaan kedudukan dalam hukum dan pemerintahan” adalah bahwa setiap Materi Muatan Peraturan Perundang-undangan tidak boleh memuat hal yang bersifat membedakan berdasarkan latar belakang, antara lain, agama, suku, ras, golongan, gender, atau status sosial.
- i. ketertiban dan kepastian hukum; Yang dimaksud dengan “asas ketertiban dan kepastian hukum” adalah bahwa setiap Materi Muatan Peraturan Perundang-undangan harus dapat mewujudkan ketertiban dalam masyarakat melalui jaminan kepastian hukum.
- j. keseimbangan, keserasian, dan keselarasan; Yang dimaksud dengan “asas keseimbangan, keserasian, dan keselarasan” adalah bahwa setiap Materi Muatan Peraturan Perundang-undangan harus mencerminkan keseimbangan, keserasian, dan keselarasan, antara kepentingan individu, masyarakat dan kepentingan bangsa dan negara.

Kajian terhadap asas/prinsip yang terkait dengan penyusunan norma pembangunan keluarga ini memperhatikan berbagai aspek prinsip-prinsip dalam pembangunan keluarga yang harus menjwai atau mainstreaming bagi setiap langkah legislasi atau pembuatan undang-undang dan kebijakan yang dilakukan oleh berbagai pihak dalam menyelenggarakan pembangunan keluarga.

Berdasarkan ketentuan Pasal 2 UU No 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan sebagaimana diubah beberapa kali terakhir UU No 6 Tahun 2023 tentang Penetapan PERPU No 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi UU, disebutkan bahwa kebijakan Perdagangan disusun berdasarkan asas:

- a. kepentingan nasional;
- b. kepastian hukum;
- c. adil dan sehat;
- d. keamanan berusaha;
- e. akuntabel dan transparan;
- f. kemandirian;
- g. kemitraan;
- h. kemanfaatan;
- i. kesederhanaan;
- j. kebersamaan; dan
- k. berwawasan lingkungan.

D. Kajian Terhadap Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan Di Kabupaten Nganjuk dan Permasalahan Yang Dihadapi Masyarakat

1. Gambaran Umum Wilayah Kabupaten Nganjuk

Kabupaten Nganjuk merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang terletak di bagian barat Provinsi Jawa Timur. Secara Astronomis Kabupaten Nganjuk terletak pada koordinat 111°5' sampai dengan 111°13' Bujur Timur dan 7°20' sampai dengan 7°50' Lintang Selatan.

Berdasarkan letak geografisnya, Kabupaten Nganjuk berada di wilayah bukan tepi laut. Kabupaten Nganjuk memiliki batas-batas:

- a. sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Bojonegoro;
- b. sebelah selatan Kabupaten Kediri dan Trenggalek;
- c. sebelah timur: Kabupaten Jombang dan Kediri; dan
- d. sebelah barat: Kabupaten Ponorogo dan Madiun.

Kabupaten Nganjuk memiliki 20 kecamatan dengan luas wilayah sebesar 1.224,33 km², dimana wilayah yang paling luas berada di Kecamatan Rejos, yaitu sebesar 151,66 km² dan paling kecil di wilayah Kecamatan Nganjuk dengan luas 22,59 km².

Jumlah curah hujan yang terjadi di Kabupaten Nganjuk selama tahun 2023 tertinggi terjadi pada bulan Maret yaitu 471,80 mm/bulan, dan terendah di bulan Juni yaitu 0,50 mm/ bulan. Sementara rata-rata penyinaran matahari paling banyak terjadi pada bulan Oktober sebesar 9,58 jam, dan paling rendah di bulan April sebesar 2,90 jam.

Secara Administrasi pemerintahan, Kabupaten Nganjuk terdiri dari 20 kecamatan, 20 kelurahan, dan 264 desa. Kecamatan Rejos merupakan wilayah yang banyak memiliki desa/kelurahan (24 desa/ kelurahan). Sementara Kecamatan Wilangan dan Ngluyu yang paling sedikit memiliki desa/kelurahan (6 desa/kelurahan).

Jumlah Desa/Kelurahan Menurut Kecamatan di Kabupaten Nganjuk, 2019-2023:

Kecamatan District	2019	2020	2021	2022	2023
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Sawahan	9	9	9	9	9
Ngetos	9	9	9	9	9
Berbek	19	19	19	19	19
Loceret	22	22	22	22	22
Pace	18	18	18	18	18
Tanjunganom	16	16	16	16	16
Prambon	14	14	14	14	14
Ngronggot	13	13	13	13	13
Kertosono	14	14	14	14	14
Patianrowo	11	11	11	11	11
Baron	11	11	11	11	11
Gondang	17	17	17	17	17
Sukomoro	12	12	12	12	12
Nganjuk	15	15	15	15	15
Bagor	21	21	21	21	21
Wilangan	6	6	6	6	6
Rejoso	24	24	24	24	24
Ngluyu	6	6	6	6	6
Lengkong	16	16	16	16	16
Jatikalen	11	11	11	11	11
Nganjuk	284	284	284	284	284

Sumber: Kabupaten Nganjuk Dalam Angka Tahun 2024

Peta wilayah Kabupaten Nganjuk dapat disajikan dalam gambar berikut:

Industri dan perdagangan merupakan salah satu sektor perekonomian di Kabupaten Nganjuk. Jumlah sarana perdagangan di Kabupaten Nganjuk dalam 2 tahun terakhir tidak mengalami perubahan.

Tahun 2023 jumlah industri di Kabupaten Nganjuk sebanyak 17.798 unit dan mengalami kenaikan sebesar 936 unit atau 6 persen dibanding tahun 2022. Industri kerajinan rumah tangga mengalami kenaikan yang lebih tinggi dibanding industri kecil, masing-masing sebanyak 775 unit dan 161 unit.

Industri kecil yang paling banyak diusahakan di Kabupaten Nganjuk adalah industri mebel alat rumah tangga dari kayu yang jumlahnya mencapai 249 unit atau naik 3 unit dibanding tahun 2022, sementara industri kerajinan rumah tangga paling banyak adalah industri anyam- anyaman yang mencapai 4.128 unit. Industri kecil dan kerajinan rumah tangga yang banyak diusahakan dan menyerap banyak tenaga kerja adalah batu merah sebanyak 3.510 unit dengan tenaga kerja sebanyak 9.430 karyawan.

Tahun 2023, Industri besar/ sedang di Kabupaten Nganjuk tidak mengalami perubahan dibanding 4 tahun sebelumnya, dimana Industri yang paling banyak diusahakan adalah open tembakau sebanyak 23 unit, dan industri yang banyak membutuhkan tenaga kerja adalah industri rokok dengan menyerap tenaga kerja sebanyak 3.245 karyawan.

Untuk memberikan gambaran jumlah industri di Kabupaten Nganjuk berikut disajikan tabel masing-masing sebagai berikut.

Tabel: Jumlah Industri Menurut Jenisnya di Kabupaten Nganjuk (unit), 2020–
2023

Jenis Industri <i>Type of Industries</i>	2020	2021	2022	2023
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kecil	1.331	1.327	1.369	1.530
Kerajinan Rumah tangga	15.428	15.451	15.493	16.268
Jumlah/Total	16.759	16.778	16.862	17.798

Sumber: Kabupaten Nganjuk Dalam Angka Tahun 2024.

Tabel: Banyaknya Industri Kecil Menurut Jenis Industri di Kabupaten Nganjuk,
2020–2023

Jenis Industri Kind of Industry	2020	2021	2022	2023
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
01.Industri Rokok	18	18	18	34
02.Industri Krupuk	80	80	82	86
03.Industri Kue (Roti)	61	64	70	79
04.Industri Open Tembakau	18	18	18	18
05.Mebel Alat Rumah Tangga dari Kayu	242	244	246	249
06. Industri Kecap	1	1	1	1
07. Industri Sabun	1	1	1	1
08. Industri Es Lilin	2	2	2	2
09.Minyak Kelapa (Klentikan)	-	-	-	-
10.Sayangan	3	3	3	3
11.Pandai Besi	25	25	25	25
12.Industri Gula Tebu	3	3	3	3
13.Industri Anggur Jamu Jawa	11	11	11	11
14.Industri Klobot Besus Manis	-	-	-	-
15.Pertukangan Emas	4	4	4	4
16.Pertukangan Kayu Bermesin	10	10	10	10
17. Industri Tahu	108	110	115	130
18. Industri Tempe	108	108	111	125
19.Anyam-anyaman	8	8	8	8
20. Industri Grabah / Genting	29	29	29	29
21. Industri Batu Merah	63	63	63	63
22.Percetakan	15	15	15	16
23.Kerajinan Wayang Kulit	3	3	3	3
24. Industri Tegel	7	7	7	7
25. Industri Kok (Bola Bulu Tangkis)	55	55	55	63
26. Industri Gamelan	2	2	2	2
27. Industri Minyak Atsiri	36	36	36	36
28. Industri Garam	2	2	2	2
29. Industri Lain-lain	416	405	429	520
Nganjuk	1.331	1.327	1.369	1.530

Sumber: Kabupaten Nganjuk Dalam Angka Tahun 2024.

Tabel: Banyaknya Industri Kerajinan Rumahtangga Menurut Jenis Industri di
Kabupaten Nganjuk, 2020-2023.

Jenis Industri <i>Kind of Industry</i>	2020	2021	2022	2023
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
01.Industri Rokok	-	-	-	19
02.Industri Krupuk	442	444	448	452
03.Industri Kue (Roti)	293	296	299	302
04.Industri Open Tembakau	-	-	-	-
05.Mebel Alat Rumah Tangga dari Kayu	707	707	707	707
06. Industri Kecap	-	-	-	-
07. Industri Sabun	-	-	-	-
08. Industri Es Lilin	193	193	193	190
09.Minyak Kelapa (Klentikan)	-	-	-	-
10.Sayangan	150	150	150	150
11.Pandai Besi	140	140	140	140
12.Industri Gula Tebu	-	-	-	7
13.Industri Anggur Jamu Jawa	163	163	163	163
14.Industri Klobot Besus Manis	-	-	-	-
15.Pertukangan Emas	-	-	-	1
16.Pertukangan Kayu Bermesin	-	-	-	20
17. Industri Tahu	2.123	2.126	2.129	2.132
18. Industri Tempe	2.074	2.079	2.084	2.089
19.Anyam-anyaman	4.128	4.128	4.128	4.128
20. Industri Grabah / Genting	1.022	1.022	1.022	1.024
21. Industri Batu Merah	3.423	3.426	3.426	3.426
22.Percetakan	13	13	13	14
23.Kerajinan Wayang Kulit	12	12	12	12
24. Industri Tegel	3	3	3	3
25. Industri Kok (Bola Bulu Tangkis)	277	279	279	281
26. Industri Gamelan	-	-	-	2
27. Industri Minyak Atsiri	-	-	-	70
28. Industri Garam	-	-	-	-
29. Industri Lain-lain	265	270	297	936
Nganjuk	15.428	15.451	15.493	16.268

Sumber: Kabupaten Nganjuk Dalam Angka Tahun 2024.

Tabel: Industri Besar / Sedang Menurut Jenis Hasil Kegiatannya di Kabupaten Nganjuk, 2023

Kecamatan <i>District</i>	Meubel/ <i>Furniture</i>		Rokok/ <i>Cigarette</i>	
	Unit Usaha <i>Business Unit</i>	Tenaga Kerja <i>Man Power</i>	Unit Usaha <i>Business Unit</i>	Tenaga Kerja <i>Man Power</i>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Sawahan	-	-	-	-
Ngetos	-	-	-	-
Berbek	3	96	6	791
Loceret	2	45	-	-
Pace	1	37	1	29
Tanjunganom	-	-	2	144
Prambon	-	-	-	-
Ngronggot	-	-	1	25
Kertosono	-	-	-	-
Patianrowo	-	-	-	-
Baron	2	50	-	-
Gondang	-	-	-	-
Sukomoro	2	57	-	-
Nganjuk	-	-	5	336
Bagor	1	23	3	1.719
Wilangan	-	-	-	-
Rejoso	2	48	-	26
Ngluyu	1	21	-	-
Lengkong	-	-	1	175
Jatikalen	-	-	-	-
Nganjuk	14	377	19	3.245

Sumber: Kabupaten Nganjuk Dalam Angka Tahun 2024

Kecamatan <i>District</i>	Kertas/ <i>Paper</i>		Oven Tembakau/ <i>Tobacco Oven</i>	
	Unit Usaha <i>Business Unit</i>	Tenaga Kerja <i>Man Power</i>	Unit Usaha <i>Business Unit</i>	Tenaga Kerja <i>Man Power</i>
(1)	(6)	(7)	(8)	(9)
Sawahan	-	-	-	-
Ngetos	-	-	-	-
Berbek	-	-	-	-
Loceret	-	-	-	-
Pace	-	-	-	-
Tanjunganom	-	-	-	-
Prambon	-	-	-	-
Ngronggot	-	-	-	-
Kertosono	1	1.585	-	-
Patianrowo	-	-	1	25
Baron	-	-	-	-
Gondang	-	-	2	149
Sukomoro	-	-	-	-
Nganjuk	-	-	-	-
Bagor	-	-	1	128
Wilangan	-	-	-	-
Rejoso	-	-	1	25
Ngluyu	-	-	3	72
Lengkong	-	-	15	407
Jatikalen	-	-	-	-
Nganjuk	1	1.585	23	806

Kecamatan <i>District</i>	Shuttlecock		Lainnya/ <i>Other</i>	
	Unit Usaha <i>Business Unit</i>	Tenaga Kerja <i>Man Power</i>	Unit Usaha <i>Business Unit</i>	Tenaga Kerja <i>Man Power</i>
(1)	(10)	(11)	(12)	(13)
Sawahan	-	-	2	80
Ngetos	-	-	-	-
Berbek	-	-	1	41
Loceret	3	122	8	316
Pace	-	-	3	95
Tanjunganom	-	-	6	164
Prambon	-	-	38	243
Ngronggot	-	-	3	120
Kertosono	-	-	6	194
Patianrowo	-	-	1	1.578
Baron	-	-	5	151
Gondang	-	-	3	70
Sukomoro	9	289	1	25
Nganjuk	3	110	10	412
Bagor	-	-	5	171
Wilangan	-	-	-	-
Rejoso	-	-	2	30
Ngluyu	-	-	-	-
Lengkong	-	-	1	20
Jatikalen	-	-	-	-
Nganjuk	15	521	95	3.710

Sumber: Kabupaten Nganjuk Dalam Angka Tahun 2024

Tabel: Industri Kecil dan Kerajinan Rumahtangga Menurut Jenis Hasil
Kegiatannya di Kabupaten Nganjuk, 2023

Kecamatan <i>District</i>	Tahu/Tofu		Tempe/Tempeh	
	Unit Usaha <i>Business Unit</i>	Tenaga Kerja <i>Man Power</i>	Unit Usaha <i>Business Unit</i>	Tenaga Kerja <i>Man Power</i>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Sawahan	15	110	38	278
Ngetos	18	85	43	295
Berbek	33	131	95	219
Loceret	79	548	170	928
Pace	303	649	68	157
Tanjunganom	219	530	140	420
Prambon	310	490	178	559
Ngronggot	176	381	90	304
Kertosono	180	349	342	651
Patianrowo	104	330	86	276
Baron	52	172	88	274
Gondang	56	135	119	272
Sukomoro	78	243	125	391
Nganjuk	220	470	174	460
Bagor	130	614	130	671
Wilangan	30	70	82	213
Rejoso	137	485	85	258
Ngluyu	14	75	41	149
Lengkong	16	50	66	324
Jatikalen	15	71	40	144
Nganjuk	2.185	5.988	2.200	7.243

Kecamatan <i>District</i>	Krupuk/Crackers		Rokok/Cigarette	
	Unit Usaha <i>Business Unit</i>	Tenaga Kerja <i>Man Power</i>	Unit Usaha <i>Business Unit</i>	Tenaga Kerja <i>Man Power</i>
(1)	(6)	(7)	(8)	(9)
Sawahan	2	13	-	-
Ngetos	-	-	2	20
Berbek	37	155	9	869
Loceret	88	553	4	365
Pace	49	152	7	343
Tanjunganom	26	113	10	288
Prambon	49	140	3	159
Ngronggot	19	84	2	108
Kertosono	23	90	4	121
Patianrowo	15	61	-	-
Baron	19	89	1	12
Gondang	17	82	1	7
Sukomoro	21	71	1	31
Nganjuk	57	332	8	523
Bagor	32	300	5	458
Wilangan	-	-	-	-
Rejoso	28	184	4	212
Ngluyu	-	-	-	-
Lengkong	-	-	1	177
Jatikalen	11	60	-	-
Nganjuk	493	2.479	62	3.693

Kecamatan <i>District</i>	Klobot Besut/Besob Klobot		Anggur Jamu Jawa/ <i>Javanese Herbal Wine</i>	
	Unit Usaha <i>Business Unit</i>	Tenaga Kerja <i>Man Power</i>	Unit Usaha <i>Business Unit</i>	Tenaga Kerja <i>Man Power</i>
(1)	(14)	(15)	(16)	(17)
Sawahan	-	-	7	45
Ngetos	-	-	8	40
Berbek	-	-	8	39
Loceret	-	-	9	43
Pace	-	-	12	50
Tanjunganom	-	-	16	49
Prambon	-	-	12	50
Ngronggot	-	-	7	23
Kertosono	-	-	15	70
Patianrowo	-	-	6	23
Baron	-	-	7	27
Gondang	-	-	11	23
Sukomoro	-	-	12	40
Nganjuk	-	-	24	90
Bagor	-	-	6	154
Wilangan	-	-	7	26
Rejoso	-	-	12	148
Ngluyu	-	-	10	35
Lengkong	-	-	7	28
Jatikalén	-	-	6	38
Nganjuk	-	-	202	1.041

Kecamatan <i>District</i>	Anyaman/ <i>Plait</i>		Grabah / Genteng/ <i>Grabah / tile</i>	
	Unit Usaha <i>Business Unit</i>	Tenaga Kerja <i>Man Power</i>	Unit Usaha <i>Business Unit</i>	Tenaga Kerja <i>Man Power</i>
(1)	(18)	(19)	(20)	(21)
Sawahana	8	23	-	-
Ngetos	3	12	23	66
Berbek	75	329	41	149
Loceret	8	31	-	-
Pace	10	44	-	-
Tanjunganom	7	23	33	80
Prambon	3	6	-	-
Ngronggot	5	17	496	1.190
Kertosono	4	19	-	-
Patianrowo	-	-	-	-
Baron	5	11	95	193
Gondang	12	26	-	-
Sukomoro	5	12	-	-
Nganjuk	6	26	-	-
Bagor	11	40	218	958
Wilangan	6	23	-	-
Rejoso	8	20	184	537
Ngluyu	4	21	-	-
Lengkong	9	39	-	-
Jatikalén	3	9	-	-
Nganjuk	192	731	1.090	3.173

Kecamatan <i>District</i>	Bata Merah/ <i>Red Brick</i>		Lainnya/ <i>Others</i>	
	Unit Usaha <i>Business Unit</i>	Tenaga Kerja <i>Man Power</i>	Unit Usaha <i>Business Unit</i>	Tenaga Kerja <i>Man Power</i>
(1)	(22)	(23)	(24)	(25)
Sawahan	39	144	162	629
Ngetos	86	240	282	941
Berbek	280	650	455	3.128
Loceret	342	781	427	3.118
Pace	193	434	413	1.857
Tanjunganom	269	589	392	954
Prambon	148	339	386	1.035
Ngronggot	225	470	250	806
Kertosono	186	460	199	855
Patianrowo	110	351	262	2.062
Baron	175	522	257	999
Gondang	158	354	256	815
Sukomoro	153	493	397	1.222
Nganjuk	142	616	216	1.940
Bagor	243	962	347	1.272
Wilangan	109	342	191	581
Rejoso	231	480	401	1.047
Ngluyu	142	353	283	725
Lengkong	110	391	286	915
Jatikalen	169	459	552	527
Nganjuk	3.510	9.430	6.414	25.428

Kecamatan <i>District</i>	Oven Tembakau/ <i>Tobacco Oven</i>		Roti / Kue <i>Bread / Cake</i>	
	Unit Usaha <i>Business Unit</i>	Tenaga Kerja <i>Man Power</i>	Unit Usaha <i>Business Unit</i>	Tenaga Kerja <i>Man Power</i>
(1)	(10)	(11)	(12)	(13)
Sawahan	-	-	9	42
Ngetos	-	-	-	-
Berbek	-	-	12	50
Loceret	-	-	13	71
Pace	-	-	15	71
Tanjunganom	-	-	21	124
Prambon	-	-	12	62
Ngronggot	-	-	14	70
Kertosono	-	-	31	119
Patianrowo	8	55	13	57
Baron	-	-	18	83
Gondang	9	68	16	77
Sukomoro	-	-	23	82
Nganjuk	-	-	70	369
Bagor	6	120	12	132
Wilangan	-	-	13	51
Rejoso	6	96	10	59
Ngluyu	8	112	7	48
Lengkong	24	456	8	40
Jatikalen	-	-	-	-
Nganjuk	61	907	317	1.607

Sumber: Kabupaten Nganjuk Dalam Angka Tahun 2024.

3. Sarana Perdagangan di Kabupaten Nganjuk

Berdasarkan data dalam Kabupaten Nganjuk Dalam Angka Tahun 2023, di Kabupaten Nganjuk saat ini terdapat sarana perdagangan berupa Pasar sebanyak 35, Toko sebanyak 360, dan Kios sebanyak 3.756. Untuk memberikan gambaran perkembangan jumlah sarana perdagangan tersebut

berikut disajikan tabel Jumlah Sarana Perdagangan Menurut Jenisnya di Kabupaten Nganjuk, 2020–2023.

Tabel: Jumlah Sarana Perdagangan Menurut Jenisnya di Kabupaten Nganjuk, 2020–2023.

Jenis Sarana Perdagangan <i>Type of Trading Facilities</i>	2020	2021	2022	2023
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Pasar/Market	33	33	35	35
Toko/Store	360	360
Kios	3.756	3.756
Jumlah/Total	33	33	4.151	4.151

Sumber: Kabupaten Nganjuk Dalam Angka Tahun 2024.

Yang dimaksud Pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur tempat usaha menjual barang, jasa, dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Toko atau kedai adalah sebuah tempat tertutup yang di dalamnya terjadi kegiatan perdagangan dengan jenis benda atau barang yang khusus. Sedangkan Kios adalah nama alternatif untuk 6. sebuah toko kecil atau warung.

Saat ini di Kabupaten Nganjuk terdapat 35 Pasar (Market). Terkait Pasar (Market) yang terdapat di Kabupaten Nganjuk tersebut meliputi Pasar Rakyat (Tradisional) yang berstatus Pasar Daerah sebanyak 22 dan Pasar Desa sebanyak 13 Pasar. Diantara Pasar tersebut antara lain sebagai berikut:

- a. Pasar Bagor Jl. Raya Nganjuk, Paron, Bagor, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64461

- b. Pasar Berbek Jl. Mayjen Supeno No.76, Ngrawan, Berbek, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64471
- c. Pasar Gading Kurungrejo, Prambon, Kabupaten Nganjuk Jawa Timur 64484
- d. Pasar Hewan Guyangan Jl. Raya Guyangan, Kedondong, Bagor, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64461
- e. Pasar Hewan Berbek Jl. Raya Guyangan, Kedondong, Bagor, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64461
- f. PASAR HEWAN WARUJAYENG Jl. A. Yani, Warujayeng, Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64482, Indonesia
- g. Pasar Kalimati Kedungrejo Kedungrejo, Tanjunganom, Nganjuk
- h. pasar karang semi Desa Karangsemi Kecamatan Tanjung Anom, Kabupaten Nganjuk
- i. Pasar Kerep Guyangan, Bagor, Kabupaten Nganjuk Jawa Timur 64461
- j. Pasar Kertosono I. Lengkong, Banaran, Nganjuk, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64311
- k. Pasar Lengkong Jalan Merdeka Timur-Lengkong, Lengkong, Jombang, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64393
- l. Pasar Loceret Jl. Raya Kediri, Loceret, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64471
- m. Pasar Ngronggot-Nganjuk Ngronggot, Kabupaten Nganjuk Jawa Timur 64395
- n. Pasar Pace Jl. Pasar Pace - Pasar Pace Jln. Pasar Pace, Pace Kulon, Kabupaten Nganjuk.
- o. pasar PON Kedung ombo. tanjung anom, Kedungombo, Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64482

- p. pasar prambon Pasar Prambon, JL Panglima Sudirman, No. 1, Tanjuntani, Prambon, Kec. Nganjuk, 64482
- q. Pasar Rejoso Jalan Raya Gondang, Rejoso, Nganjuk, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64453
- r. Pasar Sepeda Nganjuk Payaman, Nganjuk Kecamatan, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64418
- s. Pasar Sukomoro Jl. Surabaya Sukomoro, Sukomoro, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64481
- t. Pasar Sumurpandan Jekek, Baron, Nganjuk Regency, Jawa Timur 64394
- u. Pasar Templek Kertosono JL Gotong Royong, No. 10, Kutorejo, Kertosono, Kec. Nganjuk, 64461
- v. Pasar Warujayeng Jl. A. Yani, Warujayeng, Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64482, Indonesia (<https://bloginfonganjuk.blogspot.com/2017/02/daftar-nama-pasar-di-kabupaten-nganjuk.html>, February 18, 2017, diakses tanggal 30 Mei 2024 Jam 20.00 WIB)

Terkait keberadaan Pasar Tradisional tersebut, saat ini Pemerintah Kabupaten Nganjuk berencana menjadikan 12 Pasar Tradisional Milik akan dikelola menjadi Pasar Pangan Aman Standar BPOM. Kebijakan ini dilakukan sebagai upaya memberikan jaminan kepada masyarakat akan keamanan dan kebersihan dari barang yang dijual di Pasar Tradisional (Pasar Rakyat), sebanyak 12 pasar tradisional milik Pemerintah Kabupaten Nganjuk bakal dikelola sebagai Pasar Pangan Aman dan Sehat berstandar Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM).

Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa kebutuhan akan pangan aman dan sehat sekarang ini sudah menjadi tuntutan dari konsumen,

terutama bahan makanan terbebas dari bahan berbahaya yang seringkali digunakan sebagai bahan pengawet dan sebagainya. Rencana ini mengacu dari keberhasilan Pasar Wage 2 Nganjuk menjadi salah satu nominator dalam lomba pasar pangan aman tingkat nasional yang digelar BBPOM. Dengan kondisi tersebut maka mulai tahun 2022 diharapkan semua pasar tradisional bisa mencontoh pasar Wage 2 tersebut.

Sebagaimana diketahui pasar tradisional di Nganjuk jumlahnya cukup banyak. Bahkan di setiap Desa di Kabupaten Nganjuk ada pasar tradisonalnya. Dari jumlah tersebut hanya sebanyak 12 pasar Tradisional saja yang dimiliki dan dikelola langsung oleh Pemkab Nganjuk.

Untuk tahap awal pasar tradisional milik Pemkab Nganjuk terlebih dahulu yang dijadikan sebagai pasar pangan aman dan sehat, baru nanti pasar tradisional lain bisa mengikutinya. Di tengah kemajuan teknologi dan situasi sekarang ini keberadaan pasar tradisional semakin sepi. Hal ini dikarenakan pembeli sudah memanfaatkan teknologi informasi untuk pesan dan antar barang kebutuhan. Dengan demikian pembeli sudah tidak perlu datang ke pasar untuk belanja dan sebagainya.

Oleh karena itu, pengelolaan pasar tradisional harus ditingkatkan dengan berbagai fasilitas pendukung untuk kembali menarik minat masyarakat atau pembeli kembali datang dan berkunjung ke pasar tradisional. Nanti dengan sudah adanya jaminan barang yang dijual di pasar tradisional itu aman dari bahan berbahaya dan sehat serta segar maka masyarakat diharapkan akan kembali tertarik untuk berbelanja di Pasar Tradisional/ Rakyat. Bila pasar tradisional bisa kembali ramai maka roda perekonomian pedagang kecil bisa terus bergulir (<https://surabaya.tribunnews.com/2021/09/26/12-pasar-tradisional-milik-pemkab-nganjuk-bakal-dikelola-jadi-pasar-pangan-aman-standar-bbpom>, diakses tanggal 28 Mei 2024 jam 19.45 wib).

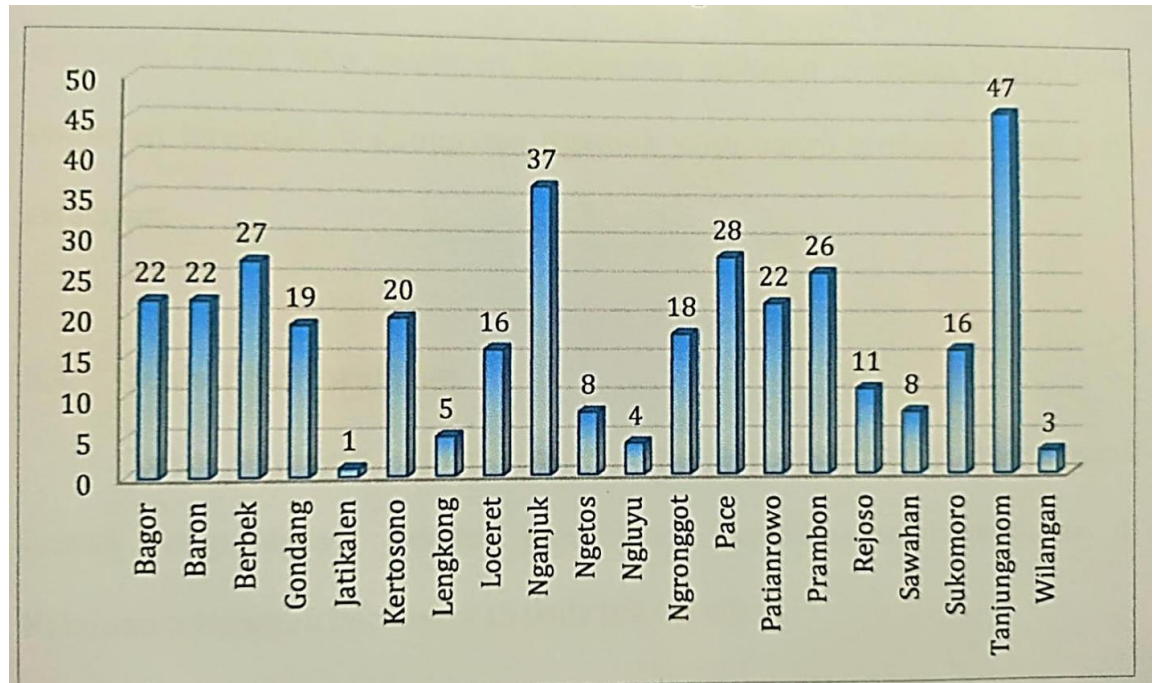
Di samping Pasar, di kabupaten Nganjuk juga terdapat Toko Swalayan. Berdasarkan data yang ada di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) terdapat 85 Toko Swalayan yang sudah berizin dan tersebar di wilayah Kabupaten Nganjuk.

Legalitas Toko Swalayan adalah Izin (saat ini Perizinan Berusaha). Prosedur/mekanisme perizinan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan di DPMPTSP Kabupaten Nganjuk adalah sebagai berikut:



Sumber: DPMPTSP Kab Nganjuk.

Selanjutnya data persebaran dan jumlah Pasar Rakyat, Toko Eceran Tradisional, dan sarana perdagangan/distribusi barang/jasa di tiap kecamatan di Kabupaten Nganjuk tersebut disajikan dalam matrik berikut .



Sumber: DPMPTSP Kab Nganjuk.

Dalam rangka mewujudkan ketertiban atas keberadaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan di Daerah, Pemerintah Daerah melakukan pembinaan. Pererangkat Daerah yang terlibat dalam Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan meliputi:

- a. Dinas Perindustrian dan Perdagangan;
- b. Dinas Koperasi dan UMKM;
- c. Sat Pol PP;
- d. Dinas PUPR;
- e. DPMPTSP;
- f. Bagian Hukum;
- g. Dinas Lingkungan Hidup;
- h. Asisten Perekonomian Dan Pembangunan;

- i. Dinas Kesehatan;
- j. Disnaker;
- k. Dinas Ketahanan Pangan; dan
- l. Dinas Pertanian.

Kegiatan-kegiatan yang pernah/sudah dilaksanakan dalam Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan di daerah meliputi antara lain:

- a. Sidak Dengan Dinas Terkait Menjelang Nataru;
- b. Pengawasan Perizinan Dengan Dinas Terkait;
- c. Pengawasan Produk Kadaluwarsa dengan Pelindungan Konsumen Kediri.

4. Permasalahan Yang dihadapi dalam Penyelenggaraan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan

Esensi Pemerintahan Daerah adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan oleh pemerintah daerah dan dewan perwakilan rakyat daerah menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Tujuan Pemerintahan Daerah adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui: peningkatan pelayanan publik, peningkatan partisipasi masyarakat dan peningkatan daya saing daerah. Untuk itulah maka dilaksanakan berbagai program pembangunan. Pembangunan (*development*) adalah proses perubahan yang mencakup seluruh system sosial, seperti politik, ekonomi, infrastruktur, pertahanan, pendidikan dan teknologi, kelembagaan, dan budaya (Alexander 1994).

Pembangunan perekonomian telah memberi peluang makin berkembangnya usaha perdagangan di bidang pertokoan dan pusat perdagangan. Dengan semakin meningkatnya dinamika kehidupan masyarakat diperkotaan maupun di pedesaan telah menimbulkan berbagai alternatif kegiatan ekonomi yang di tandai dengan meningkatnya dayabeli, berkembangnya kemampuan produksi barang dan jasa sekaligus meningkatkan permintaan terhadap barang dan jasa, baik dari segi jumlah, kualitas, waktu pelayanan yang sesingkat mungkin, serta tuntutan masyarakat konsumen atas preferensi lainnya.

Dalam menghadapi tuntutan masyarakat tersebut, timbul fenomena baru dengan munculnya Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan seperti Minimarket, Supermaket, Departemen Store, Hypermarket, Mall, Plaza dan Shopping Centre, yang dalam perkembangannya ternyata masih ada yang lokasinya belum sesuai dan belum secara signifikan membentuk sinergi dengan pedagang kecil dan menengah, Koperasi, serta Pasar Rakyat/Tradisional di daerah.

Keberadaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan merupakan perwujudan hak masyarakat dalam berusaha di sektor perdagangan yang perlu diberi kesempatan untuk mengembangkan usahanya guna meningkatkan perekonomian daerah terutama di Kabupaten Nganjuk. Kebijakan pembangunan dan perizinan pendirian tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan kemampuan dan daya saing para pedagang, baik dengan skala modal besar maupun skala modal kecil berdampak pada pertumbuhan jumlah pelaku bisnis ritel baik pada Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan terutama yang dikelola oleh sektor swasta.

Saat ini, terkait Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 17 Tahun 2011 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional dan Toko Modern. Peraturan Daerah ini belum mengakomodasi

perkembangan peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi terkait Pasar Tradisional/Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern/Toko Swalayan. Di samping itu, juga tidak sesuai dengan dinamika dan kebutuhan hukum masyarakat di daerah terkait belum Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.

Dengan pesatnya perkembangan usaha perdagangan eceran dalam skala kecil dan menengah, usaha perdagangan eceran modern dalam skala besar, maka diperlukan pengaturan mengenai penataan dan pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di Daerah agar terjadi sinergi dengan UMKM, Koperasi dan Pasar Tradisional.

Untuk mewujudkan hal tersebut diatas, perlu adanya koordinasi baik antara instansi di lingkungan Pemerintah Kabupaten Nganjuk, maupun antara Pemerintah Kabupaten dengan pihak swasta, sehingga tercapai keseimbangan antara pembangunan fisik wilayah dengan pembangunan ekonomi yang bermanfaat bagi masyarakat setempat yang wewenang pengaturannya berada pada Pemerintah Daerah. Kewenangan tersebut meliputi pengaturan perencanaan, perizinan, pendirian, pengawasan dan pengendalian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan. Dengan demikian pengawasan dan pengendalian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan akan dapat terselenggara dengan seksama, baik secara sarana, kesempatan kerja, pembangunan sektor ekonomi dan perdagangan maupun keseimbangan antara pihak pemerintah, pihak swasta dan masyarakat pada umumnya.

Disadari bahwa Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan merupakan sarana Perdagangan yang dapat meningkatkan pertumbuhan perekonomian Daerah guna mendorong terciptanya kesejahteraan masyarakat. Saat ini keberadaan Toko Swalayan dan Pusat Perbelanjaan sudah diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 7

Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan. Peraturan Daerah tersebut saat ini sudah tidak sesuai dengan perkembangan peraturan perundang-undangan dan kebutuhan hukum masyarakat di Daerah.

Selanjutnya untuk mengoptimalkan fungsi Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di Daerah sebagai sarana Perdagangan, diperlukan pengaturan mengenai pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan dan pengembangan, penataan, dan pembinaan yang lebih memberikan kesempatan, dukungan, dan pengembangan ekonomi rakyat yang mencakup koperasi serta usaha mikro, kecil dan menengah. Oleh karena itu Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 7 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan perlu dilakukan penyesuaian.

E. Kajian Terhadap Implikasi Penerapan Sistem Baru Yang Akan Diatur Dalam Peraturan Daerah Terhadap Aspek Kehidupan Masyarakat Dan Dampaknya Terhadap Aspek Beban Keuangan Daerah

Perekonomian merupakan salah satu subsistem yang sentral, sehingga senantiasa perlu mendapatkan perhatian dan perbaikan dalam menjaga kontinuitas proses kehidupan dalam berbagai aspek di tengah-tengah masyarakat (negara) tersebut (*input-proses-output*). Demikian, dalam upaya untuk memperbaiki sistem pemberdayaan koperasi dan usaha mikro ternyata memerlukan adanya perbaikan pula dalam aspek sistemik (regulasi) serta meningkatnya kontrol sosial dari masyarakat. Kondisi yang demikian menuntut peran dari pemerintah baik pemerintah pusat dan daerah.

Pesatnya pertumbuhan pusat perbelanjaan dan toko swalayan di Daerah dan sejalan dengan visi dan misi pembangunan Pemerintah Kabupaten Nganjuk khususnya di bidang ekonomi dan perdagangan, maka perlu dilakukan penyelenggaraan terhadap pusat perbelanjaan, toko swalayan dan pasar rakyat agar adanya keseimbangan dan sinergi serta saling menguntungkan diantara pelaku usaha diperlukan arah dan landasan guna kepastian hukum kepada semua pihak yang terlibat dalam pembinaan dan pengawasan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.

Berdasarkan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Daerah memiliki kewenangan melakukan pengaturan tentang pengembangan, penataan dan pembinaan yang setara dan berkeadilan terhadap Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan, untuk menciptakan kepastian berusaha dan hubungan kerja sama yang seimbang antara pemasok dan pengecer dengan tetap memperhatikan keberpihakan kepada usaha mikro, kecil dan menengah.

Implikasinya Penerapan Sistem Baru Yang Akan Diatur Dalam Peraturan Daerah terkait Penataan dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan ialah bahwa kebijakan pemerintah daerah harus memberikan jaminan bahwa pengembangan, penataan dan pembinaan terhadap Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan, bisa dan mampu menciptakan kepastian berusaha dan hubungan kerja sama yang seimbang antara pemasok dan pengecer dengan tetap memperhatikan keberpihakan kepada usaha mikro, kecil dan menengah di daerah.

Pemerintah Daerah juga harus mampu mewujudkan menata dan mengendalikan pesatnya pertumbuhan pusat perbelanjaan dan toko swalayan di Daerah dan sejalan dengan visi dan misi pembangunan Pemerintah Kabupaten

Nganjuk khususnya di bidang ekonomi dan perdagangan, sehingga penyelenggaraan pusat perbelanjaan, toko swalayan dan pasar rakyat bisa berjalan seimbang dan sinergi serta saling menguntungkan diantara pelaku usaha.

Di sisi keuangan daerah, upaya Penataan dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di daerah tentu saja membawa konsekuensi pada anggaran berupa alokasi secara signifikan guna membiayai program dan kegiatan sebagai wujud Penataan dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan tersebut. Selanjutnya dari sisi aspek beban keuangan daerah, maka Pemerintah Daerah harus mengalokasikan anggaran yang memadai dalam APBD bagi program dan kegiatan sebagai wujud Penataan dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.

BAB III

EVALUASI DAN ANALISIS PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN TERKAIT

Suatu perundang-undangan isinya tidak boleh bertentangan dengan isi perundang-undangan yang lebih tinggi tingkatannya atau derajatnya. Menurut Amiroeddin Syarif (Amiroeddin Syarif, 1997, Hal: 78). Berdasarkan asasnya dapat diperinci hal-hal sebagai berikut:

1. Perundang-undangan yang rendah derajatnya tidak dapat mengubah atau menyampingkan ketentuan-ketentuan perundang-undangan yang lebih tinggi, tetapi yang sebaliknya dapat.
2. Perundang-undangan hanya dapat dicabut, diubah atau ditambah oleh atau dengan perundang-undangan yang sederajat atau yang lebih tinggi tingkatannya.
3. Ketentuan perundang-undangan yang lebih rendah tingkatannya tidak mempunyai kekuatan hukum dan tidak mengikat apabila bertentangan dengan perundang-undangan yang lebih tinggi tingkatannya. Dan ketentuan-ketentuan perundang-undangan yang lebih tinggi tetap berlaku dan mempunyai kekuatan hukum serta mengikat, walaupun diubah, ditambah, diganti atau dicabut oleh perundang-undangan yang lebih tinggi.
4. Materi yang seharusnya diatur oleh perundang-undangan yang lebih tinggi tingkatannya tidak dapat diatur oleh perundang-undangan yang lebih rendah.

Asas tersebut penting untuk ditaati. Tidak ditaatinya asas tersebut akan menimbulkan ketidaktertiban dan ketidakpastian dari sistem perundang-undangan. Bahkan dapat menimbulkan kekacauan atau kesimpangsiuran perundang-undangan.

Dalam proses Pembentukan Peraturan Daerah, terdapat beberapa asas yang menjadi landasan yuridis yang perlu diperhatikan, yakni:

1. *Lex superior derogat lex inferiori* dan *lex superior lex inferiori*; yang berarti hukum yang dibuat oleh kekuasaan yang lebih tinggi kedudukannya mengesampingkan hukum yang lebih rendah.
2. *Asas lex specialis derogat lex generalis*; yang berarti bahwa hukum yang khusus mengesampingkan hukum yang umum.
3. *Asas lex posteriori derogat lex priori*; yang artinya hukum yang baru mengesampingkan hukum yang lama.
4. *Asas delegata potestas non potest delegari*; yang berarti penerima delegasi tidak berwenang mendelegasikan lagi tanpa persetujuan pemberi delegasi.

Dalam Pembentukan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk tentang tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan ini memiliki relevansi dengan beberapa peraturan perundang-undangan yang terkait. Beberapa ketentuan dari peraturan perundang-undangan tersebut akan diuraikan berturut-turut di bawah ini.

1. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Menurut Pembukaan UUD 1945 dikatakan bahwa:

"untuk membentuk suatu Pemerintahan Negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian dan keadilan sosial,..."

Perubahan ke-4 UUD 1945

Pasal 33 ayat 1 :

"Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan".

Pasal 33 ayat 4:

"Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional.

Dalam Pasal 33 ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 ditegaskan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan. Ketentuan tersebut merupakan visi dan misi dalam penyusunan perekonomian nasional di Indonesia yang mendasarkan pada asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi yang mengutamakan kemakmuran masyarakat bukan kemakmuran orang-seorang.

Selanjutnya sesuai ketentuan dalam Pasal 33 ayat (4), dalam menyelenggarakan perekonomian nasional harus berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional. Koperasi dalam rangka mewujudkan misinya, harus berusaha mengembangkan dan memberdayakan diri agar tumbuh menjadi kuat dan mandiri sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan Anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

2. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Pasal 2

Pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum.

Pasal 3

Tujuan pembentukan undang-undang ini adalah untuk:

- 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; dan
- d. terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

PERJANJIAN YANG DILARANG

Pasal 4

- (1) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
- (2) Pelaku usaha patut diduga atau dianggap secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa, sebagaimana dimaksud ayat (1), apabila 2 (dua) atau 3 (tiga) pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 75% (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

Pasal 5

- (1) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama.
- (2) Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) tidak berlaku bagi:
 - a. suatu perjanjian yang dibuat dalam suatu usaha patungan; atau,
 - b. suatu perjanjian yang didasarkan undang-undang yang berlaku.

Pasal 6

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan atau jasa yang sama.

Pasal 7

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.

Pasal 8

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa penerima barang dan atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang dan atau jasa yang diterimanya, dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.

Pasal 9

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya yang bertujuan untuk membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar terhadap barang dan atau jasa sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Pasal 10

- (1) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian, dengan pelaku usaha pesaingnya, yang dapat menghalangi pelaku usaha lain untuk melakukan usaha yang sama, baik untuk tujuan pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri.

- (2) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya, untuk menolak menjual setiap barang dan atau jasa dari pelaku usaha lain sehingga perbuatan tersebut:
 - a. merugikan atau dapat diduga akan merugikan pelaku usaha lain; atau
 - b. membatasi pelaku usaha lain dalam menjual atau membeli setiap barang dan atau jasa dari pasar bersangkutan.

Pasal 11

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian, dengan pelaku usaha pesaingnya, yang bermaksud untuk mempengaruhi harga dengan mengatur produksi dan atau pemasaran suatu barang dan atau jasa, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Pasal 12

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk melakukan kerja sama dengan membentuk gabungan perusahaan atau perseroan yang lebih besar, dengan tetap menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidup masing-masing perusahaan atau perseroan anggotanya, yang bertujuan untuk mengontrol produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Pasal 13

- (1) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang bertujuan untuk secara bersama-sama menguasai pembelian atau penerimaan pasokan agar dapat mengendalikan harga atas barang dan atau jasa dalam pasar bersangkutan, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
- (2) Pelaku usaha patut diduga atau dianggap secara bersama-sama menguasai pembelian atau penerimaan pasokan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) apabila 2 (dua) atau 3 (tiga) pelaku usaha

atau kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 75% (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

Pasal 14

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang bertujuan untuk menguasai produksi sejumlah produk yang termasuk dalam rangkaian produksi barang dan atau jasa tertentu yang mana setiap rangkaian produksi merupakan hasil pengolahan atau proses lanjutan, baik dalam satu rangkaian langsung maupun tidak langsung, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat dan atau merugikan masyarakat.

Pasal 15

- (1) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa pihak yang menerima barang dan atau jasa hanya akan memasok atau tidak memasok kembali barang dan atau jasa tersebut kepada pihak tertentu dan atau pada tempat tertentu.
- (2) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pihak lain yang memuat persyaratan bahwa pihak yang menerima barang dan atau jasa tertentu harus bersedia membeli barang dan atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok.
- (3) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian mengenai harga atau potongan harga tertentu atas barang dan atau jasa, yang memuat persyaratan bahwa pelaku usaha yang menerima barang dan atau jasa dari pelaku usaha pemasok; harus bersedia membeli barang dan atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok; atau tidak akan membeli barang dan atau jasa yang sama atau sejenis dari pelaku usaha lain yang menjadi pesaing dari pelaku usaha pemasok

3. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Beberapa ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang relevan dengan tulisan ini antara lain sebagai berikut:

Hak dan Kewajiban Konsumen

Pasal 4

Hak konsumen adalah :

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 5

Kewajiban konsumen adalah :

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;

- b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pasal 6

Hak pelaku usaha adalah :

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 7

Kewajiban pelaku usaha adalah :

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Pasal 10

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

- a. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- d. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- e. bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Pasal 11

Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/ menyesatkan konsumen dengan;

- a. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu;
- b. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi;
- c. tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain;

- d. tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain;
- e. tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain;
- f. menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.

Pasal 12

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.

4. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sebagaimana diubah sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang

Beberapa ketentuan yang adalah dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 yang relevan dikemukakan dalam tulisan ini antara lain sebagai berikut.

Pasal 2.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah berasaskan:

- a. kekeluargaan;
- b. demokrasi ekonomi;
- c. kebersamaan;

- d. efisiensi berkeadilan;
- e. berkelanjutan;
- f. berwawasan lingkungan;
- g. kemandirian;
- h. keseimbangan kemajuan; dan
- i. kesatuan ekonomi nasional.

Pasal 3.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Pasal 4.

Prinsip pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah:

- a. penumbuhan kemandirian, keber-samaan, dan kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk berkarya dengan prakarsa sendiri;
- b. perwujudan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan;
- c. pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;
- d. peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah; dan
- e. penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.

Pasal 5.

Tujuan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah:

- a. mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan;

- b. menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri; dan
- c. meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

Pasal 7, ayat (1)

Pemerintah dan Pemerintah Daerah menumbuhkan Iklim Usaha dengan menetapkan peraturan perundang-undangan dan kebijakan yang meliputi aspek:

- a. pendanaan;
- b. sarana dan prasarana;
- c. informasi usaha;
- d. kemitraan;
- e. perizinan usaha;
- f. kesempatan berusaha;
- g. promosi dagang; dan
- h. dukungan kelembagaan.

Pasal 7, ayat (2)

Dunia Usaha dan masyarakat berperan serta secara aktif membantu menumbuhkan Iklim Usaha di atas.

Aspek Pendanaan:

Pasal 8

- a. dengan jaminan yang memperluas sumber pendanaan dan memfasilitasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk dapat mengakses kredit perbankan dan lembaga keuangan bukan bank;

- b. memperbanyak lembaga pembiayaan dan memperluas jaringannya sehingga dapat diakses oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;
- c. memberikan kemudahan dalam memperoleh pendanaan secara cepat, tepat, murah, dan tidak diskriminatif dalam pelayanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan; dan
- d. membantu para pelaku Usaha Mikro dan Usaha Kecil untuk mendapatkan pembiayaan dan jasa/produk keuangan lainnya yang disediakan oleh perbankan dan lembaga keuangan bukan bank, baik yang menggunakan sistem konvensional maupun sistem syariah disediakan oleh Pemerintah.

Aspek Sarana Prasarana:

Pasal 9.

- a. mengadakan prasarana umum yang dapat mendorong dan mengembangkan pertumbuhan Usaha Mikro dan Kecil; dan
- b. memberikan keringanan tarif prasarana tertentu bagi Usaha Mikro dan Kecil.

Aspek Informasi Usaha

Pasal 10

- a. membentuk dan mempermudah pemanfaatan bank data dan jaringan informasi bisnis;
- b. mengadakan dan menyebarluaskan informasi mengenai pasar, sumber pembiayaan, komoditas, penjaminan, desain dan teknologi, dan mutu; dan
- c. memberikan jaminan transparansi dan akses yang sama bagi semua pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atas segala informasi usaha.

Aspek Kemitraan

Pasal 11

- a. mewujudkan kemitraan antar-Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;
- b. mewujudkan kemitraan antara Usaha Mikro, Kecil, Menengah, dan Usaha Besar;

- c. mendorong terjadinya hubungan yang saling menguntungkan dalam pelaksanaan transaksi usaha antar-Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;
- d. mendorong terjadinya hubungan yang saling menguntungkan dalam pelaksanaan transaksi usaha antara Usaha Mikro, Kecil, Menengah, dan Usaha Besar;
- e. mengembangkan kerjasama untuk meningkatkan posisi tawar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;
- f. mendorong terbentuknya struktur pasar yang menjamin tumbuhnya persaingan usaha yang sehat dan melindungi konsumen; dan
- g. mencegah terjadinya penguasaan pasar dan pemusatan usaha oleh orang perorangan atau kelompok tertentu yang merugikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Aspek Perizinan Usaha

Pasal 12. Ayat (1)

- a. menyederhanakan tata cara dan jenis perizinan usaha dengan sistem pelayanan terpadu satu pintu; dan
- b. membebaskan biaya perizinan bagi Usaha Mikro dan memberikan keringanan biaya perizinan bagi Usaha Kecil.

Aspek Kesempatan Berusaha

Pasal 13, ayat (1)

- a. menentukan peruntukan tempat usaha yang meliputi pemberian lokasi di pasar, ruang pertokoan, lokasi sentra industri, lokasi pertanian rakyat, lokasi pertambangan rakyat, lokasi yang wajar bagi pedagang kaki lima, serta lokasi lainnya;
- b. menetapkan alokasi waktu berusaha untuk Usaha Mikro dan Kecil di subsektor perdagangan retail;
- c. mencadangkan bidang dan jenis kegiatan usaha yang memiliki kekhususan proses, bersifat padat karya, serta mempunyai warisan budaya yang bersifat khusus dan turun-temurun;
- d. menetapkan bidang usaha yang dicadangkan untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah serta bidang usaha yang terbuka untuk Usaha Besar

- dengan syarat harus bekerja sama dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;
- e. melindungi usaha tertentu yang strategis untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;
 - f. mengutamakan penggunaan produk yang dihasilkan oleh Usaha Mikro dan Kecil melalui pengadaan secara langsung;
 - g. memprioritaskan pengadaan barang atau jasa dan pemborongan kerja Pemerintah dan Pemerintah Daerah; dan
 - h. memberikan bantuan konsultasi hukum dan pembelaan.

Aspek Promosi Dagang

Pasal 14

- a. meningkatkan promosi produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di dalam dan di luar negeri;
- b. memperluas sumber pendanaan untuk promosi produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di dalam dan di luar negeri;
- c. memberikan insentif dan tata cara pemberian insentif untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang mampu menyediakan pendanaan secara mandiri dalam kegiatan promosi produk di dalam dan di luar negeri; dan
- d. memfasilitasi pemilikan hak atas kekayaan intelektual atas produk dan desain Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam kegiatan usaha dalam negeri dan ekspor.

Aspek Dukungan Kelembagaan

Pasal 15

Aspek dukungan kelembagaan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (1) huruf h ditujukan untuk mengembangkan dan meningkatkan fungsi inkubator, lembaga layanan pengembangan usaha, konsultan keuangan mitra bank, dan lembaga profesi sejenis lainnya sebagai lembaga pendukung pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Pasal 16

Pengembangan Usaha

- (1) Pemerintah dan Pemerintah Daerah memfasilitasi pengembangan usaha dalam bidang:
 - a. produksi dan pengolahan;
 - b. pemasaran;
 - c. sumber daya manusia; dan
 - d. desain dan teknologi.
- (2) Dunia usaha dan masyarakat berperan serta secara aktif melakukan pengembangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara pengembangan, prioritas, intensitas, dan jangka waktu pengembangan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bidang Produksi dan Pengolahan

Pasal 17

- a. meningkatkan teknik produksi dan pengolahan serta kemampuan manajemen bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;
- b. memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana, produksi dan pengolahan, bahan baku, bahan penolong, dan kemasan bagi produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;
- c. mendorong penerapan standarisasi dalam proses produksi dan pengolahan; dan
- d. meningkatkan kemampuan perancang bangun dan perkerajinan bagi Usaha Menengah.

Bidang Pemasaran

Pasal 18

- a. melaksanakan penelitian dan pengkajian pemasaran;
- b. menyebarluaskan informasi pasar;
- c. meningkatkan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran;
- d. menyediakan sarana pemasaran yang meliputi penyelenggaraan uji coba pasar, lembaga pemasaran, penyediaan rumah dagang, dan promosi Usaha Mikro dan Kecil;

- e. memberikan dukungan promosi produk, jaringan pemasaran, dan distribusi; dan
- f. menyediakan tenaga konsultan profesional dalam bidang pemasaran.

Bidang Sumberdaya Manusia

Pasal 19

- a. memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan;
- b. meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial; dan
- c. membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk melakukan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, motivasi dan kreativitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru.

Bidang Desain dan Teknologi

Pasal 20

- a. meningkatkan kemampuan di bidang desain dan teknologi serta pengendalian mutu;
- b. meningkatkan kerjasama dan alih teknologi;
- c. meningkatkan kemampuan Usaha Kecil dan Menengah di bidang penelitian untuk mengembangkan desain dan teknologi baru;
- d. memberikan insentif kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang mengembangkan teknologi dan melestarikan lingkungan hidup; dan
- e. mendorong Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk memper-oleh sertifikat hak atas kekayaan intelektual.

Pembiayaan dan Penjaminan Usaha Mikro dan Kecil:

Pasal 21

- (1) Pemerintah dan Pemerintah Daerah menyediakan pembiayaan bagi Usaha Mikro dan Kecil.
- (2) Badan Usaha Milik Negara dapat menyediakan pembiayaan dari penyisihan bagian laba tahunan yang dialokasikan kepada Usaha Mikro

dan Kecil dalam bentuk pemberian pinjaman, penjaminan, hibah, dan pembiayaan lainnya.

- (3) Usaha Besar nasional dan asing dapat menyediakan pembiayaan yang dialokasikan kepada Usaha Mikro dan Kecil dalam bentuk pemberian pinjaman, penjaminan, hibah, dan pembiayaan lainnya.
- (4) Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan Dunia Usaha dapat memberikan hibah, mengusahakan bantuan luar negeri, dan mengusahakan sumber pembiayaan lain yang sah serta tidak mengikat untuk Usaha Mikro dan Kecil.
- (5) Pemerintah dan Pemerintah Daerah dapat memberikan insentif dalam bentuk kemudahan persyaratan perizinan, keringanan tarif sarana dan prasarana, dan bentuk insentif lainnya yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan kepada dunia usaha yang menyediakan pembiayaan bagi Usaha Mikro dan Kecil.

Pasal 22

Upaya meningkatkan sumber pembiayaan Usaha Mikro dan Kecil:

- a. pengembangan sumber pembiayaan dari kredit perbankan dan lembaga keuangan bukan bank;
- b. pengembangan lembaga modal ventura;
- c. pelembagaan terhadap transaksi anjak piutang;
- d. peningkatan kerjasama antara Usaha Mikro dan Usaha Kecil melalui koperasi simpan pinjam dan koperasi jasa keuangan konvensional dan syariah; dan
- e. pengembangan sumber pembiayaan lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Usaha meningkatkan akses Usaha Mikro dan Kecil pada sumber pembiayaan:

Pasal 23, ayat (1)

- a. menumbuhkan, mengembangkan, dan memperluas jaringan lembaga keuangan bukan bank;
- b. menumbuhkan, mengembangkan, dan memperluas jangkauan lembaga penjamin kredit; dan

- c. memberikan kemudahan dan fasilitasi dalam memenuhi persyaratan untuk memperoleh pembiayaan.

Pasal 23, ayat (2)

Peran serta Dunia Usaha dan masyarakat dalam meningkatkan akses Usaha Mikro dan Kecil pada kredit/ pinjaman:

- a. meningkatkan kemampuan menyusun studi kelayakan usaha;
- b. meningkatkan pengetahuan tentang prosedur pengajuan kredit atau pinjaman; dan
- c. meningkatkan pemahaman dan keterampilan teknis serta manajerial usaha.

Pembiayaan dan Penjaminan Usaha Menengah

Pasal 24

Pemerintah dan Pemerintah Daerah melakukan pemberdayaan Usaha Menengah dalam bidang pembiayaan dan penjaminan dengan:

- a. memfasilitasi dan mendorong peningkatan pembiayaan modal kerja dan investasi melalui perluasan sumber dan pola pembiayaan, akses terhadap pasar modal, dan lembaga pembiayaan lainnya; dan
- b. mengembangkan lembaga penjamin kredit, dan meningkatkan fungsi lembaga penjamin ekspor.

Kemitraan

Pasal 25

- (1) Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat memfasilitasi, mendukung, dan menstimulasi kegiatan kemitraan, yang saling membutuhkan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan.
- (2) Kemitraan antar-Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan Kemitraan antara Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan Usaha Besar mencakup proses alih keterampilan di bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, permodalan, sumber daya manusia, dan teknologi.

- (3) Menteri dan Menteri Teknis mengatur pemberian insentif kepada Usaha Besar yang melakukan kemitraan dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah melalui inovasi dan pengembangan produk berorientasi ekspor, penyerapan tenaga kerja, penggunaan teknologi tepat guna dan ramah lingkungan, serta menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan.

Pola Kemitraan

Pasal 26

- a. inti-plasma;
- b. subkontrak;
- c. waralaba;
- d. perdagangan umum;
- e. distribusi dan keagenan; dan
- f. bentuk-bentuk kemitraan lain, seperti: bagi hasil, kerjasama operasional, usaha patungan (*joint venture*), dan penyumberluaran (*outsourcing*).

Pasal 27

Pola Kemitraan Inti-Plasma

Usaha Besar sebagai inti membina dan mengembangkan UMKM, yang menjadi plasmanya dalam:

- a. penyediaan dan penyiapan lahan;
- b. penyediaan sarana produksi;
- c. pemberian bimbingan teknis produksi dan manajemen usaha;
- d. perolehan, penguasaan, dan peningkatan teknologi yang diperlukan;
- e. pembiayaan;
- f. pemasaran;
- g. penjaminan;
- h. pemberian informasi; dan
- i. pemberian bantuan lain yang diperlukan bagi peningkatan efisiensi dan produktivitas dan wawasan usaha.

Pasal 28

Pola Kemitraan Sub Kontrak

Usaha Besar memberikan dukungan berupa:

- a. kesempatan untuk mengerjakan sebagian produksi dan/atau komponennya;
- b. kesempatan memperoleh bahan baku yang diproduksi secara berkesinambungan dengan jumlah dan harga yang wajar;
- c. bimbingan dan kemampuan teknis produksi atau manajemen;
- d. perolehan, penguasaan, dan peningkatan teknologi yang diperlukan;
- e. pembiayaan dan pengaturan sistem pembayaran yang tidak merugikan salah satu pihak; dan
- f. upaya untuk tidak melakukan pemutusan hubungan sepihak.

Pasal 29

Pola Kemitraan Waralaba

- (1) Usaha Besar yang memperluas usahanya dengan cara waralaba sebagaimana dimaksud dalam Pasal 26 huruf c, memberikan kesempatan dan mendahulukan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang memiliki kemampuan.
- (2) Pemberi waralaba dan penerima waralaba mengutamakan penggunaan barang dan/atau bahan hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu barang dan jasa yang disediakan dan/atau dijual berdasarkan perjanjian waralaba.
- (3) Pemberi waralaba wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan.

Pasal 30

Pola Kemitraan Perdagangan Umum

- (1) Pelaksanaan kemitraan dengan pola perdagangan umum sebagaimana dimaksud dalam Pasal 26 huruf d, dapat dilakukan dalam bentuk kerjasama pemasaran, penyediaan lokasi usaha, atau penerimaan pasokan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah oleh Usaha Besar yang dilakukan secara terbuka.

- (2) Pemenuhan kebutuhan barang dan jasa yang diperlukan oleh Usaha Besar dilakukan dengan mengutamakan pengadaan hasil produksi Usaha Kecil atau Usaha Mikro sepanjang memenuhi standar mutu barang dan jasa yang diperlukan.
- (3) Pengaturan sistem pembayaran dilakukan dengan tidak merugikan salah satu pihak.

Pasal 31

Pola Kemitraan Distribusi dan Keagenan.

Dalam pelaksanaan kemitraan dengan pola distribusi dan keagenan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 26 huruf e, Usaha Besar dan/atau Usaha Menengah memberikan hak khusus untuk memasarkan barang dan jasa kepada Usaha Mikro dan/atau Usaha Kecil.

Pasal 32

Dalam hal Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menyelenggarakan usaha dengan modal patungan dengan pihak asing, berlaku ketentuan sebagaimana diatur dalam peraturan perundangundangan.

Pasal 33

Pelaksanaan kemitraan usaha yang berhasil, antara Usaha Besar dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dapat ditindaklanjuti dengan kesempatan pemilikan saham Usaha Besar oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Pasal 34

- (1) Perjanjian kemitraan dituangkan dalam perjanjian tertulis yang sekurang-kurangnya mengatur kegiatan usaha, hak dan kewajiban masing-masing pihak, bentuk pengembangan, jangka waktu, dan penyelesaian perselisihan.
- (2) Perjanjian kemitraan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaporkan kepada pihak yang berwenang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

- (3) Perjanjian kemitraan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak boleh bertentangan dengan prinsip dasar kemandirian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah serta tidak menciptakan ketergantungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah terhadap Usaha Besar.
- (4) Untuk memantau pelaksanaan kemitraan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan (2), Menteri dapat membentuk lembaga koordinasi kemitraan usaha nasional dan daerah.

Pasal 35

- (1) Usaha Besar dilarang memiliki dan/atau menguasai Usaha Mikro, Kecil, dan/atau Menengah sebagai mitra usahanya dalam pelaksanaan hubungan kemitraan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 26.
- (2) Usaha Menengah dilarang memiliki dan/atau menguasai Usaha Mikro dan/atau Usaha Kecil mitra usahanya.

Pasal 36

- (1) Dalam melaksanakan kemitraan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 26 para pihak mempunyai kedudukan hukum yang setara dan terhadap mereka berlaku hukum Indonesia.
- (2) Pelaksanaan kemitraan diawasi secara tertib dan teratur oleh lembaga yang dibentuk dan bertugas untuk mengawasi persaingan usaha sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.

Pasal 37

Ketentuan lebih lanjut mengenai pola kemitraan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 26 diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Sanksi Administratif

Pasal 39

- (1) Usaha Besar yang melanggar ketentuan Pasal 35 ayat (1) dikenakan sanksi administratif berupa pencabutan izin usaha dan/atau denda paling

banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) oleh instansi yang berwenang.

- (2) Usaha Menengah yang melanggar ketentuan Pasal 35 ayat (2) dikenakan sanksi administratif berupa pencabutan izin usaha dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah) oleh instansi yang berwenang.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara pemberian sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Ketentuan Pidana

Pasal 40

Setiap orang yang menguntungkan diri sendiri atau orang lain dengan mengaku atau memakai nama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sehingga mendapatkan kemudahan untuk memperoleh dana, tempat usaha, bidang dan kegiatan usaha, atau pengadaan barang dan jasa untuk pemerintah yang diperuntukkan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan pidana denda paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah).

5. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2022 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan.

Beberapa ketentuan dalam UU No 12 Tahun 2011 yang relevan dikemukakan terkait dengan tulisan ini adalah:

Pasal 5

Dalam membentuk Peraturan Perundang-undangan harus dilakukan berdasarkan pada asas Pembentukan Peraturan Perundang-undangan yang baik, yang meliputi:

- b. kejelasan tujuan;
- c. kelembagaan atau pejabat pembentuk yang tepat;

- d. kesesuaian antara jenis, hierarki, dan materi muatan;
- e. dapat dilaksanakan;
- f. kedayagunaan dan kehasilgunaan;
- g. kejelasan rumusan; dan
- h. keterbukaan.

Selanjutnya dalam Penjelasan Pasal 5 UU No 12 Tahun 2011 dijelaskan sebagai berikut.

Huruf a

Yang dimaksud dengan "asas kejelasan tujuan" adalah bahwa setiap Pembentukan Peraturan Perundang-undangan harus mempunyai tujuan yang jelas yang hendak dicapai.

Huruf b

Yang dimaksud dengan "asas kelembagaan atau pejabat pembentuk yang tepat" adalah bahwa setiap jenis Peraturan Perundang-undangan harus dibuat oleh lembaga negara atau pejabat Pembentuk Peraturan Perundang-undangan yang berwenang. Peraturan Perundang-undangan tersebut dapat dibatalkan atau batal demi hukum apabila dibuat oleh lembaga negara atau pejabat yang tidak berwenang.

Huruf c

Yang dimaksud dengan "asas kesesuaian antara jenis, hierarki, dan materi muatan" adalah bahwa dalam Pembentukan Peraturan Perundang-undangan harus benar-benar memperhatikan materi muatan yang tepat sesuai dengan jenis dan hierarki Peraturan Perundang-undangan.

Huruf d

Yang dimaksud dengan "asas dapat dilaksanakan" adalah bahwa setiap Pembentukan Peraturan Perundang-undangan harus memperhitungkan efektivitas Peraturan Perundang-undangan tersebut di dalam masyarakat, baik secara filosofis, sosiologis, maupun yuridis.

Huruf e

Yang dimaksud dengan "asas kedayagunaan dan kehasilgunaan" adalah bahwa setiap Peraturan Perundang-undangan dibuat karena memang benar-benar

dibutuhkan dan bermanfaat dalam mengatur kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.

Huruf f

Yang dimaksud dengan "asas kejelasan rumusan" adalah bahwa setiap Peraturan Perundang-undangan harus memenuhi persyaratan teknis penyusunan Peraturan Perundang-undangan, sistematika, pilihan kata atau istilah, serta bahasa hukum yang jelas dan mudah dimengerti sehingga tidak menimbulkan berbagai macam interpretasi dalam pelaksanaannya.

Huruf g

Yang dimaksud dengan "asas keterbukaan" adalah bahwa dalam Pembentukan Peraturan Perundang-undangan mulai dari perencanaan, penyusunan, pembahasan, pengesahan atau penetapan, dan pengundangan bersifat transparan dan terbuka. Dengan demikian, seluruh lapisan masyarakat mempunyai kesempatan yang seluas-luasnya untuk memberikan masukan dalam Pembentukan Peraturan Perundang-undangan.

Pasal 6

- a. Materi muatan Peraturan Perundang-undangan harus mencerminkan asas:
 - a. pengayoman;
 - b. kemanusiaan;
 - c. kebangsaan;
 - d. kekeluargaan;
 - e. kenusantaraan;
 - f. bhinneka tunggal ika;
 - g. keadilan;
 - h. kesamaan kedudukan dalam hukum dan pemerintahan;
 - i. ketertiban dan kepastian hukum; dan/atau
 - j. keseimbangan, keserasian, dan keselarasan.
- b. Selain mencerminkan asas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Peraturan Perundang-undangan tertentu dapat berisi asas lain sesuai dengan bidang hukum Peraturan Perundang-undangan yang bersangkutan.

Selanjutnya dalam Penjelasan Pasal 6 ayat (1) UU No 12 Tahun 2011 dijelaskan sebagai berikut.

Huruf a

Yang dimaksud dengan "asas pengayoman" adalah bahwa setiap Materi Muatan Peraturan Perundang-undangan harus berfungsi memberikan perlindungan untuk menciptakan ketentraman masyarakat.

Huruf b

Yang dimaksud dengan "asas kemanusiaan" adalah bahwa setiap Materi Muatan Peraturan Perundang-undangan harus mencerminkan perlindungan dan penghormatan hak asasi manusia serta harkat dan martabat setiap warga negara dan penduduk Indonesia secara proporsional.

Huruf c

Yang dimaksud dengan "asas kebangsaan" adalah bahwa setiap Materi Muatan Peraturan Perundang-undangan harus mencerminkan sifat dan watak bangsa Indonesia yang majemuk dengan tetap menjaga prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Huruf d

Yang dimaksud dengan "asas kekeluargaan" adalah bahwa setiap Materi Muatan Peraturan Perundang-undangan harus mencerminkan musyawarah untuk mencapai mufakat dalam setiap pengambilan keputusan.

Huruf e

Yang dimaksud dengan "asas kenusantaraan" adalah bahwa setiap Materi Muatan Peraturan Perundang-undangan senantiasa memperhatikan kepentingan seluruh wilayah Indonesia dan Materi Muatan Peraturan Perundang-undangan yang dibuat di daerah merupakan bagian dari sistem hukum nasional yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Huruf f

Yang dimaksud dengan "asas bhinneka tunggal ika" adalah bahwa Materi Muatan Peraturan Perundang-undangan harus memperhatikan keragaman penduduk,

agama, suku dan golongan, kondisi khusus daerah serta budaya dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.

Huruf g

Yang dimaksud dengan "asas keadilan" adalah bahwa setiap Materi Muatan Peraturan Perundang-undangan harus mencerminkan keadilan secara proporsional bagi setiap warga negara.

Huruf h

Yang dimaksud dengan "asas kesamaan kedudukan dalam hukum dan pemerintahan" adalah bahwa setiap Materi Muatan Peraturan Perundang-undangan tidak boleh memuat hal yang bersifat membedakan berdasarkan latar belakang, antara lain, agama, suku, ras, golongan, gender, atau status sosial.

Huruf i

Yang dimaksud dengan "asas ketertiban dan kepastian hukum" adalah bahwa setiap Materi Muatan Peraturan Perundang-undangan harus dapat mewujudkan ketertiban dalam masyarakat melalui jaminan kepastian hukum.

Huruf j

Yang dimaksud dengan "asas keseimbangan, keserasian, dan keselarasan" adalah bahwa setiap Materi Muatan Peraturan Perundang-undangan harus mencerminkan keseimbangan, keserasian, dan keselarasan, antara kepentingan individu, masyarakat dan kepentingan bangsa dan negara.

Pasal 14

Materi muatan Peraturan Daerah Provinsi dan Peraturan Daerah Kabupaten/Kota berisi materi muatan dalam rangka penyelenggaraan otonomi daerah dan tugas pembantuan serta menampung kondisi khusus daerah dan/atau penjabaran lebih lanjut Peraturan Perundang-undangan yang lebih tinggi.

6. Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan sebagaimana diubah sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang

Beberapa ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan yang relevan dikemukakan terkait dengan tulisan ini adalah:

Analisis Dampak Lalu Lintas

Pasal 99

- (1) Setiap rencana pembangunan pusat kegiatan, permukiman, dan infrastruktur yang akan menimbulkan gangguan Keamanan, Keselamatan, Ketertiban, dan Kelancaran Lalu Lintas dan Angkutan Jalan wajib dilakukan analisis dampak Lalu Lintas.
- (2) Analisis dampak Lalu Lintas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sekurang-kurangnya memuat:
 - a. analisis bangkitan dan tarikan Lalu Lintas dan Angkutan Jalan;
 - b. simulasi kinerja Lalu Lintas tanpa dan dengan adanya pengembangan;
 - c. rekomendasi dan rencana implementasi penanganan dampak;
 - d. tanggung jawab Pemerintah dan pengembang atau pembangun dalam penanganan dampak; dan
 - e. rencana pemantauan dan evaluasi.
- (3) Hasil analisis dampak Lalu Lintas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan salah satu syarat bagi pengembang untuk mendapatkan izin Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah menurut peraturan perundang-undangan.

Pasal 100

- (1) Analisis dampak Lalu Lintas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 99 ayat (1) dilakukan oleh lembaga konsultan yang memiliki tenaga ahli bersertifikat.
- (2) Hasil analisis dampak Lalu Lintas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 99 ayat (3) harus mendapatkan persetujuan dari instansi yang terkait di bidang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan.

Pasal 101

Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan analisis dampak Lalu Lintas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 99 dan Pasal 100 diatur dengan peraturan pemerintah.

7. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup sebagaimana diubah sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang

Beberapa ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup yang relevan dikemukakan terkait dengan tulisan ini adalah:

Pasal 22

- (1) **Setiap usaha dan/atau kegiatan yang berdampak penting terhadap lingkungan hidup wajib memiliki amdal.**
- (2) **Dampak penting ditentukan berdasarkan kriteria:**
 - a. **besarnya jumlah penduduk yang akan terkena dampak rencana usaha dan/atau kegiatan;**
 - b. **luas wilayah penyebaran dampak;**
 - c. **intensitas dan lamanya dampak berlangsung;**
 - d. **banyaknya komponen lingkungan hidup lain yang akan terkena dampak;**

- e. **sifat kumulatif dampak;**
- f. **berbalik atau tidak berbaliknya dampak; dan/atau**
- g. **kriteria lain sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.**

Pasal 23

- (1) **Kriteria usaha dan/atau kegiatan yang berdampak penting yang wajib dilengkapi dengan amdal terdiri atas:**
 - a. **pengubahan bentuk lahan dan bentang alam;**
 - b. **eksploitasi sumber daya alam, baik yang terbarukan maupun yang tidak terbarukan;**
 - c. **proses dan kegiatan yang secara potensial dapat menimbulkan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup serta pemborosan dan kemerosotan sumber daya alam dalam pemanfaatannya;**
 - d. **proses dan kegiatan yang hasilnya dapat mempengaruhi lingkungan alam, lingkungan buatan, serta lingkungan sosial dan budaya;**
 - e. **proses dan kegiatan yang hasilnya akan mempengaruhi pelestarian kawasan konservasi sumber daya alam dan/atau perlindungan cagar budaya;**
 - f. **introduksi jenis tumbuh-tumbuhan, hewan, dan jasad renik;**
 - g. **pembuatan dan penggunaan bahan hayati dan nonhayati;**
 - h. **kegiatan yang mempunyai risiko tinggi dan/atau mempengaruhi pertahanan negara; dan/atau**
 - i. **penerapan teknologi yang diperkirakan mempunyai potensi besar untuk mempengaruhi lingkungan hidup.**
- (2) **Ketentuan lebih lanjut mengenai jenis usaha dan/atau kegiatan yang wajib dilengkapi dengan amdal sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan peraturan Menteri.**

Pasal 24

Dokumen amdal sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 merupakan dasar penetapan keputusan kelayakan lingkungan hidup.

8. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang.

Berdasarkan ketentuan Pasal 1 butir 2 UU No 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah disebutkan bahwa: *Pemerintahan Daerah adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan oleh pemerintah daerah dan dewan perwakilan rakyat daerah menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.*

Terkait dengan pengaturan mengenai penyelenggaraan urusan pemerintahan ini beberapa ketentuan dalam UU No 23 Tahun 2014 dikemukakan dalam tulisan ini yaitu sebagai berikut.

Pasal 9 menyebutkan :

- (1) Urusan Pemerintahan terdiri atas urusan pemerintahan absolute, urusan pemerintahan konkuren, dan urusan pemerintahan umum.
- (2) Urusan pemerintahan absolut sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah Urusan Pemerintahan yang sepenuhnya menjadi kewenangan Pemerintah Pusat.
- (3) Urusan pemerintahan konkuren sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah Urusan Pemerintahan yang dibagi antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Provinsi dan Pemerintah kabupaten/ kota.
- (4) Urusan pemerintahan konkuren yang diserahkan ke Daerah menjadi dasar pelaksanaan Otonomi Daerah.
- (5) Urusan pemerintahan umum sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah Urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan Presiden sebagai Kepala Pemerintahan.

Pasal 11 menyebutkan bahwa:

- (1) Urusan pemerintahan konkuren sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (3) yang menjadi kewenangan Daerah terdiri atas Urusan Pemerintahan Wajib dan Urusan Pemerintahan Pilihan.
- (2) Urusan pemerintahan wajib sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri atas Urusan Pemerintahan yang berkaitan dengan Pelayanan Dasar dan Urusan Pemerintahan yang tidak berkaitan dengan Pelayanan Dasar.
- (3) Urusan Pemerintahan Wajib yang berkaitan dengan Pelayanan Dasar sebagaimana dimaksud pada ayat (2) adalah urusan pemerintahan wajib yang sebagian substansinya merupakan Pelayanan Dasar.

Pasal 12 menyebutkan :

- (1) Urusan Pemerintahan Wajib yang berkaitan dengan Pelayanan Dasar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (2) meliputi:
 - a. pendidikan;
 - b. kesehatan;
 - c. pekerjaan umum dan penataan ruang;
 - d. perumahan rakyat dan kawasan permukiman;
 - e. ketenteraman, ketertiban umum, dan perlindungan masyarakat; dan
 - f. sosial.
- (2) Urusan Pemerintahan Wajib yang tidak berkaitan dengan Pelayanan Dasar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (2) meliputi:
 - a. tenaga kerja;
 - b. pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak;
 - c. pangan;
 - d. pertanahan;
 - e. lingkungan hidup;

- f. administrasi kependudukan dan pencatatan sipil;
- g. pemberdayaan masyarakat dan Desa;
- h. pengendalian penduduk dan keluarga berencana;
- i. perhubungan;
- j. komunikasi dan informatika;
- k. koperasi, usaha kecil, dan menengah;
- l. penanaman modal;
- m. kepemudaan dan olah raga;
- n. statistik;
- o. persandian;
- p. kebudayaan;
- q. perpustakaan; dan
- r. kearsipan.

(3) Urusan Pemerintahan Pilihan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (1) meliputi:

- a. kelautan dan perikanan;
- b. pariwisata;
- c. pertanian;
- d. kehutanan;
- e. energi dan sumber daya mineral;
- f. **perdagangan;**
- g. perindustrian; dan
- h. transmigrasi.

9. Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang.

Beberapa ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan dikemukakan dalam tulisan ini yaitu sebagai berikut:

Pasal 6

- (1) Setiap Pelaku Usaha wajib menggunakan atau melengkapi label berbahasa Indonesia pada Barang yang diperdagangkan di dalam negeri.
- (2) Setiap Pelaku Usaha yang tidak memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi administratif.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai penggunaan atau kelengkapan label berbahasa Indonesia diatur dalam Peraturan Pemerintah

Pasal 7

- (1) Distribusi Barang yang diperdagangkan di dalam negeri secara tidak langsung atau langsung kepada konsumen dapat dilakukan melalui Pelaku Usaha Distribusi.
- (2) Distribusi Barang secara tidak langsung sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan menggunakan rantai Distribusi yang bersifat umum:
 - a. distributor dan jaringannya;
 - b. agen dan jaringannya; atau
 - c. waralaba.
- (3) Distribusi Barang secara langsung sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan menggunakan pendistribusian khusus melalui sistem penjualan langsung secara:
 - a. single level; atau

- b. multilevel.

Pasal 8

Barang dengan hak Distribusi eksklusif yang diperdagangkan dengan sistem penjualan langsung hanya dapat dipasarkan oleh penjual resmi yang terdaftar sebagai anggota perusahaan penjualan langsung.

Pasal 12

- (1) Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan/atau Pelaku Usaha secara sendiri-sendiri atau bersama-sama mengembangkan sarana Perdagangan berupa:
 - a. Pasar rakyat;
 - b. pusat perbelanjaan;
 - c. toko swalayan;
 - d. Gudang;
 - e. perkulakan;
 - f. Pasar lelang komoditas;
 - g. Pasar berjangka komoditi; atau
 - h. sarana Perdagangan lainnya.
- (2) Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan/atau Pelaku Usaha dalam mengembangkan sarana Perdagangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus mengacu pada ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 13

- (1) Pemerintah bekerja sama dengan Pemerintah Daerah melakukan pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan Pasar rakyat dalam rangka peningkatan daya saing.
- (2) Pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan Pasar rakyat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dalam bentuk:
 - a. pembangunan dan/atau revitalisasi Pasar rakyat;
 - b. implementasi manajemen pengelolaan yang profesional;

- c. fasilitasi akses penyediaan Barang dengan mutu yang baik dan harga yang bersaing; dan/atau
 - d. fasilitasi akses pembiayaan kepada pedagang Pasar di Pasar rakyat.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan Pasar rakyat diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Presiden.

Pasal 14

- (1) Pemerintah Pusat melakukan pengaturan tentang **pengembangan, penataan, dan pembinaan yang setara dan berkeadilan terhadap Pasar Rakyat, pusat perbelanjaan, toko swalayan, dan perkulakan** untuk menciptakan kepastian berusaha dan hubungan kerja sama yang seimbang antara pemasok dan pengecer dengan tetap memperhatikan keberpihakan kepada koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah.
- (2) Pengembangan, penataan, dan pembinaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan melalui pengaturan Perizinan Berusaha, tata ruang, zonasi dengan memperhatikan jarak dan lokasi pendirian, kemitraan, dan kerja sama usaha
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai Perizinan Berusaha, tata ruang, dan zonasi sebagaimana dimaksud pada ayat (2) diatur dalam Peraturan Pemerintah.

Pasal 24

- (1) Setiap Pelaku Usaha yang melakukan kegiatan usaha Perdagangan wajib memenuhi Perizinan Berusaha **dari Pemerintah Pusat.**
- (2) Pemerintah Pusat dapat memberikan pengecualian terhadap kewajiban pemenuhan Perizinan Berusaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
- (3) Setiap Pelaku Usaha yang tidak melakukan pemenuhan Perizinan Berusaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi administratif.

- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Perizinan Berusaha di bidang Perdagangan sebagaimana pada ayat (1) dan ayat (2) diatur dalam Peraturan Pemerintah.

10. Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

Beberapa ketentuan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dikemukakan dalam tulisan ini yaitu sebagai berikut:

Pengertian:

- a. Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.
- b. Pemberi Waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimilikinya kepada Penerima Waralaba.
- c. Penerima Waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh Pemberi Waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimiliki Pemberi Waralaba.

KRITERIA

Pasal 3

Waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. memiliki ciri khas usaha;
- b. terbukti sudah memberikan keuntungan;
- c. memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;
- d. mudah diajarkan dan diaplikasikan;
- e. adanya dukungan yang berkesinambungan; dan
- f. Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar.

PERJANJIAN WARALABA

Pasal 4

- (1) Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia.
- (2) Dalam hal perjanjian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditulis dalam bahasa asing, perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia.

Pasal 5

Perjanjian Waralaba memuat klausula paling sedikit:

- a. nama dan alamat para pihak;
- b. jenis Hak Kekayaan Intelektual;
- c. kegiatan usaha;
- d. hak dan kewajiban para pihak;
- e. bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba;
- f. wilayah usaha;
- g. jangka waktu perjanjian;
- h. tata cara pembayaran imbalan;
- i. kepemilikan, perubahan kepemilikan dan hak ahli waris;
- j. penyelesaian sengketa; dan
- k. tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian.

Pasal 6

- (1) Perjanjian Waralaba dapat memuat klausula pemberian hak bagi Penerima Waralaba untuk menunjuk Penerima Waralaba lain.
- (2) Penerima Waralaba yang diberi hak untuk menunjuk Penerima Waralaba lain, harus memiliki dan melaksanakan sendiri paling sedikit 1 (satu) tempat usaha Waralaba.

KEWAJIBAN PEMBERI WARALABA

Pasal 7

- (1) Pemberi Waralaba harus memberikan prospektus penawaran Waralaba kepada calon Penerima Waralaba pada saat melakukan penawaran.
- (2) Prospektus penawaran Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat paling sedikit mengenai:
 - a. data identitas Pemberi Waralaba;
 - b. legalitas usaha Pemberi Waralaba,
 - c. sejarah kegiatan usahanya;
 - d. struktur organisasi Pemberi Waralaba;
 - e. laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir;
 - f. jumlah tempat usaha;
 - g. daftar Penerima Waralaba; dan
 - h. hak dan kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.

Pasal 8

Pemberi Waralaba wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian dan pengembangan kepada Penerima Waralaba secara berkesinambungan.

Pasal 9

- (1) Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba mengutamakan penggunaan barang dan/atau jasa hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu barang dan/atau jasa yang ditetapkan secara tertulis oleh Pemberi Waralaba.
- (2) Pemberi Waralaba harus bekerjasama dengan pengusaha kecil dan menengah di daerah setempat sebagai Penerima Waralaba atau pemasok barang dan/atau jasa sepanjang memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba.

11. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Beberapa ketentuan dalam PP No 7 Tahun 2021 dikemukakan dalam tulisan ini yaitu sebagai berikut:

Cara Pemberdayaan UMKM.

Pasal 2.

- (1) Pemerintah dan Pemerintah Daerah sesuai dengan kewenangannya menyelenggarakan pemberdayaan Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah.
- (2) Pemberdayaan Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan:
 - a. pengembangan usaha;
 - b. Kemitraan;
 - c. perizinan; dan
 - d. koordinasi dan pengendalian.

Pengembangan Usaha.

Pasal 3.

- (1) Pengembangan usaha dilakukan terhadap Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah.
- (2) Pengembangan usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
 - a. fasilitasi pengembangan usaha; dan
 - b. pelaksanaan pengembangan usaha

Fasilitasi Pengembangan Usaha.

Pasal 4

- (1) Fasilitasi pengembangan usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (2) huruf a dilakukan oleh Pemerintah dan Pemerintah Daerah.
- (2) Fasilitasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dalam bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber dayamanusia, serta desain danteknologi.

Kegiatan Pengembangan

Pasal 5

- (1) Pengembangan Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 dilakukan melalui:
 - a. pendataan, identifikasi potensi, dan masalah yang dihadapi;
 - b. penyusunan program pembinaan dan pengembangan sesuai potensi dan masalah yang dihadapi;
 - c. pelaksanaan program pembinaan dan pengembangan; dan
 - d. pemantauan dan pengendalian pelaksanaan program.
- (2) Pengembangan Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan melalui pendekatan:
 - a. koperasi;
 - b. sentra;
 - c. klaster; dan
 - d. kelompok.

Prioritas, Intensitas, dan Jangka Waktu

Pasal 6

- (1) Pemerintah dan Pemerintah Daerah memprioritaskan pengembangan Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah melalui:
 - a. pemberian kesempatan untuk ikut serta dalam pengadaan barang dan jasa Pemerintah dan Pemerintah Daerah;
 - b. pencadangan usaha bagi Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah melalui pembatasan bagi Usaha Besar;
 - c. kemudahan perizinan;
 - d. penyediaan Pembiayaan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; atau
 - e. fasilitasi teknologi dan informasi.
- (2) Pemberian kesempatan untuk ikut serta dalam pengadaan barang dan jasa Pemerintah dan Pemerintah Daerah sebagaimana dimaksud pada

ayat (1) huruf a dilakukan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

- (3) Pencadangan usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b meliputi bidang dan sektor usaha:
 - a. yang hanya boleh diusahakan oleh Usaha Mikro dan Usaha Kecil;
 - b. yang dapat dilakukan oleh Usaha Menengah dan Usaha Besar melalui pola Kemitraan dengan Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah;
 - c. yang dapat dilakukan oleh Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah yang bersifat inovatif, kreatif, dan/atau secara khusus diprioritaskan sebagai program Pemerintah dan Pemerintah Daerah; dan
 - d. yang dapat dilakukan oleh Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah yang berada pada daerah perbatasan, bencana alam, pasca kerusuhan, dan daerah tertinggal.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai pencadangan usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (3) diatur dengan Peraturan Presiden.

Intensitas dan Jangka Waktu

Pasal 7

- (1) Fasilitas pengembangan usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 dilaksanakan berdasarkan intensitas dan Jangka Waktu.
- (2) Intensitas dan Jangka Waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan berdasarkan klasifikasi dan tingkat perkembangan Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah.
- (3) Menteri membuat pedoman klasifikasi dan tingkat perkembangan Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah sebagaimana dimaksud pada ayat (2).
- (4) Pedoman klasifikasi dan tingkat perkembangan Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah sebagaimana dimaksud pada ayat (3) paling sedikit meliputi:
 - a. kriteria klasifikasi berdasarkan masalah dan/atau potensi;
 - b. penentuan klasifikasi;

- c. pendekatan pengembangan;
 - d. bentuk fasilitasi; dan
 - e. Jangka Waktu fasilitasi.
- (5) Menteri Teknis/Kepala Lembaga Pemerintah Nonkementerian, atau Pemerintah Daerah sesuai dengan kewenangannya menetapkan intensitas dan Jangka Waktu fasilitasi pengembangan Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah sesuai dengan pedoman sebagaimana dimaksud pada ayat (4).

Pelaksanaan Pengembangan.

Pasal 8.

- (1) Pelaksanaan pengembangan usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (2) huruf b dilakukan oleh Dunia Usaha dan masyarakat.
- (2) Pengembangan usaha oleh Dunia Usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan oleh:
 - a. Usaha Besar; dan
 - b. Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah yang bersangkutan.
- (3) Usaha Besar sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf a, melakukan pengembangan Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah dengan prioritas:
 - a. keterkaitan usaha;
 - b. potensi produksi barang dan jasa pada pasar domestik;
 - c. produksi dan penyediaan kebutuhan pokok;
 - d. produk yang memiliki potensi ekspor;
 - e. produk dengan nilai tambah dan berdaya saing;
 - f. potensi mendayagunakan pengembangan teknologi; dan/atau
 - g. potensi dalam penumbuhan wirausaha baru.
- (4) Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf b, melakukan pengembangan usaha dengan:
 - a. mengembangkan jaringan usaha dan Kemitraan;
 - b. melakukan usaha secara efisien;
 - c. mengembangkan inovasi dan peluang pasar;
 - d. memperluas akses pemasaran;
 - e. memanfaatkan teknologi;

- f. meningkatkan kualitas produk; dan
 - g. mencari sumber pendanaan usaha yang lebih luas.
- (5) Pengembangan usaha oleh masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit dilakukan dengan:
- a. memprioritaskan penggunaan produk yang dihasilkan oleh Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah;
 - b. menciptakan wirausaha baru;
 - c. bimbingan teknis dan manajerial; dan/atau
 - d. melakukan konsultasi dan pendampingan.

Pasal 9

Pelaksanaan pengembangan usaha oleh Dunia Usaha dan masyarakat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (1) dapat dilakukan dengan memperhatikan intensitas dan Jangka Waktu yang ditetapkan oleh Menteri, Menteri Teknis/ Kepala Lembaga Pemerintah Nonkementerian, atau Pemerintah Daerah.

Kemitraan.

Pasal 10.

- (1) Kemitraan antara Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah dengan Usaha Besar dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip Kemitraan dan menjunjung etika bisnis yang sehat.
- (2) Prinsip Kemitraan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi prinsip:
 - a. saling membutuhkan;
 - b. saling mempercayai;
 - c. saling memperkuat; dan
 - d. saling menguntungkan.
- (3) Dalam melaksanakan Kemitraan, para pihak mempunyai kedudukan hukum yang setara dan terhadap mereka berlaku hukum Indonesia.
- (4) Kemitraan antara Usaha Mikro, Usaha Kecil, atau Usaha Menengah dengan Usaha Besar dilaksanakan dengan disertai bantuan dan perkuatan oleh Usaha Besar.

Pasal 11

- (1) Kemitraan mencakup proses alih keterampilan bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, permodalan, sumber daya manusia, dan teknologi sesuai dengan pola Kemitraan.
- (2) Pola Kemitraan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
 - a. inti-plasma;
 - b. subkontrak;
 - c. waralaba;
 - d. perdagangan umum;
 - e. distribusi dan keagenan;
 - f. bagi hasil;
 - g. kerja sama operasional;
 - h. usaha patungan (*joint venture*);
 - i. penyumberluaran (*outsourcing*); dan
 - j. bentuk kemitraan lainnya.
- (3) Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, atau Usaha Besar dalam melakukan pola Kemitraan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dilarang memutuskan hubungan hukum secara sepihak sesuai dengan ketentuan peraturan undangan.

Pasal 12

Dalam pelaksanaan Kemitraan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (2):

- a. Usaha Besar dilarang memiliki dan/atau menguasai Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan/atau Usaha Menengah mitra usahanya; dan
- b. Usaha Menengah dilarang memiliki dan/atau menguasai Usaha Mikro dan/atau Usaha Kecil mitra usahanya.

Kemitraan Inti-Plasma.

Pasal 13

Dalam pola Kemitraan inti-plasma:

- a. Usaha Besar berkedudukan sebagai inti, Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah berkedudukan sebagai plasma; atau
- b. Usaha Menengah berkedudukan sebagai inti, Usaha Mikro dan Usaha Kecil berkedudukan sebagai plasma.

Kemitraan Subkontrak.

Pasal 14

Dalam pola Kemitraan subkontrak:

- a. Usaha Besar berkedudukan sebagai kontraktor, Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah berkedudukan sebagai subkontraktor; atau
- b. Usaha Menengah berkedudukan sebagai kontraktor, Usaha Mikro dan Usaha Kecil berkedudukan sebagai subkontraktor.

Kemitraan Waralaba

Pasal 15

Dalam pola Kemitraan waralaba:

- a. Usaha Besar berkedudukan sebagai pemberi waralaba, Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah berkedudukan sebagai penerima waralaba; atau
- b. Usaha Menengah berkedudukan sebagai pemberi waralaba, Usaha Mikro dan Usaha Kecil berkedudukan sebagai penerima waralaba.

Pasal 16

Usaha Besar yang memperluas usahanya dengan cara waralaba memberikan kesempatan dan mendahulukan Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah yang memiliki kemampuan.

Pasal 17

Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah yang akan mengembangkan usaha dengan menerapkan sistem bisnis melalui pemasaran barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau dipergunakan oleh pihak lain, dapat melakukan Kemitraan dengan pola waralaba sebagai pemberi waralaba.

Kemitraan Perdagangan Umum

Pasal 19

- (1) Dalam pola Kemitraan perdagangan umum:
 - a. Usaha Besar berkedudukan sebagai penerima barang, Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah berkedudukan sebagai pemasok barang; atau
 - b. Usaha Menengah berkedudukan sebagai penerima barang, Usaha Mikro dan Usaha Kecil berkedudukan sebagai pemasok barang.
- (2) Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah sebagai pemasok barang memproduksi barang atau jasa bagi mitra dagangnya.

Pasal 20

- (1) Kemitraan usaha dengan pola perdagangan umum, dapat dilakukan dalam bentuk kerja sama pemasaran, penyediaan lokasi usaha, atau menerima pasokan dari Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah oleh Usaha Besar yang dilakukan secara terbuka.
- (2) Pemenuhan kebutuhan barang dan jasa yang diperlukan oleh Usaha Besar atau Usaha Menengah dilakukan dengan mengutamakan pengadaan hasil produksi Usaha Kecil atau Usaha Mikro sepanjang memenuhi standar mutu barang dan jasa yang diperlukan.
- (3) Pengaturan sistem pembayaran dalam bentuk kerja sama Kemitraan perdagangan umum sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan tidak merugikan salah satu pihak.

Kemitraan Distribusi dan Keagenan.

Pasal 21

Dalam pola Kemitraan distribusi dan keagenan:

- a. Usaha Besar memberikan hak khusus memasarkan barang dan jasa kepada Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah; atau
- b. Usaha Menengah memberikan hak khusus memasarkan barang dan jasa kepada Usaha Mikro dan Usaha Kecil.

Kemitraan Bagi Hasil.

Pasal 22

Dalam pola Kemitraan bagi hasil:

- a. Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah berkedudukan sebagai pelaksana yang menjalankan usaha yang dibiayai atau dimiliki oleh Usaha Besar; atau
- b. Usaha Mikro dan Usaha Kecil berkedudukan sebagai pelaksana yang menjalankan usaha yang dibiayai atau dimiliki oleh Usaha Menengah.

Pasal 23

- (1) Masing-masing pihak yang bermitra dengan pola bagi hasil memberikan kontribusi sesuai dengan kemampuan dan sumber daya yang dimiliki serta disepakati kedua belah pihak yang bermitra.
- (2) Besarnya pembagian keuntungan yang diterima atau kerugian yang ditanggung masing-masing pihak yang bermitra dengan pola bagi hasil berdasarkan pada perjanjian yang disepakati.

Kemitraan Kerja Sama Operasional.

Pasal 24

Dalam pola Kemitraan kerja sama operasional:

- a. antara Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah dengan Usaha Besar menjalankan usaha yang sifatnya sementara sampai dengan pekerjaan selesai; atau
- b. antara Usaha Mikro dan Usaha Kecil dengan Usaha Menengah menjalankan usaha yang sifatnya sementara sampai dengan pekerjaan selesai.

Pasal 25

- (1) Usaha Mikro, Usaha Kecil, atau Usaha Menengah lokal dalam melaksanakan kegiatan usahanya dapat melakukan Kemitraan usaha dengan Usaha Besar asing melalui pola usaha patungan (*joint venture*) dengan cara menjalankan aktifitas ekonomi bersama dengan mendirikan perusahaan baru.
- (2) Usaha Mikro dan Usaha Kecil lokal dalam melaksanakan kegiatan usahanya dapat melakukan Kemitraan usaha dengan Usaha Menengah asing melalui pola usaha patungan (*joint venture*) dengan cara menjalankan aktifitas ekonomi bersama dengan mendirikan perusahaan baru.
- (3) Pendirian perusahaan baru sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 26

Dalam menjalankan aktifitas ekonomi bersama para pihak berbagi secara proporsional dalam pemilikan saham, keuntungan, risiko, dan manajemen perusahaan.

Kemitraan Penyumberluaran.

Pasal 27

- (1) Usaha Mikro, Usaha Kecil, atau Usaha Menengah dapat bermitra dengan Usaha Besar dengan Kemitraan pola penyumberluaran, untuk

mengerjakan pekerjaan atau bagian pekerjaan di luar pekerjaan utama Usaha Besar.

- (2) Usaha Mikro atau Usaha Kecil dapat bermitra dengan Usaha Menengah dengan Kemitraan pola penyumberluaran, untuk mengerjakan pekerjaan atau bagian pekerjaan di luar pekerjaan utama Usaha Menengah.
- (3) Kemitraan pola penyumberluaran dijalankan pada bidang dan jenis usaha yang bukan merupakan pekerjaan pokok dan/atau bukan komponen pokok.
- (4) Dalam pola Kemitraan penyumberluaran:
 - a. Usaha Besar berkedudukan sebagai pemilik pekerjaan, Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah berkedudukan sebagai penyedia dan pelaksana jasa pekerjaan; atau
 - b. Usaha Menengah berkedudukan sebagai pemilik pekerjaan, Usaha Mikro dan Usaha Kecil berkedudukan sebagai penyedia dan pelaksana jasa pekerjaan.
- (5) Pelaksanaan pola Kemitraan penyumberluaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sampai dengan ayat (4) dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Kemitraan Lainnya.

Pasal 28

- (1) Selain Kemitraan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 sampai dengan Pasal 27, antar Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah dapat melakukan Kemitraan lain.
- (2) Kemitraan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan sesuai dengan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 ayat (1), ayat (2) dan ayat (3) serta Pasal 11 ayat (3).

Perjanjian Kemitraan.

Pasal 29

- (1) Setiap bentuk Kemitraan yang dilakukan oleh Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah dituangkan dalam perjanjian Kemitraan.
- (2) Perjanjian Kemitraan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibuat secara tertulis dalam Bahasa Indonesia.
- (3) Dalam hal salah satu pihak merupakan orang atau badan hukum asing, perjanjian Kemitraan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibuat dalam Bahasa Indonesia dan bahasa asing.
- (4) Perjanjian Kemitraan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) memuat paling sedikit:
 - a. kegiatan usaha;
 - b. hak dan kewajiban masing-masing pihak;
 - c. bentuk pengembangan;
 - d. jangka waktu; dan
 - e. penyelesaian perselisihan.

Peran Pemerintah daerah pada Kemitraan.

Pasal 30

- (1) Pemerintah dan Pemerintah Daerah mengatur:
 - a. Usaha Besar untuk membangun Kemitraan dengan Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah; atau
 - b. Usaha Menengah untuk membangun Kemitraan dengan Usaha Mikro dan Usaha Kecil.
- (2) Untuk melaksanakan peran Pemerintah dan Pemerintah Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Pemerintah dan Pemerintah Daerah wajib:
 - a. menyediakan data dan informasi pelaku Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah yang siap bermitra;
 - b. mengembangkan proyek percontohan Kemitraan;
 - c. memfasilitasi dukungan kebijakan; dan
 - d. melakukan koordinasi penyusunan kebijakan dan program pelaksanaan, pemantauan, evaluasi serta pengendalian umum terhadap pelaksanaan Kemitraan.

Pasal 35

- (1) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan.
- (2) Kriteria modal usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) digunakan untuk pendirian atau pendaftaran kegiatan usaha.
- (3) Kriteria modal usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (2) terdiri atas:
 - a. Usaha Mikro memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
 - b. Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00, (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; dan
 - c. Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- (4) Untuk pemberian kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah selain kriteria modal usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (2) digunakan kriteria hasil penjualan tahunan.
- (5) Kriteria hasil penjualan tahunan sebagaimana dimaksud pada ayat (4) terdiri atas:
 - a. Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah);
 - b. Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah); dan
 - c. Usaha Menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).
- (6) Dalam hal pelaku usaha telah melaksanakan kegiatan usaha sebelum Peraturan Pemerintah ini mulai berlaku, pemberian kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan diberikan kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang memenuhi kriteria hasil penjualan tahunan sebagaimana dimaksud pada ayat (5).
- (7) Nilai nominal kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dan ayat (5) dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian.

Pasal 36

- (1) Untuk kepentingan tertentu, selain kriteria modal usaha dan hasil penjualan tahunan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 35 ayat (1), kementerian/lembaga dapat menggunakan kriteria omzet, kekayaan bersih, nilai investasi, jumlah tenaga kerja, insentif dan disinsentif, kandungan lokal, dan/atau penerapan teknologi ramah lingkungan sesuai dengan kriteria setiap sektor usaha.
- (2) Penggunaan kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (1) oleh menteri teknis atau pimpinan lembaga harus mendapatkan pertimbangan dari Menteri.

Paragraf 2

Perizinan Usaha Berbasis Risiko

Pasal 37

- (1) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam melakukan kegiatan usahanya harus memiliki Perizinan Berusaha.
- (2) Perizinan Berusaha untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah diberikan berdasarkan tingkat risiko kegiatan usaha dalam bentuk:
 - a. nomor induk berusaha, untuk kegiatan usaha risiko rendah;
 - b. nomor induk berusaha dan sertifikat standar, untuk kegiatan usaha risiko menengah rendah dan menengah tinggi; dan
 - c. nomor induk berusaha dan izin, untuk kegiatan usaha risiko tinggi.
- (3) Dalam hal kegiatan usaha yang dilakukan oleh Usaha Mikro dan Usaha Kecil termasuk dalam kegiatan usaha dengan tingkat risiko menengah atau risiko tinggi, selain wajib memiliki Perizinan Berusaha sebagaimana dimaksud pada ayat (2), pelaku usaha wajib memiliki sertifikat standar produk dan/atau standar usaha sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 38

- (1) Perizinan Berusaha untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dilaksanakan melalui sistem Perizinan Berusaha terintegrasi secara elektronik, yang dikelola oleh lembaga yang mengelola Perizinan Berusaha terintegrasi secara elektronik.
- (2) Pemenuhan persyaratan dan tata cara permohonan Perizinan Berusaha dilaksanakan sesuai dengan norma, standar, prosedur, dan kriteria yang

diatur dalam peraturan pemerintah mengenai penyelenggaraan Perizinan Berusaha berbasis risiko.

Pasal 39

- (1) Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah melakukan pembinaan dan pendaftaran bagi Usaha Mikro dan Usaha Kecil untuk kemudahan Perizinan Berusaha.
- (2) Dalam melaksanakan pembinaan dan pendaftaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah melakukan:
 - a. identifikasi dan pemetaan Usaha Mikro dan Usaha Kecil berdasarkan tingkat risiko rendah, menengah, dan tinggi; dan
 - b. pendaftaran pelaku Usaha Mikro dan Usaha Kecil melalui sistem Perizinan Berusaha terintegrasi secara elektronik untuk mendapatkan nomor induk berusaha.

Pasal 40

Dalam hal pelaku Usaha Mikro dan Usaha Kecil tidak dapat mengakses Perizinan Berusaha secara daring, Dinas, perangkat di tingkat kecamatan, dan/atau kantor kelurahan/kantor desa memfasilitasi pendaftaran Perizinan Berusaha dengan mempertimbangkan karakteristik wilayah.

Pasal 41

- (1) Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah memberikan pendampingan bagi Usaha Mikro dan Usaha Kecil yang telah mendapatkan nomor induk berusaha.
- (2) Pendampingan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan untuk:
 - a. meningkatkan pengetahuan terhadap penerapan standar nasional Indonesia dan sertifikasi jaminan produk halal bagi Usaha Mikro dan Usaha Kecil yang baru mendapatkan nomor induk berusaha; dan/atau
 - b. memenuhi persyaratan mendapatkan sertifikat standar dan/atau izin.
- (3) Pendampingan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit dilaksanakan melalui fasilitasi bimbingan teknis, konsultasi, dan/atau pelatihan.

Pasal 42

Usaha Mikro dan Usaha Kecil yang baru mendirikan usaha dapat langsung mengajukan permohonan nomor induk berusaha, sertifikat standar, dan/atau izin melalui sistem Perizinan Berusaha yang terintegrasi secara elektronik.

Paragraf 3

Perizinan Tunggal dan Fasilitasi Sertifikasi Standar dan/atau Izin

Pasal 43

- (1) Pemerintah Pusat menyelenggarakan perizinan tunggal Usaha Mikro dan Usaha Kecil melalui sistem Perizinan Berusaha terintegrasi secara elektronik.
- (2) Perizinan tunggal sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi Perizinan Berusaha, standar nasional Indonesia, dan sertifikasi jaminan produk halal.
- (3) Dalam hal kegiatan usaha yang dilakukan oleh Usaha Mikro dan Usaha Kecil memiliki risiko rendah diberikan nomor induk berusaha yang sekaligus berlaku sebagai perizinan tunggal.
- (4) Lembaga pemerintah nonkementerian yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang koordinasi penanaman modal mengoordinasikan penyelenggaraan perizinan tunggal Usaha Mikro dan Usaha Kecil.

Pasal 44

Nomor induk berusaha untuk Usaha Mikro dan Usaha Kecil yang memiliki risiko rendah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 43 ayat (3), berlaku sebagai identitas dan legalitas dalam melaksanakan kegiatan berusaha.

Pasal 45

- (1) Perizinan tunggal, sertifikat standar dan/atau izin bagi Usaha Mikro dan Usaha Kecil berlaku selama kegiatan usaha berlangsung.
- (2) Ketentuan masa berlaku sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikecualikan untuk sertifikat halal sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai jaminan produk halal.

- (3) Pemerintah Pusat dan/atau Pemerintah Daerah melakukan pembinaan pemenuhan perizinan tunggal, sertifikat standar dan/atau izin bagi Usaha Mikro dan Usaha Kecil sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

Pasal 46

Pendaftaran perizinan tunggal, pemenuhan kepemilikan sertifikat standar dan/atau izin, dan perpanjangan sertifikat jaminan produk halal bagi Usaha Mikro dan Usaha Kecil tidak dikenakan biaya.

12. Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perdagangan

Beberapa ketentuan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021, yang relevan untuk dikemukakan dalam tulisan ini adalah sebagai berikut.

BAB IV

DISTRIBUSI BARANG

Bagian Kesatu

Umum

Pasal 32

Distribusi Barang yang diperdagangkan di dalam negeri dapat dilakukan secara tidak langsung atau secara langsung kepada Konsumen.

Bagian Kedua

Distribusi Barang Secara Tidak Langsung

Pasal 33

- (1) Distribusi Barang secara tidak langsung sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32 dilakukan oleh Pelaku Usaha Distribusi dengan menggunakan rantai Distribusi yang bersifat umum, yaitu:
- a. Distributor dan jaringannya;

- b. Agen dan jaringannya; atau
 - c. waralaba.
- (2) Distributor dan jaringannya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a terdiri dari:
- a. Distributor;
 - b. Grosir/Perkulakan; dan
 - c. Pengecer.
- (3) Agen dan jaringannya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b terdiri dari:
- a. Agen;
 - b. Grosir/Perkulakan; dan
 - c. Pengecer.

Pasal 34

Distribusi Barang secara tidak langsung dilakukan oleh Pelaku Usaha Distribusi melalui perikatan yang dapat dibuktikan dengan adanya perjanjian, penunjukan, dan/atau bukti transaksi secara tertulis.

Pasal 35

- (1) Produsen di dalam negeri dapat menunjuk Pelaku Usaha Distribusi sebagai Distributor atau Agen untuk mendistribusikan Barang kepada Pengecer.
- (2) Selain Produsen di dalam negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Produsen harus menunjuk Pelaku Usaha Distribusi sebagai Distributor atau Agen untuk mendistribusikan Barang kepada Pengecer.
- (3) Dalam hal Produsen telah menunjuk Distributor tunggal atau Agen tunggal untuk mendistribusikan Barang di suatu wilayah pemasaran, Produsen tidak dapat menunjuk Distributor atau Agen lainnya untuk mendistribusikan Barang dengan jenis dan merek yang sama.
- (4) Masa berlaku penunjukan Distributor tunggal paling sedikit selama 5 (lima) tahun dan wajib diperpanjang 1 (satu) kali.
- (5) Ketentuan lebih lanjut mengenai perikatan untuk pendistribusian Barang oleh Distributor atau Agen diatur dengan Peraturan Menteri.

Pasal 36

Distributor atau Agen yang mendistribusikan Barang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 35 ayat (1) wajib memiliki Perizinan Berusaha sebagai Distributor atau Agen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang- undangan.

Pasal 37

- (1) Pengecer sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 ayat (2) huruf c dan ayat (3) huruf c serta Pasal 35 ayat (1) dan ayat (2), dalam mendistribusikan Barang harus menggunakan sarana penjualan toko dan sarana penjualan lainnya.
- (2) Sarana penjualan toko sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa:
 - a. Toko Swalayan; atau
 - b. toko dengan sistem pelayanan konvensional.
- (3) Sarana penjualan lainnya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa:
 - a. sistem elektronik;
 - b. penjualan dengan perangkat mesin elektronik; atau
 - c. penjualan bergerak.

Pasal 38

Distributor sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 ayat (2) huruf a, wajib memenuhi ketentuan:

- a. memiliki Perizinan Berusaha sebagai Distributor;
- b. memiliki atau menguasai tempat usaha dengan alamat yang benar, tetap, dan jelas;
- c. memiliki atau menguasai Gudang yang sudah terdaftar dengan alamat yang benar, tetap, dan jelas; dan
- d. memiliki perikatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 34 dengan Produsen atau pemasok atau Importir mengenai Barang yang akan didistribusikan.

Pasal 39

Agen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 ayat (3) huruf a, wajib memenuhi ketentuan:

- a. memiliki Perizinan Berusaha sebagai Agen;
- b. memiliki atau menguasai tempat usaha dengan alamat yang benar, tetap, dan jelas;

- c. memiliki perikatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 34 dengan pihak yang menunjuknya yang mengatur hak dan kewajiban masing-masing pihak; dan
- d. menjalankan usaha berdasarkan Komisi yang diperoleh dari pihak yang menunjuknya.

Pasal 40

Grosir/Perkulakan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 ayat (2) huruf b dan ayat (3) huruf b wajib memenuhi ketentuan:

- a. memiliki Perizinan Berusaha sebagai Grosir/Perkulakan; dan
- b. memiliki kerja sama dengan Produsen, Distributor atau Importir Barang yang dilandasi dengan perikatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 34.

Pasal 41

Pengecer sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 ayat (2) huruf c dan ayat (3) huruf c wajib memenuhi ketentuan:

- a. memiliki Perizinan Berusaha sebagai Pengecer; dan
- b. memiliki atau menguasai sarana penjualan, atau tempat usaha dengan alamat yang benar, tetap, dan jelas.

Bagian Ketiga

Distribusi Barang secara Langsung

Pasal 42

- (1) Distribusi Barang secara langsung sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32 dilakukan dengan menggunakan pendistribusian khusus melalui sistem Penjualan Langsung.
- (2) Sistem Penjualan Langsung sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan cara:
 - a. Penjualan Langsung secara *Single Level*; atau
 - b. Penjualan Langsung secara *Multi Level*.
- (3) Penjualan Langsung secara *Single Level* sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf dikembangkan oleh Penjual Langsung yang bekerja atas dasar Komisi dan/atau Bonus berdasarkan hasil

- penjualan Barang kepada Konsumen.
- (4) Penjualan Langsung secara *Multi Level* sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf b dikembangkan oleh Penjual Langsung yang bekerja atas dasar Komisi dan/atau Bonus berdasarkan hasil penjualan Barang kepada Konsumen.

Pasal 43

- (1) Perusahaan yang melakukan kegiatan Distribusi Barang dengan sistem Penjualan Langsung harus memenuhi kriteria sebagai berikut:
- a. memiliki Hak Distribusi Eksklusif terhadap Barang yang akan didistribusikan melalui penjualan secara langsung;
 - b. memiliki Program Pemasaran;
 - c. memiliki kode etik;
 - d. melakukan perekrutan Penjual Langsung melalui sistem jaringan; dan
 - e. melakukan penjualan Barang secara langsung kepada Konsumen melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh Penjual Langsung.
- (2) Program Pemasaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b harus dibuat dalam bahasa Indonesia dan mencantumkan informasi paling sedikit mengenai:
- a. daftar dan profil Barang yang paling sedikit meliputi gambar, harga jual, dan manfaat;
 - b. jenis Program Pemasaran yang digunakan;
 - c. biaya pendaftaran calon Penjual Langsung;
 - d. isi alat bantu penjualan;
 - e. alur penjualan Barang dari perusahaan sampai dengan kepada Konsumen;
 - f. jenis, perhitungan, serta jumlah Komisi dan/atau Bonus yang diberikan kepada seluruh Penjual Langsung yang dibuat dalam mata uang rupiah;
 - g. simulasi perhitungan Komisi dan/atau Bonus kepada Penjual Langsung hingga tingkat jaringan tertentu;
 - h. syarat dan ketentuan dalam mendapatkan Komisi dan/atau Bonus; dan
 - i. jadwal pembayaran Komisi dan/atau Bonus.
- (3) Kode etik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c harus dibuat dalam bahasa Indonesia dan memuat ketentuan paling sedikit:
- a. persyaratan menjadi Penjual Langsung;

- b. prosedur pendaftaran Penjual Langsung;
- c. masa berlaku keanggotaan Penjual Langsung;
- d. prosedur pendaftaran dalam keanggotaan;
- e. hak dan kewajiban perusahaan;
- f. hak dan kewajiban Penjual Langsung;
- g. program pembinaan bantuan pelatihan dan/atau fasilitas yang diberikan perusahaan Penjual Langsung;
- h. ganti rugi atas Barang yang tidak sesuai dengan kualitas dan jenis yang diperjanjikan dan prosedurnya;
- i. larangan bagi Penjual Langsung;
- j. sanksi; dan
- k. prosedur penyelesaian perselisihan.

Pasal 44

Hak Distribusi Eksklusif sebagaimana dimaksud dalam Pasal 43 ayat (1) huruf a didapat dari perjanjian atau kepemilikan atas merek dagang.

Pasal 45

Dalam hal Hak Distribusi Eksklusif sebagaimana dimaksud dalam Pasal 44 yang didapat melalui perjanjian diputus secara sepihak oleh pemilik merek dagang sebelum masa berlaku perjanjian tersebut berakhir, pemilik merek dagang tidak dapat menunjuk perusahaan baru sebelum tercapai kesepakatan dalam penyelesaian perselisihan oleh para pihak atau sampai ada putusan pengadilan yang sudah berkekuatan hukum tetap.

Pasal 46

Kegiatan usaha Perdagangan dengan sistem Penjualan Langsung diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara perusahaan dan Penjual Langsung dengan memperhatikan kode etik.

Pasal 47

Dalam melakukan perekrutan Penjual Langsung melalui sistem jaringan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 43 ayat (1) huruf d, perusahaan wajib memberikan keterangan secara lisan dan tertulis

dengan benar kepada calon Penjual Langsung paling sedikit mengenai:

- a. identitas perusahaan;
- b. mutu dan spesifikasi Barang;
- c. kondisi dan jaminan Barang serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharannya;
- d. Program Pemasaran; dan
- e. kode etik.

Pasal 48

Perusahaan yang telah melakukan perekrutan Penjual Langsung sebagaimana dimaksud dalam Pasal 47 dalam melakukan kegiatan usaha Penjualan Langsung wajib:

- a. memberikan alat bantu penjualan kepada setiap Penjual Langsung yang paling sedikit berisikan keterangan mengenai Barang, Program Pemasaran, dan kode etik;
- b. memastikan kegiatan yang dilakukan oleh Penjual Langsung sesuai dengan Program Pemasaran dan kode etik;
- c. mencantumkan label pada Barang dan/atau kemasan yang paling sedikit memuat nama perusahaan dan keterangan bahwa Barang dijual dengan sistem Penjualan Langsung;
- d. menetapkan harga Barang yang dijual dalam mata uang rupiah dan berlaku untuk Penjual Langsung dan Konsumen;
- e. memberikan Komisi dan/atau Bonus berdasarkan hasil kegiatan penjualan Barang yang dilakukan oleh Penjual Langsung dan jaringannya sesuai dengan yang diperjanjikan;
- f. memberikan tenggang waktu kepada Konsumen untuk mengembalikan Barang dengan jangka waktu 7 (tujuh) hari kerja terhitung sejak Barang diterima, apabila ternyata Barang tersebut tidak sesuai dengan yang diperjanjikan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian yang ditimbulkan akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan Barang yang diperdagangkan;
- h. melaksanakan pembinaan dan pelatihan paling sedikit 1 (satu) kali dalam 1 (satu) tahun untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan para Penjual Langsung, agar bertindak dengan benar, jujur, dan bertanggung jawab;
- i. memberikan kesempatan yang sama kepada semua Penjual Langsung untuk berprestasi dalam memasarkan Barang;
- j. memiliki daftar Penjual Langsung yang menjadi anggota jaringan

- pemasarannya yang dilengkapi dengan data identitas Penjual Langsung dimaksud;
- k. menjual Barang yang telah memiliki izin edar atau telah memenuhi ketentuan Standar mutu sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan
 - l. memastikan Penjual Langsung tidak menjual Barang melalui saluran distribusi tidak langsung dan/atau *online market place*.

Pasal 49

Jumlah Komisi dan/atau Bonus yang diberikan kepada Penjual Langsung sebagaimana dimaksud dalam Pasal 48 huruf e paling banyak 60% (enam puluh persen) dari omzet perusahaan.

Pasal 50

Pelaku Usaha Distribusi dalam sistem Penjualan Langsung merupakan perusahaan yang memiliki Perizinan Berusaha sebagai Perusahaan Penjualan Langsung.

Pasal 51

Perusahaan yang telah memiliki Perizinan Berusaha di bidang Penjualan Langsung dilarang melakukan kegiatan:

- a. menawarkan, mempromosikan, mengiklankan Barang secara tidak benar, berbeda, atau bertentangan dengan keadaan yang sebenarnya;
- b. menawarkan Barang dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan, baik fisik maupun psikis terhadap Konsumen;
- c. menawarkan Barang dengan membuat atau mencantumkan klausula baku pada dokumen dan/atau perjanjian yang tidak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan Konsumen;
- d. menjual Barang yang tidak mempunyai tanda daftar dari instansi teknis yang berwenang, khususnya bagi Barang yang wajib terdaftar sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- e. menjual Barang yang tidak memenuhi ketentuan Standar mutu Barang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;

- f. menarik dan/atau mendapatkan keuntungan melalui iuran keanggotaan atau pendaftaran sebagai mitra usaha secara tidak wajar;
- g. menerima pendaftaran keanggotaan sebagai Penjual Langsung dengan nama yang sama lebih dari 1 (satu) kali;
- h. membayar Komisi dan/atau Bonus dari hasil iuran keanggotaan atau perekrutan Penjual Langsung;
- i. memberikan Komisi dan/atau Bonus dari Program Pemasaran ketika perusahaan tidak melakukan penjualan Barang.
- j. menjual atau memasarkan Barang yang tercantum dalam perizinan berusahnya melalui saluran Distribusi tidak langsung dan/atau *online marketplace*;
- k. menjual langsung kepada Konsumen tanpa melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh Penjual Langsung;
- l. melakukan usaha yang terkait dengan penghimpunan dana masyarakat;
- m. membentuk jaringan pemasaran dengan menggunakan Skema Piramida;
- n. menjual dan/atau memasarkan Barang yang tidak tercantum dalam Program Pemasaran; dan/atau
- o. menjual Barang dan/atau Jasa yang termasuk produk komoditi berjangka sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 52

Menteri melakukan pembinaan dan evaluasi terhadap penyelenggaraan kegiatan usaha Distribusi Barang secara langsung.

Pasal 53

- (1) Pembinaan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 52 dilakukan melalui penyuluhan, konsultasi, pendidikan, dan pelatihan.
- (2) Evaluasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 52 dilakukan berdasarkan laporan tahunan kegiatan usaha perusahaan yang disampaikan oleh perusahaan dan hasil verifikasi ke lokasi perusahaan.
- (3) Dalam melaksanakan pembinaan dan evaluasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), Menteri dapat melakukan koordinasi dengan instansi terkait di pusat dan/atau di daerah serta asosiasi di bidang Penjualan Langsung.

Pasal 54

Barang yang termasuk produk komoditi berjangka sesuai dengan ketentuan peraturan perundang- undangan dan/atau Jasa dilarang dipasarkan melalui sistem Penjualan Langsung.

Bagian Keempat

Larangan

Pasal 55

- (1) Produsen, Distributor, dan Grosir/Perkulakan dilarang mendistribusikan Barang secara eceran kepada Konsumen.
- (2) Agen dilarang melakukan pemindahan hak atas fisik Barang yang dimiliki/dikuasai oleh Produsen, pemasok, dan/atau Importir yang menunjuknya.
- (3) Pelaku Distribusi tidak langsung dilarang mendistribusikan Barang yang dipasarkan oleh sistem Penjualan Langsung yang memiliki Hak Distribusi Eksklusif.
- (4) Importir dilarang mendistribusikan Barang secara langsung kepada Pengecer kecuali bertindak sebagai Distributor.
- (5) Pengecer dilarang melakukan Impor Barang.

Bagian Kelima

Ketentuan Lain-Lain

Pasal 56

Dalam menjual Barang, Produsen tidak perlu memiliki Perizinan Berusaha di bidang Perdagangan.

Pasal 57

Produsen dapat memasok atau mendistribusikan Barang yang diperuntukkan sebagai Bahan Baku, bahan penolong, atau Barang modal kepada Produsen lainnya tanpa melalui Distributor dan jaringannya atau Agen dan jaringannya.

Pasal 58

Produsen dengan skala usaha mikro dan usaha kecil serta Produsen Barang yang mudah basi atau tidak tahan lebih lama dari 7 (tujuh) hari dapat menjual Barang kepada Konsumen tanpa melalui Distributor dan jaringannya atau Agen dan jaringannya.

Pasal 59

- (1) Ketentuan mengenai Distribusi Barang dalam Peraturan Pemerintah ini dikecualikan untuk:
 - a. pengadaan Barang pemerintah dengan kriteria Barang untuk keadaan tertentu; dan/atau
 - b. pemenuhan ketersediaan dan kestabilan harga Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Penting berdasarkan persetujuan Menteri.
- (2) Pengadaan Barang pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a dilaksanakan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai pengadaan Barang/Jasa pemerintah.

Bagian Ketiga

Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan

Paragraf 1

Umum

Pasal 85

- (1) Pusat Perbelanjaan dapat berbentuk:
 - a. pertokoan;
 - b. mal; dan
 - c. plaza.
- (2) Toko Swalayan dapat berbentuk:
 - a. minimarket;
 - b. supermarket;
 - c. *department store*;

- d. *hypermarket*; dan
- e. Grosir/Perkulakan yang berbentuk toko dengan sistem pelayanan mandiri.

Pasal 86

- (1) Pendirian Pusat Perbelanjaan atau Toko Swalayan harus memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan Pasar Rakyat, dan UMK- M yang ada di zona atau area atau wilayah setempat.
- (2) Pengelola Pusat Perbelanjaan dan Pelaku Usaha Toko Swalayan harus menyediakan paling sedikit:
 - a. areal parkir;
 - b. fasilitas yang menjamin Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan bersih, sehat (higienis), aman, dan tertib; dan
 - c. ruang publik yang nyaman.
- (3) Pelaku Usaha dapat mendirikan minimarket, supermarket, *hypermarket*, dan Grosir/Perkulakan yang berbentuk toko dengan sistem pelayanan mandiri yang berdiri sendiri atau terintegrasi dengan Pusat Perbelanjaan yang telah memiliki Perizinan Berusaha dan/atau bangunan atau kawasan lain.
- (4) Dalam hal Toko Swalayan berbentuk *department store*, pendirian *department store* oleh Pelaku Usaha yang merupakan:
 - a. penanam modal asing harus dilakukan terintegrasi dengan Pusat Perbelanjaan yang telah memiliki Perizinan Berusaha; atau
 - b. penanam modal dalam negeri dapat dilakukan berdiri sendiri atau terintegrasi dengan Pusat Perbelanjaan yang telah memiliki Perizinan Berusaha dan/atau bangunan atau kawasan lain.
- (5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku bagi Toko Swalayan jika terintegrasi dengan Pusat Perbelanjaan yang telah memiliki Perizinan Berusaha, Pusat Niaga, dan/atau bangunan atau kawasan lain.

Pasal 87

Toko Swalayan memiliki batasan luas lantai penjualan dengan ketentuan:

- a. minimarket, sampai dengan 400 m² (empat ratus meter persegi);
- b. supermarket, di atas 400 m² (empat ratus meter persegi) sampai

- dengan 5.000 m² (lima ribu meter persegi);
- c. *department store*, paling sedikit 400 m² (empat ratus meter persegi);
 - d. *hypermarket*, di atas 5.000 m² (lima ribu meter persegi); dan
 - e. Grosir/Perkulakan yang berbentuk toko dengan sistem pelayanan mandiri, paling sedikit 2.000 m² (dua ribu meter persegi) dan untuk Grosir/Perkulakan koperasi yang berbentuk toko dengan sistem pelayanan mandiri paling sedikit 1.000 m² (seribu meter persegi).

Pasal 88

Sistem penjualan dan jenis Barang dagangan yang harus diterapkan dalam Toko Swalayan meliputi:

- a. minimarket, supermarket, dan *hypermarket* menjual secara eceran berbagai jenis Barang konsumsi terutama produk makanan dan/atau produk rumah tangga lainnya yang dapat berupa bahan bangunan, furnitur, elektronik, dan bentuk produk khusus lainnya;
- b. *department store* menjual secara eceran berbagai jenis Barang konsumsi terutama produk sandang dan perlengkapannya dengan penataan berdasarkan jenis kelamin dan/atau tingkat usia Konsumen; dan
- c. Grosir/Perkulakan yang berbentuk toko dengan sistem pelayanan mandiri menjual secara partai besar/tidak secara eceran berbagai jenis Barang konsumsi.

Paragraf 2

Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan

Pasal 89

- (1) Lokasi pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan harus mengacu pada:
 - a. rencana tata ruang wilayah kabupaten/kota; atau
 - b. rencana detail tata ruang kabupaten/kota.
- (2) Dalam hal Pemerintah Daerah belum memiliki rencana tata ruang wilayah kabupaten/kota atau rencana detail tata ruang kabupaten/kota sebagaimana dimaksud pada ayat (1), lokasi pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan mengacu pada

ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai penataan ruang.

Pasal 90

Ketentuan mengenai lokasi pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 89 tidak berlaku bagi Toko Swalayan jika terintegrasi dengan Pusat Perbelanjaan yang telah memiliki Perizinan Berusaha, Pusat Niaga, dan/atau bangunan atau kawasan lain.

Pasal 91

- (1) Supermarket, *hypermarket*, dan *department store* wajib memenuhi ketentuan jam operasional.
- (2) Ketentuan lebih lanjut mengenai jam operasional sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Menteri.

Pasal 92

- (1) Dalam hal Pusat Perbelanjaan dibangun kembali karena sebab apapun, pengelola Pusat Perbelanjaan wajib memberikan prioritas kepada koperasi dan UMK-M yang terdaftar sebagai pedagang di Pusat Perbelanjaan untuk memiliki atau menyewa lokasi baru dari Pusat Perbelanjaan yang dibangun kembali dengan harga pemanfaatan yang terjangkau.
- (2) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berlaku pula dalam hal Pasar Rakyat yang dimiliki oleh Pelaku Usaha dibangun kembali sebagai Pusat Perbelanjaan.

Paragraf 3

Kerja Sama Usaha, Kemitraan, dan Kepemilikan

Pasal 93

Pelaku Usaha Toko Swalayan yang melakukan kerja sama pasokan Barang wajib mengikutsertakan pelaku UMK-M.

Pasal 94

- (1) Kerja sama usaha pemasokan Barang antara pemasok dengan Pelaku Usaha Toko Swalayan dibuat dengan perjanjian tertulis dalam bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia.
- (2) Dalam hal perjanjian tertulis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdapat persyaratan Perdagangan, maka harus jelas, wajar, berkeadilan, dan saling menguntungkan serta disepakati kedua belah pihak tanpa tekanan.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai perjanjian kerja sama usaha pemasokan Barang yang terdapat persyaratan Perdagangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) diatur dengan Peraturan Menteri.
- (4) Pelaku Usaha yang membuat persyaratan Perdagangan wajib memenuhi ketentuan mengenai persyaratan Perdagangan sebagaimana dimaksud pada ayat (3).

Pasal 95

- (1) Dalam pengembangan kerja sama usaha antara pemasok UMK-M dan Pelaku Usaha Toko Swalayan, persyaratan Perdagangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 94 dilakukan dengan ketentuan Pelaku Usaha Toko Swalayan:
 - a. tidak memungut biaya administrasi pendaftaran Barang dari pemasok UMK-M; dan
 - b. membayar kepada pemasok UMK-M secara tunai, atau dengan alasan teknis tertentu dapat dilakukan dalam jangka waktu paling lama 15 (lima belas) hari setelah seluruh dokumen penagihan diterima.
- (2) Pembayaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b dapat dilakukan secara tidak tunai jika berdasarkan perhitungan biaya risiko dan bunga tidak merugikan pemasok UMK-M.

Pasal 96

- (1) Dalam menciptakan hubungan kerja sama yang berkeadilan dan saling menguntungkan, Menteri dan Pemerintah Daerah dapat memfasilitasi kepentingan pemasok dan Pelaku Usaha Toko Swalayan dalam merundingkan perjanjian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 94 ayat (2).
- (2) Kerjasama sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diawasi secara tertib dan teratur oleh lembaga yang dibentuk dan bertugas untuk mengawasi persaingan usaha sebagaimana diatur dalam

- ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (3) Dalam melaksanakan pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (2), lembaga yang dibentuk dan bertugas untuk mengawasi persaingan usaha berkoordinasi dengan instansi terkait.

Pasal 97

- (1) Pelaku Usaha Toko Swalayan wajib menyediakan Barang dagangan produk dalam negeri.
- (2) Dalam hal menggunakan merek Toko Swalayan sendiri, Pelaku Usaha Toko Swalayan wajib:
 - a. bertanggung jawab terhadap Barang dagangannya telah memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang kekayaan intelektual; dan
 - b. membina pengembangan produk dan merek sendiri bagi Barang dagangan untuk UMK-M.
- (3) Pengelola Pusat Perbelanjaan wajib menyediakan dan/atau menawarkan:
 - a. ruang usaha dalam rangka kemitraan dengan harga jual atau biaya sewa sesuai kemampuan kepada usaha mikro dan usaha kecil; dan/atau
 - b. ruang promosi dan/atau ruang usaha yang proporsional dan strategis untuk pencitraan dan/atau pemasaran produk dalam negeri dengan merek dalam negeri.

Pasal 98

- (1) Toko Swalayan dalam menjual Barang yang menggunakan merek Toko Swalayan sendiri sebagaimana dimaksud dalam Pasal 97 ayat (2) mengutamakan Barang produksi UMK-M dan Barang yang diproduksi di Indonesia.
- (2) Toko Swalayan dilarang memaksa Produsen UMK-M yang akan memasarkan produksinya di dalam Toko Swalayan untuk menggunakan merek milik Toko Swalayan pada hasil produksi UMK-M yang telah memiliki merek sendiri.
- (3) Pelaku Usaha Toko Swalayan yang memasarkan Barang hasil produksi UMK-M dengan merek Toko Swalayan sendiri wajib mencantumkan nama UMK-M yang memproduksi Barang.
- (4) Pelaku Usaha Toko Swalayan wajib memenuhi ketentuan pembatasan kepemilikan gerai Toko Swalayan.
- (5) Ketentuan lebih lanjut mengenai ketentuan pembatasan kepemilikan gerai Toko Swalayan sebagaimana dimaksud pada

ayat (4) diatur dengan Peraturan Menteri.

Paragraf 4

Perizinan

Pasal 99

- (1) Pelaku Usaha yang mengelola Pusat Perbelanjaan dan Pelaku Usaha Toko Swalayan wajib memenuhi Perizinan Berusaha di bidang Perdagangan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik.
- (2) Pelaku Usaha yang berada di dalam Pasar Rakyat atau Pusat Perbelanjaan wajib memenuhi Perizinan Berusaha sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik, kecuali Pelaku Usaha dengan skala usaha mikro dan usaha kecil.

Paragraf 5

Pembinaan

Pasal 100

Menteri dan/atau Pemerintah Daerah melakukan pembinaan terhadap pengembangan dan penataan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.

Pasal 101

- (1) Menteri dan/atau Pemerintah Daerah sesuai dengan kewenangannya menetapkan pedoman teknis terkait dengan perizinan, jarak dan lokasi pendirian, kondisi sosial ekonomi masyarakat setempat, kemitraan, dan kerja sama usaha.
- (2) Pengembangan, penataan, dan pembinaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Swalayan harus mengacu pada pedoman teknis sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai pedoman teknis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Menteri.
- (4) Pemerintah Daerah dalam menetapkan pedoman teknis

sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mengikuti norma, standar, prosedur, dan kriteria yang ditetapkan Pemerintah Pusat.

Pasal 102

- (1) Menteri dalam melakukan pembinaan dapat meminta data dan/atau informasi kepada pengelola Pasar Rakyat, pengelola Pusat Perbelanjaan, dan Pelaku Usaha Toko Swalayan secara berkala atau sewaktu-waktu jika diperlukan.
- (2) Pengelola Pasar Rakyat, pengelola Pusat Perbelanjaan, dan Pelaku Usaha Toko Swalayan wajib memberikan data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dengan lengkap dan akurat.

13. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan Dan Toko Swalayan sebagaimana diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, Dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan Dan Toko Swalayan

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan Dan Toko Swalayan dibentuk untuk melaksanakan ketentuan Pasal 91 ayat (2), Pasal 94 ayat (3), Pasal 98 ayat (5), dan Pasal 101 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan. Peraturan Menteri Perdagangan ini mencabut dan menyatakan tidak berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Swalayan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun

2013 Nomor 1520) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 56/M-DAG/PER/9/2014 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70/M-DAG/PER/ 12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Swalayan.. Selanjutnya untuk meningkatkan kepastian berusaha dan tertib usaha, menjaga iklim investasi dalam dunia usaha, serta menyesuaikan dengan perkembangan hukum dan kebutuhan masyarakat, maka beberapa ketentuan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 Tahun 2021 tersebut diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2022.

Beberapa ketentuan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan Dan Toko Swalayan sebagaimana diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2022, yang relevan untuk dikemukakan dalam tulisan ini adalah sebagai berikut.

Pasal 1

Dalam Peraturan Menteri ini yang dimaksud dengan:

1. Pelaku Usaha adalah orang perseorangan atau badan usaha yang melakukan usaha dan/ atau kegiatan pada bidang tertentu.
2. Toko adalah bangunan gedung dengan fungsi usaha yang digunakan untuk menjual barang dan terdiri dari hanya satu penjual.
3. Toko Swalayan adalah Toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis Barang secara eceran yang berbentuk minimarket, super market, department store, hypermarket, atau pun grosir yang berbentuk perkulakan.
4. Pusat Perbelanjaan adalah suatu area tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal maupun horizontal yang dijual atau disewakan kepada Pelaku Usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan Perdagangan Barang.
5. Pasar Rakyat adalah tempat usaha yang ditata, dibangun, dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta, Badan Usaha Milik

Negara, dan/atau Badan Usaha Milik Daerah dapat berupa Toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/ dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi serta UMK-M dengan proses jual beli Barang melalui tawar-menawar.

6. Pemasok adalah Pelaku Usaha yang secara teratur memasok barang ke Toko Swalayan dengan tujuan untuk dijual kembali melalui kerja sama usaha.
7. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang selanjutnya disingkat UMK-M adalah usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Pemerintah yang mengatur mengenai Kemudahan, Pelindungan, Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
8. Kemitraan adalah kerja sama dalam keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan yang melibatkan UMK-M dengan usaha besar.
9. Persyaratan Perdagangan adalah syarat-syarat dalam perjanjian kerja sama antara Toko Swalayan dan/atau pengelola jaringan Toko Swalayan dengan pemasok yang berhubungan dengan pemasokan barang yang diperdagangkan dalam Toko Swalayan.
10. Pemerintah Daerah adalah kepala daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom.
11. Menteri adalah menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Perdagangan.

Pasal 2

- (1) Lokasi pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan mengacu pada:
 - a. rencana tata ruang wilayah kabupaten/kota; atau
 - b. rencana detail tata ruang kabupaten/kota.
- (2) Gubernur DKI Jakarta atau bupati/wali kota setempat menetapkan zonasi lokasi pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan yang dimuat dalam rencana detail tata ruang kabupaten/kota.

- (3) Dalam hal rencana detail tata ruang kabupaten/kota sebagaimana dimaksud pada ayat (1) belum tersedia, penetapan zonasi lokasi pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dilakukan berdasarkan rencana tata ruang wilayah kabupaten/kota.

Pasal 3

Penetapan zonasi lokasi pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (2) dan ayat (3) dilaksanakan dengan mempertimbangkan:

- a. kondisi sosial ekonomi masyarakat setempat serta keberadaan Pasar Rakyat dan UMK-M yang ada di zona atau area atau wilayah setempat;
- b. pemanfaatan ruang dalam rangka menjaga keseimbangan antara jumlah Pasar Rakyat dengan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan;
- c. jarak antara Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dengan Pasar Rakyat atau Toko eceran tradisional; dan
- d. standar teknis penataan ruang untuk Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 4

Kondisi sosial ekonomi masyarakat setempat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a meliputi:

- a. struktur penduduk menurut mata pencaharian dan pendidikan;
- b. tingkat pendapatan ekonomi rumah tangga;
- c. tingkat kepadatan dan pertumbuhan penduduk di masing-masing daerah sesuai dengan data sensus Badan Pusat Statistik tahun terakhir;
- d. potensi Kemitraan dengan UMK-M;
- e. potensi penyerapan tenaga kerja;
- f. ketahanan dan pertumbuhan Pasar Rakyat sebagai sarana bagi UMK-M;
- g. ketersediaan fasilitas sosial dan fasilitas umum; dan
- h. dampak positif dan negatif atas pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan terhadap Pasar Rakyat atau Toko eceran tradisional yang telah ada sebelumnya.

Pasal 5

- (1) Jarak antara Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dengan Pasar Rakyat atau Toko eceran tradisional sebagaimana dimaksud pada Pasal 3 huruf c ditetapkan oleh Pemerintah Daerah setempat.
- (2) Pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan wajib mematuhi ketentuan yang ditetapkan oleh Pemerintah Daerah setempat sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
- (3) Pemerintah Daerah setempat dalam menetapkan jarak sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus mempertimbangkan:
 - a. tingkat kepadatan dan pertumbuhan penduduk di masing-masing daerah sesuai data sensus Badan Pusat Statistik tahun terakhir;
 - b. potensi ekonomi daerah setempat;
 - c. aksesibilitas wilayah (arus lalu lintas);
 - d. dukungan keamanan dan ketersediaan infrastruktur;
 - e. perkembangan pemukiman baru;
 - f. pola kehidupan masyarakat setempat; dan/ atau
 - g. jam operasional Toko Swalayan yang sinergi dan tidak mematikan usaha Toko eceran tradisional di sekitarnya.

Pasal 6

- (1) Jam operasional *supermarket*, *hypermarket*, dan *department store* wajib memenuhi ketentuan:
 - a. untuk hari Senin sampai dengan Jumat pukul 10.00 sampai dengan pukul 22.00 waktu setempat; dan
 - b. untuk hari Sabtu dan Minggu pukul 10.00 sampai dengan Pukul 23.00 waktu setempat.
- (2) Untuk hari besar keagamaan atau libur nasional, serta hari atau kondisi tertentu lainnya, Gubernur DKI Jakarta atau bupati/walikota dapat menetapkan jam operasional *supermarket*, *hypermarket*, dan *department store* selain jam operasional sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

Pasal 7

- (1) Kemitraan dalam mengembangkan UMK-M di Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dapat dilakukan dengan pola perdagangan umum dan/atau waralaba.
- (2) Kemitraan dengan pola perdagangan umum sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilakukan dalam bentuk:
 - a. kerja sama pemasaran;
 - b. penyediaan lokasi usaha; dan/atau
 - c. penyediaan pasokan.
- (3) Kerja sama pemasaran sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf a dapat dilakukan dalam bentuk memasarkan barang hasil produksi UMK-M yang dikemas atau dikemas ulang dengan merek pemilik barang, merek Toko Swalayan, atau merek lain yang disepakati dalam rangka meningkatkan nilai jual barang.
- (4) Penyediaan lokasi usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf b dilakukan dalam bentuk menyediakan ruang usaha dalam areal Pusat Perbelanjaan kepada pelaku UMK-M sesuai dengan peruntukkan yang disepakati.
- (5) Pengelola Pusat Perbelanjaan wajib menyediakan dan/atau menawarkan:
 - a. ruang usaha yang strategis dan proporsional dalam rangka kemitraan dengan harga jual atau biaya sewa sesuai kemampuan kepada usaha mikro dan usaha kecil; dan/atau
 - b. ruang promosi dan/atau ruang usaha yang strategis dan proporsional untuk pencitraan dan/atau pemasaran produk dalam negeri dengan merek dalam negeri.
- (6) Ruang usaha yang strategis sebagaimana dimaksud pada ayat (5) berada di lokasi yang mudah diakses pengunjung.
- (7) Kewajiban menyediakan ruang usaha dan/atau ruang promosi untuk usaha mikro dan usaha kecil dan/atau pemasaran produk dalam negeri dengan merek dalam negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (5) paling sedikit 30% (tiga puluh persen) dari luas areal Pusat Perbelanjaan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (8) Penyediaan pasokan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf c dilakukan dalam bentuk penyediaan barang dari Pemasok ke Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Swalayan.

- (9) Kemitraan dengan pola waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan berdasarkan peraturan perundang-undangan mengenai waralaba.

Pasal 8

Dalam pengembangan Kemitraan antara Pusat Perbelanjaan dan/atau Toko Swalayan dengan UMK-M, dilakukan dalam bentuk penyediaan fasilitas berupa:

- a. pelatihan;
- b. konsultasi;
- c. pasokan Barang;
- d. permodalan; dan/ atau
- e. bentuk bantuan lainnya.

Pasal 9

- (1) Pelaku usaha Toko Swalayan yang melakukan kerja sama pasokan barang wajib mengikutsertakan pelaku UMK-M.
- (2) Pasokan barang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus mengutamakan produksi dalam negeri.

Pasal 10

- (1) Pelaku Usaha hanya dapat memiliki paling banyak 150 (seratus lima puluh) gerai Toko Swalayan yang dimiliki dan dikelola sendiri.
- (2) Dalam hal Pelaku Usaha telah memiliki 150 (seratus lima puluh) gerai Toko Swalayan dan akan melakukan penambahan gerai Toko Swalayan lebih lanjut, Pelaku Usaha wajib mewaralabakan setiap gerai Toko Swalayan yang ditambahkan atau melakukan usaha patungan (*joint venture*) atau bagi hasil dengan UMK-M sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 11

- (1) Perjanjian kerja sama antara Pemasok dengan Toko Swalayan harus memuat Persyaratan Perdagangan paling sedikit mengenai:

- a. Pemasok hanya dapat dikenakan biaya yang berhubungan langsung dengan penjualan barang;
- b. besarnya biaya yang dikenakan sebagaimana dimaksud pada huruf a paling banyak 15% (lima belas persen) dari keseluruhan biaya Persyaratan Perdagangan di luar potongan harga reguler;
- c. Pemasok dan Toko Swalayan bersama-sama membuat perencanaan promosi, baik untuk barang baru maupun untuk barang lama untuk jangka waktu yang telah disepakati;
- d. penggunaan jasa distribusi Toko Swalayan tidak boleh dipaksakan kepada Pemasok yang dapat mendistribusikan barangnya sendiri sepanjang memenuhi kriteria (waktu, mutu, harga barang, jumlah) yang disepakati kedua belah pihak;
- e. Pemasok dapat dikenakan denda apabila tidak memenuhi jumlah dan ketepatan waktu pasokan;
- f. Toko Swalayan dapat dikenakan denda apabila tidak memenuhi pembayaran tepat pada waktunya;
- g. denda sebagaimana dimaksud pada huruf e dan huruf f dikenakan sesuai kesepakatan kedua belah pihak;
- h. Toko Swalayan dapat mengembalikan barang yang baru dipasarkan kepada Pemasok tanpa dikenakan sanksi sepanjang setelah dievaluasi dalam jangka waktu 3 (tiga) bulan tidak memenuhi target yang telah ditetapkan bersama; dan
- i. Toko Swalayan harus memberikan informasi tertulis paling sedikit 3 (tiga) bulan sebelumnya kepada Pemasok apabila akan melakukan *stop order delisting* atau mengurangi jenis barang atau SKU (*stock keeping unit*) Pemasok.

(2) Biaya yang dapat dikenakan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a berupa:

- a. potongan harga reguler tidak berlaku bagi Pemasok yang memberlakukan sistem harga netto yang dipublikasikan secara transparan ke semua Toko Swalayan dan disepakati dengan Toko Swalayan;
- b. potongan harga tetap dilakukan secara periodik paling lama 3 (tiga) bulan paling banyak 1% (satu persen);

- c. jumlah dari potongan harga reguler ditentukan berdasarkan persentase terhadap transaksi penjualan dari Pemasok ke Toko Swalayan, baik pada saat transaksi maupun secara periodik;
- d. potongan harga khusus yang diberikan oleh Pemasok dari total pembelian bersih termasuk retur barang, apabila Toko Swalayan dapat mencapai penjualan sesuai perjanjian dagang, dengan kriteria penjualan:
 - 1) mencapai jumlah yang ditargetkan sesuai perjanjian sebesar 100% (seratus persen) mendapat potongan harga khusus paling banyak sebesar 1% (satu persen);
 - 2) melebihi jumlah yang ditargetkan sebesar 101% (seratus satu persen) sampai dengan 115% (seratus lima belas persen), kelebihannya mendapat potongan harga khusus paling banyak sebesar 5% (lima persen); atau
 - 3) melebihi jumlah yang ditargetkan di atas 115% (seratus lima belas persen), kelebihannya mendapat potongan harga khusus paling banyak sebesar 10% (sepuluh persen).
- e. potongan harga promosi diberikan kepada pelanggan atau Konsumen akhir dalam waktu yang dibatasi sesuai kesepakatan antara Toko Swalayan dengan Pemasok;
- f. biaya promosi yang dibebankan kepada Pemasok oleh Toko Swalayan sesuai kesepakatan kedua belah pihak yang terdiri dari:
 - 1) biaya promosi melalui media massa atau cetakan seperti brosur atau mailer, yang ditetapkan secara transparan dan wajar sesuai dengan tarif dari media dan biaya kreativitas lainnya;
 - 2) biaya promosi pada Toko setempat dikenakan hanya untuk area promosi di luar display atau pajangan reguler Toko seperti *floor display*, gondola promosi, *block shelving*, tempat kasir, *wing gondola*, papan reklame di dalam dan di luar Toko, dan tempat lain yang digunakan untuk tempat promosi;
 - 3) biaya promosi untuk mempromosikan barang milik Pemasok seperti sampling, demo barang, hadiah, *games*, dan lain-lain;
 - 4) biaya yang dikurangkan atau dipotongkan atas aktivitas promosi dilakukan paling lama 3 (tiga) bulan setelah acara berdasarkan konfirmasi kedua belah pihak; dan

- 5) biaya promosi yang belum digunakan harus dimanfaatkan untuk aktivitas promosi lainnya baik pada periode yang bersangkutan maupun untuk periode yang berikutnya dalam jangka waktu 3 (tiga) bulan sesuai kesepakatan kedua belah pihak.
- g. biaya yang dikeluarkan untuk promosi barang baru sudah termasuk di dalam biaya promosi sebagaimana dimaksud pada huruf f;
- h. biaya lain di luar biaya sebagaimana dimaksud pada huruf f tidak diperkenankan untuk dibebankan kepada Pemasok;
- i. biaya administrasi pendaftaran barang hanya untuk barang baru dengan besaran biaya:
 - 1) untuk *hypermarket* paling banyak Rp150.000,00 (seratus lima puluh ribu rupiah) untuk setiap jenis barang setiap gerai dengan biaya paling banyak Rp10.000.000,00 (sepuluh juta rupiah) untuk setiap jenis barang di semua gerai;
 - 2) untuk *supermarket* paling banyak Rp75.000,00 (tujuh puluh lima ribu rupiah) untuk setiap jenis barang setiap gerai dengan biaya paling banyak Rp10.000.000,00 (sepuluh juta rupiah) untuk setiap jenis barang di semua gerai; dan
 - 3) untuk *minimarket* paling banyak Rp50.000,00 (lima puluh ribu rupiah) untuk setiap jenis barang setiap gerai dengan biaya paling banyak Rp20.000.000,00 (dua puluh juta rupiah) untuk setiap jenis barang di semua gerai.
- j. perubahan biaya administrasi pendaftaran barang sebagaimana dimaksud pada huruf i dapat disesuaikan setiap tahun berdasarkan perkembangan inflasi.

Pasal 12

Perjanjian kerja sama antara Pemasok dengan *department store* harus memuat Persyaratan Perdagangan yang memenuhi ketentuan:

- a. tidak memberlakukan biaya Persyaratan Perdagangan; dan
- b. Pemasok barang ke *department store* hanya dikenakan biaya margin dan dapat dikenakan tambahan biaya-biaya lain sesuai kesepakatan kedua belah pihak.

Pasal 13

Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan harus berlaku adil dan wajar dalam pemberian pelayanan kepada mitra usaha, baik sebagai pemilik, penyewa ruangan usaha, atau sebagai Pemasok, sesuai perjanjian kedua belah pihak.

Pasal 14

- (1) Perjanjian kerja sama usaha pemasokan Barang antara pemasok dengan Pelaku Usaha Toko Swalayan dan Perjanjian sewa menyewa atau jual beli antara Pusat Perbelanjaan dan pemilik atau penyewa ruangan usaha di dalam Pusat Perbelanjaan harus dibuat dalam bahasa Indonesia dan dalam mata uang rupiah serta berdasarkan hukum Indonesia.
- (2) Dalam hal perjanjian kerja sama sebagaimana dimaksud pada ayat (1) melibatkan pihak asing, perjanjian kerja sama ditulis juga dalam bahasa asing atau bahasa Inggris.

Pasal 15

- (1) Pelaku Usaha yang telah memiliki lebih dari 150 (seratus lima puluh) gerai Toko Swalayan sebelum Peraturan Menteri ini berlaku, Pelaku Usaha tetap dapat mempertahankan kepemilikan gerai Toko Swalayan tersebut.
- (2) Dalam hal Pelaku Usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) melakukan penambahan setiap gerai Toko Swalayan wajib dilakukan dengan mewaralabakan atau melakukan usaha patungan (*joint venture*) atau bagi hasil dengan UMK-M sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan setelah Peraturan Menteri ini berlaku.

Pasal 17

Peraturan Menteri ini mulai berlaku setelah 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak tanggal diundangkan.

Di samping beberapa peraturan perundang-undangan yang telah disebutkan diatas masih terdapat ketentuan yang terkait dengan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan. Peraturan perundang-undangan dimaksud antara lain:

1. Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko;
2. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan;
4. Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 2 Tahun 2021 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Nganjuk Tahun 2021-2041;
5. Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan Dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Nganjuk sebagaimana diubah dengan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 8 Tahun 2020 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan Dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Nganjuk.

BAB IV

LANDASAN FILOSOFIS, SOSIOLOGIS, DAN YURIDIS

Menyangkut urusan yang berkaitan tentang pemberdayaan koperasi ini terdapat 3 (tiga) landasan yang dipergunakan dalam rencana penyusunan regulasi daerah dalam bentuk Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan. Ketiga landasan tersebut adalah sebagai berikut.

A. Landasan Filosofis

Menurut Rudolf Stammier, cita hukum adalah konstruksi pikiran yang merupakan keharusan untuk mengarahkan hukum pada cita-cita yang diinginkan masyarakat. Selanjutnya Gustav Radbruch seorang ahli filsafat hukum seperti Stammler dari aliran Neo-Kantian menyatakan bahwa cita hukum berfungsi sebagai tolok ukur yang bersifat regulatif dan konstruktif. Tanpa cita hukum, hukum akan kehilangan maknanya (Esmi Warasih P, 2001, hal: 354-361).

Setiap masyarakat selalu mempunyai *rechtsidee* yakni apa yang masyarakat harapkan dari hukum, misalnya hukum diharapkan untuk menjamin adanya keadilan, kemanfaatan dan ketertiban maupun kesejahteraan. Cita hukum atau *rechtsidee* tumbuh dalam sistem nilai masyarakat tentang baik dan buruk, pandangan mereka mengenai hubungan individual dan kemasyarakatan dan lain sebagainya termasuk pandangan tentang dunia gaib. Semua ini bersifat filosofis, artinya menyangkut pandangan mengenai inti atau hakikat sesuatu. Hukum diharapkan mencerminkan sistem nilai baik sebagai sarana yang melindungi nilai-nilai maupun sebagai sarana mewujudkannya dalam tingkah laku masyarakat (Bagir Manan, 1992, hal: 17).

Undang-undang selalu mengandung norma-norma hukum yang diidealkan (*ideal norms*) oleh suatu masyarakat ke arah mana cita-cita luhur kehidupan bermasyarakat dan bernegara hendak diarahkan. Karena itu, undang-undang dapat digambarkan sebagai cermin dari cita-cita kolektif yang hendak diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari melalui pelaksanaan undang-undang yang bersangkutan dalam kenyataan. Karenaitu, cita-cita filosofis yang terkandung dalam undang-undang itu hendaknya mencerminkan cita-cita filosofis yang dianut masyarakat bangsa yang bersangkutan itu sendiri.

Artinya, jangan sampai cita-cita filosofis yang terkandung di dalam undang-undang tersebut justru mencerminkan falsafah kehidupan bangsa lain yang tidak cocok dengan cita-cita filosofis bangsa sendiri. Karena itu, dalam konteks kehidupan bernegara, Pancasila sebagai falsafah haruslah tercermin dalam pertimbangan-pertimbangan filosofis yang terkandung di dalam setiap undang-undang. Undang-undang Republik Indonesia tidak boleh melandasi diri berdasarkan falsafah hidup bangsa dan negara lain. Artinya, Pancasila itulah yang menjadi landasan filosofis semua produk undang-undang Republik Indonesia berdasarkan UUD 1945.

Oleh karena itu, Pancasila merupakan landasan untuk membentuk hukum suatu bangsa. Dengan demikian hukum yang dibentuk harus mencerminkan nilai-nilai Pancasila. Sehingga dalam penyusunan peraturan perundang-undangan termasuk Peraturan Daerah pun harus mencerminkan nilai-nilai Pancasila yaitu: nilai ketuhanan, nilai kemanusiaan, nilai persatuan dan nilai kerakyatan serta nilai keadilan sosial. Di samping itu Peraturan Daerah juga harus mencerminkan nilai moral yang hidup di masyarakat (daerah) yang bersangkutan.

Dalam pembentukan peraturan perundang-undangan proses terwujudnya nilai-nilai yang terkandung cita hukum ke dalam norma hukum tergantung pada tingkat kesadaran dan penghayatan akan nilai-nilai tersebut oleh para pembentuk peraturan perundang-undangan. Ketiadaan kesadaran

akan nilai-nilai tersebut dapat terjadi kesenjangan antara cita hukum dan norma hukum yang dibuat.

Oleh karena itu dalam Negara Indonesia yang memiliki cita hukum Pancasila sekaligus sebagai norma fundamental negara, maka hendaknya peraturan yang hendak dibuat khususnya Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan hendaknya diwarnai dan dialiri nilai-nilai yang terkandung di dalam cita hukum tersebut. Cita hukum dalam pengaturan Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan, diantaranya adalah:

- a. kepentingan daerah dan masyarakat;
- b. kepastian hukum;
- c. keadilan;
- d. persaingan usaha yang sehat;
- e. pemerataan persebaran usaha;
- f. keamanan berusaha;
- g. akuntabilitas;
- h. transparansi;
- i. kemandirian;
- j. kemitraan;
- k. kemanfaatan;
- l. kesederhanaan;
- m. kenyamanan;
- n. kebersamaan; dan
- o. berwawasan lingkungan

Asas kepentingan daerah dan masyarakat memiliki makna bahwa setiap kebijakan Perdagangan harus mengutamakan kepentingan Daerah dan masyarakat di atas kepentingan lainnya.

Asas kepastian hukum memiliki makna bahwa meletakkan hukum dan ketentuan peraturan perundang-undangan sebagai dasar dalam setiap kebijakan dan pengendalian di bidang Perdagangan.

Asas keadilan memiliki makna bahwa dalam memberikan perlindungan, pemberdayaan, dan penataan Pasar Rakyat harus memperlakukan pelaku ekonomi yang ada di dalamnya secara adil sesuai dengan porsinya.

Asas persaingan usaha yang sehat memiliki makna bahwa persaingan antarpelaku usaha dalam menjalankan produksi, distribusi, pemasaran Barang, dan/atau jasa yang dilakukan dengan cara yang jujur dan taat terhadap hukum;

Asas pemerataan persebaran usaha memiliki makna bahwa upaya untuk mewujudkan pembangunan Industri di seluruh Wilayah Kabupaten Nganjuk sesuai dengan potensi sumber daya yang dimiliki pada daerah.

Asas keamanan berusaha memiliki makna bahwa adanya jaminan keamanan bagi seluruh Pelaku Usaha di setiap tahapan kegiatan Perdagangan, mulai dari persiapan melakukan kegiatan Perdagangan hingga pelaksanaan kegiatan Perdagangan.

Asas akuntabilitas memiliki makna bahwa pelaksanaan kegiatan Perdagangan harus dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Asas transparansi memiliki makna bahwa pelaksanaan kegiatan Perdagangan harus terbuka kepada masyarakat sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Asas kemandirian memiliki makna bahwa setiap kegiatan Perdagangan dilakukan tanpa banyak bergantung pada pihak lain.

Asas kemitraan memiliki makna bahwa adanya kerja sama dalam keterkaitan usaha di bidang Perdagangan, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, memercayai, memperkuat, dan menguntungkan yang melibatkan koperasi serta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan Usaha Besar dan antara Pemerintah dan swasta.

Asas kemanfaatan memiliki makna bahwa seluruh pengaturan kebijakan dan pengendalian Perdagangan harus bermanfaat bagi kepentingan nasional, khususnya dalam mewujudkan cita-cita kesejahteraan umum

Asas kesederhanaan memiliki makna bahwa memberikan kemudahan pelayanan kepada Pelaku Usaha serta kemudahan dalam memberikan informasi yang benar kepada masyarakat.

Asas kenyamanan memiliki makna bahwa Pemerintah dan pelaku usaha Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan memberikan jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh manfaat produk yang dikonsumsi.

Asas kebersamaan memiliki makna bahwa penyelenggaraan Perdagangan yang dilakukan secara bersama oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Pelaku Usaha, dan masyarakat.

Asas berwawasan lingkungan memiliki makna bahwa kebijakan Perdagangan yang dilakukan dengan memperhatikan kelestarian lingkungan dan pembangunan yang berkelanjutan.

Asas-asas yang dikemukakan di atas sejalan dengan Pembukaan UUD 1945 yang mengamanatkan bahwa salah satu cita-cita bangsa Indonesia adalah memajukan kesejahteraan umum. Oleh karena itu, dalam rangka mewujudkan pembangunan di Kabupaten Nganjuk secara menyeluruh maka perlu adanya perencanaan strategis dalam segala sektor kehidupan, berdasarkan visi dan misi Kabupaten Nganjuk. Demikian juga pengaturan terkait Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dalam Raperda nantinya juga harus

mencerminkan dan menjunjung norma serta tujuan Pembangunan Nasional berdasarkan visi dan misi setempat.

Visi merupakan pandangan jauh ke depan, ke arah mana dan bagaimana Kabupaten Nganjuk akan dibawa dan berkarya agar konsisten dan eksis, antisipatif, inovatif serta produktif. Visi adalah suatu gambaran yang menantang tentang keadaan masa depan, berisikan cita dan citra yang ingin diwujudkan, dibangun melalui proses refleksi dan proyeksi yang digali dari nilai-nilai luhur yang dianut oleh seluruh komponen dan pemangku kepentingan. Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 2 Tahun 2019 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Nganjuk Tahun 2018-2023, ditetapkan Visi Kabupaten Nganjuk adalah: **"Terwujudnya Kabupaten Nganjuk yang Maju dan Bermartabat (Nganjuk Nyawiji Mbangun Deso Noto Kutho)"**

Selanjutnya untuk mencapai visi tersebut ditetapkan 6 Misi sebagai berikut:

1. Mewujudkan tatanan kehidupan masyarakat yang dinamis dan harmonis, berdasarkan Ketuhanan Yang Maha Esa, serta dapat memelihara kerukunan, ketentraman dan ketertiban;
2. Meningkatkan kinerja birokrasi yang bersih, profesional dan akuntabel (*accountable*) demi masyarakat Kabupaten Nganjuk yang efektif dan efisien melalui penyelenggaraan Pemerintahan yang aspiratif, partisipatif dan transparan;
3. Meningkatkan kualitas pelayanan, mutu pendidikan dan kesehatan untuk menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas;
4. Meningkatkan keberpihakan pemerintah dalam peningkatan ekonomi kerakyatan berbasis pertanian dan potensi lokal serta sektor produktif lain berbasis teknologi tepat guna;

5. Meningkatkan kebanggaan terhadap kesenian, kebudayaan dan kearifan lokal yang mampu mendorong pembangunan sektor pariwisata; dan
6. Infrastruktur publik yang memadai dan berkualitas sebagai penunjang pertumbuhan ekonomi dengan memperhatikan kelestarian lingkungan dan perlindungan dari bencana.

Pengaturan mengenai Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan sejalan dengan misi keempat Daerah Kabupaten Nganjuk yaitu: Meningkatkan keberpihakan pemerintah dalam peningkatan ekonomi kerakyatan berbasis pertanian dan potensi lokal serta sektor produktif lain berbasis teknologi tepat guna. Misi ini adalah penjabaran dari pokok visi "MAJU", yakni untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat melalui: Pemberian kemudahan akses permodalan Petani (Kartu Nganjuk Mandiri bidang Pertanian); Pemberian bantuan sarana prasarana serta fasilitasi teknologi pertanian; Pengembangan tanaman pangan, hortikultura, perkebunan dan perikanan melalui *Nganjuk Farming Development Center*; Peningkatan ketersediaan dan penganeekaragaman konsumsi pangan daerah; Pengembangan kelembagaan ekonomi Perdesaan dan Kawasan Perdesaan; Pengembangan keunggulan teknologi tepat guna; Penciptaan pusat pertumbuhan baru melalui pengembangan kawasan industri dan pusat perdagangan terintegrasi; Peningkatan kemampuan masyarakat untuk mengembangkan usaha mikro dan koperasi serta industri pengolahan hasil pertanian dan perikanan; Fasilitasi dan kemudahan proses perizinan usaha; Penyelenggaraan pemberdayaan pemuda wirausaha; Program Peningkatan Promosi dan Kerjasama Investasi; Program peningkatan iklim investasi dan realisasi investasi. Misi keempat ini juga ditujukan untuk terwujudnya peningkatan perekonomian daerah melalui pembinaan ekonomi kerakyatan yang bertumpu pada perdagangan dan industri berbasis potensi pertanian dalam rangka mendukung penciptaan dan perluasan kesempatan kerja dan berusaha.

Di samping itu, Pengaturan mengenai Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan juga telah memperhatikan karakteristik budaya masyarakat dan kearifan lokal yang ada di Kabupaten Nganjuk. Selanjutnya agar Rancangan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan yang akan dibentuk agar nantinya dapat diberlakukan secara optimal, maka dalam membentuknya harus memperhatikan nilai-nilai Pancasila, tujuan bernegara, dan kearifan lokal Kabupaten Nganjuk, serta harus mampu mewujudkan tujuan meningkatkan perekonomian nasional, yakni untuk memajukan kesejahteraan umum.

B. Landasan Yuridis

Peraturan perundang-undangan harus mempunyai landasan hukum atau dasar hukum yang terdapat dalam ketentuan yang lebih tinggi. Landasan yuridis adalah landasan hukum yang memberikan perintah untuk membentuk sebuah peraturan perundang-undangan, *pertama*: terkait dasar kewenangan pembuatan Peraturan Perundang-undangan Tingkat Daerah; *kedua*: Undang-Undang yang menjadi dasar pembentukan Daerah yang bersangkutan; dan *ketiga*: peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan materi peraturan perundang-undangan yang harus dibuat.

Landasan yuridis dari segi kewenangan dapat dilihat dari segi kewenangan yaitu apakah ada kewenangan seorang pejabat atau badan yang mempunyai dasar hukum yang ditentukan dalam peraturan perundang-undangan. Hal ini sangat perlu, mengingat sebuah peraturan perundang-undangan yang dibuat oleh badan atau pejabat yang tidak memiliki kewenangan maka peraturan perundang-undangan tersebut batal demi hukum (*neitige*). Misalnya kewenangan untuk menyusun Undang-Undang ada pada DPR dan Presiden; Peraturan Pemerintah dan Peraturan Presiden ada pada Presiden; Peraturan Daerah ada pada Walikota/Bupati bersama-sama Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.

Sedangkan berkaitan dengan materi muatan dalam peraturan perundang-undangan maka harus berdasarkan asas sinkronisasi baik vertikal maupun horisontal. Disamping itu juga harus diperhatikan asas-asas lain seperti asas *Lex Specialist Derogat legi Generali*, asas yang kemudian mengesampingkan yang terdahulu dan lain sebagainya.

Untuk materi muatan Peraturan Daerah adalah seluruh materi muatan dalam penyelenggaraan otonomi daerah dan tugas pembantuan serta memuat kondisi khusus daerah dan penjabaran peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi.

Perkara yang tidak kalah pentingnya dalam pembuatan peraturan perundang-undangan adalah harus didukung dengan hasil data riset yang akurat atau pembuatan peraturan perundang-undangan berbasis riset. Secara garis besar materi yang termuat dalam peraturan tersebut adalah mengandung asas pengayoman, kekeluargaan, kesusantaraan, bhinneka tunggal ika, kemanusiaan, kebangsaan, keadilan, kesamaan kedudukan dalam hukum dan pemerintah, ketertiban dan kepastian hukum serta keseimbangan, keserasian dan keselarasan. Demikian juga untuk muatan Peraturan Daerah nantinya adalah seluruh materi muatan dalam rangka penyelenggaraan otonomi daerah dan tugas pembantuan, dan menampung kondisi khusus daerah serta penjabaran lebih lanjut peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi (Jazim Hamidi, 2005: 10).

Peningkatan akses masyarakat terhadap pendidikan yang lebih berkualitas merupakan madnat yang harus dilakukan bangsa Indonesia sesuai dengan tujuan negara Indonesia yang tertuang dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 yaitu untuk melindungi segenap bangsa dan seluruh tumpah darah Indonesia, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial.

Konstitusi Negara Kesatuan Republik Indonesia memberikan landasan bagi penyusunan dan pengelolaan ekonomi nasional dalam rangka memberikan kesejahteraan kepada rakyat banyak dengan asas demokrasi ekonomi. Hal ini ditegaskan dalam Pasal 33 ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 bahwa Perekonomian disusun sebagai usaha bersama atas asas kekeluargaan. Dalam arti yang lebih luas, dirumuskan pada ayat 4 Pasal tersebut di atas, bahwa perekonomian nasional diselenggarakan berdasarkan atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional. Selanjutnya penjelasan Pasal 33 antara lain menyatakan bahwa kemakmuran masyarakatlah yang diutamakan bukan kemakmuran orang seorang dan bangunan perusahaan yang sesuai dengan itu ialah Koperasi. Penjelasan Pasal 33 menempatkan Koperasi baik dalam kedudukan sebagai sokoguru perekonomian nasional maupun sebagai bagian integral tata perekonomian nasional.

Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang Undang, memberi kewenangan dan tanggung jawab kepada Daerah dalam bidang perdagangan, sebagai urusan pemerintahan pilihan. Terkait dengan urusan perdagangan ini Pemerintah Daerah Kabupaten memiliki kewenangan antara lain:

1. Penerbitan izin pengelolaan pasar rakyat, pusat perbelanjaan dan izin usaha toko swalayan;
2. Penerbitan surat tanda pendaftaran waralaba (STPW) untuk : a) penerima waralaba dari waralaba dalam negeri; b) penerima waralaba lanjutan dari waralaba dalam negeri; dan c) penerima waralaba lanjutan dari waralaba luar negeri.

3. Penerbitan surat izin usaha perdagangan minuman beralkohol golongan B dan C untuk pengecer dan penjual langsung minum ditempat.
4. Pembangunan dan pengelolaan sarana distribusi perdagangan.
5. Pembinaan terhadap pengelola sarana distribusi perdagangan masyarakat di wilayah kerjanya.

Selanjutnya untuk memberi kepastian hukum pemerintah daerah perlu mengatur penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dalam sebuah Peraturan Daerah tentang Penataan dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan. Kemudian berdasarkan ketentuan Pasal 14 Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang disebutkan bahwa: Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah sesuai dengan kewenangannya melakukan pengaturan tentang pengembangan, penataan dan pembinaan yang setara dan berkeadilan terhadap Pasar Rakyat, pusat perbelanjaan, toko swalayan, dan perkulaan untuk menciptakan kepastian berusaha dan hubungan kerjasama yang seimbang antara pemasok dan pengecer dengan tetap memperhatikan keberpihakan kepada koperasi serta usaha mikro, kecil dan menengah. Selanjutnya pengembangan, penataan, dan pembinaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan melalui pengaturan perizinan, tata ruang, zonasi dengan memperhatikan jarak dan lokasi pendirian, kemitraan dan kerja sama usaha.

Menyangkut pembentukan Rancangan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan ini, terdapat beberapa peraturan perundang-undangan terkait yang menjadi landasan yuridis, dapat disebutkan sebagai berikut.

6. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
7. Undang-Undang No 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-

Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang;

8. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
9. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang;
10. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang;
11. Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang;
12. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang;
13. Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah

Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang;

14. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang;
15. Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba;
16. Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko;
17. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;
18. Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan;
19. Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern;
20. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan Dan Toko Swalayan sebagaimana diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, Dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan Dan Toko Swalayan;
21. Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 2 Tahun 2021 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Nganjuk Tahun 2021-2041;

22. Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan Dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Nganjuk sebagaimana diubah dengan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 8 Tahun 2020 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan Dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Nganjuk.

C. Landasan Sosiologis

Secara sosiologis, dinamika dan perkembangan pesat yang terjadi di masyarakat mencerminkan adanya perubahan atau pergeseran situasi dan kondisi terkini yang terjadi di masyarakat, baik dinamika yang terjadi di sektor sosial, politik, ekonomi, budaya, pemerintahan, dan lain sebagainya. Hal ini menunjukkan adanya keinginan masyarakat untuk mengaktualisasikan dan menyesuaikan situasi dan kondisi terkini ke dalam peraturan perundang-undangan yang ada, sehingga hukum merupakan suatu hal yang selalu dinamis, dan bukan suatu hal yang statis.

Dari aspek sosiologis, hukum bersifat responsif terhadap perkembangan yang terjadi di masyarakat. Pada kajian hukum atau penelitian hukum yang sosiologis, hukum dikonsepsikan sebagai pranata sosial yang secara riil dikaitkan dengan variabel-variabel sosial yang lain. Apabila hukum sebagai gejala sosial yang empiris sifatnya, dikaji sebagai variabel bebas/sebab (*independent variable*) yang menimbulkan pengaruh dan akibat pada berbagai aspek kehidupan sosial, kajian itu merupakan kajian hukum yang sosiologis (*socio-legal research*). Namun, jika hukum dikaji sebagai variabel tergantung/akibat (*dependent variable*) yang timbul sebagai hasil dari berbagai kekuatan dalam proses sosial, kajian itu merupakan kajian sosiologi hukum (*sociology of law*).

Peraturan perundang-undangan termasuk peraturan daerah merupakan wujud konkrit dari hukum. Pembentukan peraturan perundang-undangan harus sesuai dengan kenyataan, fenomena, perkembangan dan keyakinan atau kesadaran serta kebutuhan hukum masyarakat. Keberadaannya harus mempunyai landasan sosiologis. Apabila ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam peraturan daerah sesuai dengan keyakinan umum atau kesadaran hukum masyarakat sesuai dengan kenyataan yang dihadapi masyarakat. Dengan demikian dalam penyusunan rancangan peraturan daerah harus sesuai dengan kondisi masyarakat yang bersangkutan.

Pengaturan Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan bertujuan untuk:

1. meningkatkan kualitas Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan;
2. menciptakan ketertiban dalam kegiatan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan;
3. memberikan perlindungan dan pemberdayaan koperasi, UMK-M, dan Pasar Rakyat agar mampu berkembang, bersaing, tangguh, maju, mandiri, dan dapat meningkatkan kesejahteraannya;
4. mengatur dan menata keberadaan dan pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di Daerah agar tidak merugikan dan mematikan Koperasi, UMK-M, dan Pasar Rakyat yang telah ada dan memiliki nilai historis dan dapat menjadi aset pariwisata;
5. mendorong terselenggaranya kemitraan antara Koperasi, pelaku UMK-M, dan Pasar Rakyat dengan pelaku usaha Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan berdasarkan prinsip kesamaan dan keadilan dalam menjalankan usaha dibidang perdagangan;
6. mewujudkan sinergi yang saling memerlukan dan memperkuat antara Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dengan Koperasi, UMK-M, dan Pasar Rakyat agar dapat tumbuh berkembang lebih

cepat sebagai upaya terwujudnya tata niaga dan pola distribusi nasional yang mantap, lancar, efisien dan berkelanjutan; dan

7. menjamin kepastian hukum dalam Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.

Dengan melihat kondisi seperti di atas maka kebijakan Pemerintah Daerah dalam penataan dan pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan harus bisa mengatur, dan memberikan payung hukum yang komprehensif dalam penyelenggaraan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan. Atas dasar inilah, maka Peraturan Daerah tentang Penyelenggara Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan sebagai bentuk penyesuaian atas Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan menjadi kebutuhan yang mendesak untuk dibentuk. Dengan demikian, secara sosiologis Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan ini memiliki landasan yang cukup kuat, sehingga diharapkan dengan melalui proses dan tahapan yang baik Peraturan Daerah ini nantinya dapat dilaksanakan secara efektif.

BAB V

JANGKAUAN, ARAH PENGATURAN, DAN RUANG LINGKUP MATERI MUATAN PERATURAN DAERAH

A. Jangkauan dan Arah Pengaturan

Naskah Akademik berfungsi untuk mengarahkan ruang lingkup materi muatan Rancangan Peraturan Daerah yang akan dibentuk. Arah dari Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan adalah mewujudkan adanya regulasi daerah yang dapat dijadikan acuan dan pedoman bagi pihak-pihak terkait dalam melaksanakan kebijakan penataan dan pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di daerah.

Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dilaksanakan berdasarkan atas asas:

- a. kepentingan daerah dan masyarakat;
- b. kepastian hukum;
- c. keadilan;
- d. persaingan usaha yang sehat;
- e. pemerataan persebaran usaha;
- f. keamanan berusaha;
- g. akuntabilitas;
- h. transparansi;

- i. kemandirian;
- j. kemitraan;
- k. kemanfaatan;
- l. kesederhanaan;
- m. kenyamanan;
- n. kebersamaan; dan
- o. berwawasan lingkungan

Selanjutnya pengaturan mengenai Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan bertujuan untuk:

- a. meningkatkan kualitas Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan;
- b. menciptakan ketertiban dalam kegiatan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan;
- c. memberikan perlindungan dan pemberdayaan koperasi, UMK-M, dan Pasar Rakyat agar mampu berkembang, bersaing, tangguh, maju, mandiri, dan dapat meningkatkan kesejahteraannya;
- d. mengatur dan menata keberadaan dan pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di Daerah agar tidak merugikan dan mematikan Koperasi, UMK-M, dan Pasar Rakyat yang telah ada dan memiliki nilai historis dan dapat menjadi aset pariwisata;
- e. mendorong terselenggaranya kemitraan antara Koperasi, pelaku UMK-M, dan Pasar Rakyat dengan pelaku usaha Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan berdasarkan prinsip kesamaan dan keadilan dalam menjalankan usaha dibidang perdagangan;
- f. mewujudkan sinergi yang saling memerlukan dan memperkuat antara Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dengan Koperasi, UMK-M, dan Pasar Rakyat agar dapat tumbuh berkembang lebih cepat sebagai upaya

- terwujudnya tata niaga dan pola distribusi nasional yang mantap, lancar, efisien dan berkelanjutan; dan
- g. menjamin kepastian hukum dalam Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.

B. Ketentuan Umum

Ketentuan Umum Naskah Akademik Peraturan Daerah ini, pada dasarnya memuat hal-hal yang berkaitan dengan: a. batasan pengertian atau definisi; b. singkatan atau akronim yang dituangkan dalam batasan pengertian atau definisi; dan/atau c. hal-hal lain yang bersifat umum yang berlaku bagi pasal atau beberapa pasal berikutnya antara lain ketentuan yang mencerminkan asas, maksud, dan tujuan tanpa dirumuskan tersendiri dalam pasal atau bab.

Pengertian dan peristilahan dalam Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan ini adalah sebagai berikut.

Dalam Peraturan Daerah ini, yang dimaksud dengan:

1. Daerah adalah Daerah Kabupaten Nganjuk.
2. Pemerintah Daerah adalah Bupati sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom.
3. Bupati adalah Bupati Nganjuk.
4. Perdagangan adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi Barang dan/atau Jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas Barang dan/atau Jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi.
5. Pelaku Usaha adalah orang perseorangan atau badan usaha yang melakukan usaha dan/atau kegiatan pada bidang tertentu.
6. Barang adalah setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan dan dapat diperdagangkan, dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen atau Pelaku Usaha.

7. Jasa adalah setiap layanan dan unjuk kerja berbentuk pekerjaan atau hasil kerja yang dicapai, yang diperdagangkan oleh satu pihak ke pihak lain dalam masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen atau Pelaku Usaha.
8. Pasar adalah lembaga ekonomi tempat bertemunya pembeli dan penjual, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk melakukan transaksi Perdagangan.
9. Pasar Rakyat adalah tempat usaha yang ditata, dibangun, dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan/atau Badan Usaha Milik Daerah dapat berupa Toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi serta Usaha Mikro Kecil dan Menengah dengan proses jual beli Barang melalui tawar-menawar
10. Pusat Perbelanjaan adalah suatu area tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal maupun horisontal, yang dijual atau disewakan kepada Pelaku Usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan Perdagangan Barang.
11. Toko adalah bangunan gedung dengan fungsi usaha yang digunakan untuk menjual Barang dan terdiri dari hanya satu penjual termasuk toko swalayan dan toko eceran tradisional.
12. Toko Swalayan adalah Toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis Barang secara eceran yang berbentuk *minimarket*, *supermarket*, *department store*, *hypermarket* ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan.
13. Jaringan Toko Swalayan adalah pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha di bidang Toko Swalayan melalui satu kesatuan manajemen dan sistem pendistribusian barang ke outlet yang merupakan jaringannya.
14. *Department Store* adalah sarana atau tempat usaha yang menjual secara eceran barang konsumsi utamanya produk sandang dan perlengkapannya dengan penataan barang berdasarkan jenis kelamin dan/atau tingkat usia konsumen.
15. *Minimarket* adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan sehari-hari secara eceran langsung kepada konsumen dengan cara pelayanan mandiri (swalayan).
16. *Supermarket* adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan

sembilan bahan pokok secara eceran dan langsung kepada konsumen dengan cara pelayanan mandiri.

17. *Hypermarket* adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sembilan bahan pokok secara eceran dan langsung kepada konsumen, yang di dalamnya terdiri atas pasar swalayan, toko swalayan dan toko serba ada, yang menyatu dalam satu bangunan yang pengelolaanya dilakukan secara tunggal.
18. Perkulakan/Grosir adalah sarana atau 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.
19. Pusat Perdagangan (*Trade Center*) 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.
20. Mall/Plaza adalah tempat atau bangunan (toko) dalam skala besar untuk usaha perdagangan, rekreasi, restoran dan sebagainya yang diperuntukkan bagi kelompok, perorangan, perusahaan atau koperasi untuk melakukan penjualan barang-barang dan/atau jasa
21. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang selanjutnya disingkat UMK-M adalah usaha mikro, kecil, dan menengah sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Pemerintah yang mengatur mengenai Kemudahan, Pelindungan, Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
22. Pemasok adalah Pelaku Usaha yang secara teratur memasok Barang ke Toko Swalayan dengan tujuan untuk dijual kembali melalui kerja sama usaha.
23. Kemitraan adalah kerjasama dalam keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat dan menguntungkan yang melibatkan pelaku Usaha Mikro, kecil dan menengah dengan usaha besar.
24. Persyaratan Perdagangan adalah syarat-syarat dalam perjanjian kerja sama antara Toko Swalayan dan/atau pengelola jaringan Toko Swalayan

dengan pemasok yang berhubungan dengan pemasokan Barang yang diperdagangkan dalam Toko Swalayan.

25. Perizinan Berusaha adalah legalitas yang diberikan kepada Pelaku Usaha untuk memulai dan menjalankan usaha dan/atau kegiatannya.
26. Perizinan Berusaha Berbasis Risiko adalah Perizinan berusaha berdasarkan tingkat risiko kegiatan usaha.
27. Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan Barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian Waralaba.
28. Distribusi adalah kegiatan penyaluran Barang secara langsung atau tidak langsung kepada konsumen.
29. Barang Kebutuhan Pokok adalah Barang yang menyangkut hajat hidup orang banyak dengan skala pemenuhan kebutuhan yang tinggi serta menjadi faktor pendukung kesejahteraan masyarakat.
30. Barang Penting adalah Barang strategis yang berperan penting dalam menentukan kelancaran pembangunan.
31. Promosi Dagang adalah kegiatan mempertunjukkan, memperagakan, memperkenalkan dan/atau menyebarluaskan informasi hasil produksi Barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen, baik di dalam negeri maupun di luar negeri, dalam jangka waktu tertentu untuk meningkatkan penjualan, memperluas pasar dan mencari hubungan dagang.
32. Produk Dalam Negeri adalah Barang yang dibuat dan/atau jasa yang dilakukan oleh Pelaku Usaha di Indonesia.
33. Standar adalah persyaratan teknis atau sesuatu yang dibakukan, termasuk tata cara dan metode yang disusun berdasarkan konsensus semua pihak/Pemerintah/keputusan internasional yang terkait dengan memperhatikan syarat keselamatan, keamanan, kesehatan, lingkungan hidup, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, pengalaman serta perkembangan pada masa kini dan masa depan untuk memperoleh manfaat yang sebesar-besarnya.
34. Wilayah adalah ruang yang merupakan kesatuan geografis beserta segenap unsur terkait yang batas dan sistemnya ditentukan berdasarkan

aspek administratif dan/atau aspek fungsional. Dalam hal ini, wilayah yang dimaksud adalah seluruh wilayah yang ada dalam Kota Nganjuk.

35. Rencana Tata Ruang Wilayah yang selanjutnya disingkat RTRW adalah hasil perencanaan tata ruang pada wilayah yang merupakan kesatuan geografis beserta segenap unsur terkait yang batas dan sistemnya ditentukan berdasarkan aspek administratif.
36. Rencana Detail Tata Ruang Daerah adalah rencana secara terperinci tentang tata ruang wilayah Kota Nganjuk yang dilengkapi dengan peraturan zonasi Daerah.
37. Peraturan Zonasi adalah ketentuan yang mengatur tentang persyaratan pemanfaatan ruang dan ketentuan pengendaliannya dan disusun untuk setiap blok/zona peruntukan yang penetapan zonanya dalam rencana rinci tata ruang.
38. Orang adalah orang perseorangan atau badan, baik yang berbadan hukum maupun yang tidak berbadan hukum.
39. Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia yang selanjutnya disingkat KBLI adalah kode klasifikasi yang diatur oleh lembaga pemerintah nonkementerian yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang statistik..

C. Materi Muatan yang Akan Diatur

Ruang lingkup pengaturan dalam Peraturan Daerah ini meliputi:

1. jenis Pusat Pebelanjaan dan Toko Swalayan;
2. pendirian Pusat Pebelanjaan dan Toko Swalayan;
3. sistem pengelolaan dan penjualan Barang;
4. Kemitraan dan tanggung jawab usaha;
5. pengembangan kerja sama usaha dan Perjanjian Kerja Sama;
6. batasan jumlah kepemilikan gerai Toko Swalayan;
7. jam operasional;
8. perizinan;
9. stabilisasi Barang Kebutuhan Pokok dan/atau Barang Penting;
10. Promosi Dagang;

11.pembangunan kembali Pusat Perbelanjaan;

12.pembinaan dan pengawasan.

Selengkapnya ketentuan rinci dari Rancangan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan tersebut disajikan dalam uraian berikut.

BAB II

JENIS PUSAT PERBELANJAAN DAN TOKO SWALAYAN

Pasal 5

- (1) Pusat Perbelanjaan dapat berbentuk:
 - a. pertokoan;
 - b. mal; dan
 - c. plaza.
- (2) Toko Swalayan dapat berbentuk:
 - a. *minimarket*;
 - b. *supermarket*;
 - c. *department store*;
 - d. *hypermarket*; dan
 - e. Grosir/Perkulakan yang berbentuk toko dengan sistem pelayanan mandiri.
- (3) Toko swalayan sebagaimana disebut pada ayat (2) memiliki batasan luas lantai penjualan dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. *minimarket*, sampai dengan 400 m² (empat ratus meter persegi);
 - b. *supermarket*, di atas 400 m² (empat ratus meter persegi) sampai dengan 5.000 m² (lima ribu meter persegi);
 - c. *department store*, paling sedikit 400 m² (empat ratus meter persegi);
 - d. *hypermarket*, di atas 5.000 m² (lima ribu meter persegi); dan
 - e. Grosir/Perkulakan yang berbentuk toko dengan sistem pelayanan mandiri, paling sedikit 2.000 m² (dua ribu meter persegi) dan untuk Grosir/Perkulakan koperasi yang berbentuk toko dengan sistem pelayanan mandiri paling sedikit 1.000 m² (seribu meter persegi).

BAB III

PENDIRIAN PUSAT PERBELANJAAN DAN TOKO SWALAYAN

Pasal 6

- (1) Pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan harus memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan Pasar Rakyat, dan Usaha Mikro yang ada di zona atau area atau wilayah setempat.
- (2) Pengelola Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan harus menyediakan paling sedikit:
 - a. areal parkir;
 - b. fasilitas yang menjamin Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan bersih, sehat (higienis), aman, dan tertib; dan
 - c. ruang publik yang nyaman.
- (3) Lokasi pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan didasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dengan mengacu pada:
 - a. RTRW; dan/atau
 - b. Rencana Detail Tata Ruang Daerah dan Peraturan Zonasi.
- (4) Bupati menetapkan zonasi lokasi pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan yang dimuat dalam Rencana Detail Tata Ruang Daerah.
- (5) Dalam hal Rencana Detail Tata Ruang Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (3) belum tersedia, penetapan zonasi lokasi pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan berdasarkan RTRW.

Pasal 7

- (1) Pelaku Usaha Toko Swalayan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (2) dapat mendirikan *minimarket*, *supermarket*, *hypermarket*, dan Grosir/Perkulakan yang berbentuk toko dengan sistem pelayanan mandiri yang berdiri sendiri atau terintegrasi dengan Pusat Perbelanjaan yang telah memiliki Perizinan Berusaha dan/atau bangunan atau kawasan lain.
- (2) Dalam hal Toko Swalayan berbentuk *department store*, pendirian department store oleh Pelaku Usaha yang merupakan:
 - a. penanam modal asing harus dilakukan terintegrasi dengan Pusat Perbelanjaan yang telah memiliki Perizinan Berusaha; atau
 - b. penanam modal dalam negeri dapat dilakukan berdiri sendiri atau terintegrasi dengan Pusat Perbelanjaan yang telah memiliki Perizinan Berusaha dan/atau bangunan atau kawasan lain.
- (3) Pelaku usaha dapat memiliki gerai toko swalayan yang dimiliki dan dikelola sendiri sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 8

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku bagi Toko Swalayan jika terintegrasi dengan Pusat Perbelanjaan yang telah memiliki Perizinan Berusaha, Pusat Niaga, dan/atau bangunan atau kawasan lain.

Pasal 9

Penetapan zonasi lokasi pendirian pusat perbelanjaan dan Toko Swalayan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 ayat (4) dan ayat (5) dilaksanakan dengan mempertimbangkan:

- a. kondisi sosial ekonomi masyarakat setempat serta keberadaan Pasar Rakyat dan Usaha Mikro yang ada di zona atau area atau wilayah setempat;
- b. pemanfaatan ruang dalam rangka menjaga keseimbangan antara jumlah Pasar Rakyat dengan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan;
- c. jarak antara Pusat Perbelanjaan dengan Pasar Rakyat atau toko eceran tradisional; dan
- d. Standar teknis penataan ruang untuk Pusat Perbelanjaan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 10

Kondisi sosial ekonomi masyarakat setempat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 huruf a meliputi:

- a. struktur penduduk menurut mata pencaharian dan pendidikan;
- b. tingkat pendapatan ekonomi rumah tangga;
- c. tingkat kepadatan dan pertumbuhan penduduk di daerah sesuai dengan data sensus Badan Pusat Statistik tahun terakhir;
- d. rencana kemitraan dengan Usaha Mikro;
- e. potensi penyerapan tenaga kerja;
- f. ketahanan dan pertumbuhan Pasar Rakyat sebagai sarana bagi Usaha Mikro;
- g. ketersediaan fasilitas sosial dan fasilitas umum;
- h. dampak positif dan negatif atas pendirian pusat perbelanjaan terhadap Pasar Rakyat atau toko eceran yang telah ada sebelumnya; dan
- i. rencana tanggung jawab sosial perusahaan yang diarahkan untuk pendampingan bagi pengelolaan Pasar Rakyat dan/atau toko eceran tradisional di sekitarnya.

Pasal 11

- (1) Jarak antara Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dengan Pasar Rakyat ditetapkan paling sedikit 500 M (lima ratus meter) yang mempertimbangkan:
 - a. tingkat kepadatan dan pertumbuhan penduduk Daerah sesuai data sensus Badan Pusat Statistik tahun terakhir;
 - b. potensi ekonomi Daerah setempat;
 - c. perkembangan pemukiman baru;
 - d. aksesibilitas wilayah (arus lalu lintas);
 - e. dukungan keamanan dan ketersediaan infrastruktur;
 - f. pola kehidupan masyarakat setempat; dan/atau
 - g. jam operasional Pusat Perbelanjaan yang sinergi dan tidak mematikan usaha toko eceran tradisional di sekitarnya.
- (2) Jarak antara Pusat Perbelanjaan dengan Pasar Rakyat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikecualikan terhadap Pusat perbelanjaan yang bangunannya berintegrasi dengan Pasar Rakyat.

Pasal 12

Ketentuan jarak sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (1) tidak berlaku bagi:

- a. Toko Swalayan yang sebelumnya berbentuk toko kelontong/eceran tradisional, didirikan/dikelola oleh koperasi/perseorangan dan bukan merupakan Toko Swalayan berjejaring; atau
- b. Toko swalayan yang terintegrasi dengan Pusat Perbelanjaan yang telah memiliki Perizinan Berusaha, Pusat Niaga, dan/atau bangunan atau kawasan lain.

Pasal 13

- (1) Pelaku Usaha hanya dapat memiliki paling banyak 3 (tiga) gerai Toko Swalayan yang dimiliki dan dikelola sendiri.
- (2) Dalam hal Pelaku Usaha telah memiliki 3 (tiga) gerai Toko Swalayan dan akan melakukan penambahan gerai Toko Swalayan lebih lanjut, Pelaku Usaha wajib mewaralabakan setiap gerai Toko Swalayan yang ditambahkan.
- (3) Bupati dapat menetapkan pembatasan toko swalayan dengan mempertimbangkan:
 - a. jarak antar toko swalayan;

- b. tingkat kepadatan dan pertumbuhan penduduk di lingkungan sekitar lokasi pendirian toko swalayan sesuai data sensus Badan Pusat Statistik tahun terakhir;
- c. potensi ekonomi di Daerah dan/atau lingkungan setempat;
- d. perkembangan pemukiman baru;
- e. aksesibilitas wilayah (arus lalu lintas).
- f. dukungan keamanan dan ketersediaan infrastruktur;
- g. pola kehidupan masyarakat setempat; dan/atau
- h. operasional Toko Swalayan yang sinergi yang tidak mematikan usaha toko eceran tradisional di sekitarnya.

BAB IV

SISTEM PENGELOLAAN DAN PENJUALAN BARANG

Pasal 14

- (1) Pusat Perbelanjaan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 wajib menyediakan ruang usaha yang proporsional dan strategis untuk pemasaran Barang dengan merek dalam negeri pada rantai tertentu.
- (2) Pusat Perbelanjaan harus mengutamakan Barang dagangan hasil produksi dalam negeri.
- (3) Pusat Perbelanjaan harus berlaku adil dan wajar dalam pemberian pelayanan kepada mitra usaha baik sebagai penyewa ruangan usaha maupun sebagai pemilik sesuai dengan perjanjian.
- (4) Sistem penjualan Barang pada Pusat Perbelanjaan menggunakan mekanisme eceran dan/atau grosir.
- (5) Sistem penjualan Barang di Pusat Perbelanjaan dapat menggunakan transaksi tunai dan/atau non tunai.

Pasal 15

- (1) Sistem penjualan dan jenis Barang dagangan yang harus diterapkan dalam Toko Swalayan meliputi:
 - a. minimarket, supermarket, dan hypermarket menjual secara eceran berbagai jenis Barang konsumsi terutama produk makanan dan/atau

- produk rumah tangga lainnya yang dapat berupa bahan bangunan, furnitur, elektronik, dan bentuk produk khusus lainnya;
- b. department store menjual secara eceran berbagai jenis Barang konsumsi terutama produk sandang dan perlengkapannya dengan penataan berdasarkan jenis kelamin dan/atau tingkat usia Konsumen; dan
 - c. Grosir/Perkulakan yang berbentuk sistem pelayanan mandiri menjual besar/tidak secara eceran berbagai konsumsi.
- (2) Selain jenis Barang yang dijual sebagaimana dimaksud pada ayat (1), toko swalayan dapat menjual Barang pendukung usaha utama paling banyak 10% (sepuluh persen) dari keseluruhan jumlah Barang yang dijual di outlet/gerai toko swalayan.

Pasal 16

- (1) Setiap pelaku usaha Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan sebagaimana dimaksud Pasal 7 ayat (1) wajib:
- a. menyampaikan laporan kegiatan usahanya secara berkala setiap 6 (enam) bulan sekali dengan menunjukkan kondisi per bulan, meliputi:
 - 1. jumlah gerai yang dimiliki;
 - 2. omset penjualan seluruh gerai;
 - 3. jumlah Usaha Mikro yang bermitra dan pola kemitraannya; dan
 - 4. jumlah tenaga kerja yang terserap.
 - b. melaporkan setiap perubahan yang terkait dengan perusahaannya paling lambat 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak terjadinya perubahan;
 - c. menaati peraturan perundang-undangan dan/atau kebijakan pemerintahan dalam penanganan dan penanggulangan bencana;
 - d. menyisihkan sebagian keuntungannya dari laba bersih per tahun untuk dialokasikan sebagai biaya tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) kepada Pasar Rakyat, toko eceran tradisional dan/atau masyarakat di lingkungan sekitar lokasi usahanya; dan
 - e. menaati ketentuan yang tercantum dalam perizinan.
- (2) Kewajiban Pengelola Toko Swalayan lainnya adalah:
- a. meningkatkan mutu pelayanan dan menjamin kenyamanan konsumen;
 - b. menjaga keamanan dan ketertiban tempat usaha;
 - c. memelihara kebersihan, keindahan lokasi dan kelestarian lingkungan tempat usaha;

- d. mencegah setiap Orang yang melakukan kegiatan perjudian dan perbuatan lain yang melanggar kesusilaan serta ketertiban umum di tempat usahanya;
 - e. mencegah penggunaan tempat usaha untuk kegiatan peredaran/penjualan/pemakaian minuman beralkohol, obat-obatan terlarang serta barang-barang terlarang lainnya yang tidak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - f. menyediakan sarana kesehatan, sarana persampahan dan drainase, kamar mandi dan toilet serta fasilitas ibadah bagi karyawan dan konsumen;
 - g. memberikan kesempatan kepada karyawan dan konsumen untuk melaksanakan ibadah;
 - h. mentaati perjanjian serta menjamin keselamatan, kesehatan dan kesejahteraan karyawan;
 - i. menyediakan alat pemadam kebakaran yang siap pakai dan mencegah kemungkinan terjadinya bahaya kebakaran di tempat usaha;
 - j. mencantumkan seluruh harga Barang yang diperdagangkan secara jelas, mudah dibaca dan dilihat oleh konsumen dalam nilai rupiah; dan
 - k. menyediakan tempat untuk pos ukur ulang dan pengaduan konsumen.
- (3) Selain kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), Pelaku Usaha Toko Swalayan yang melakukan pengelolaan toko swalayan dilarang:
- a. melakukan penguasaan atas produksi dan/atau penguasaan Barang dan/atau jasa secara praktek monopoli;
 - b. menimbun dan/atau menyimpan bahan kebutuhan pokok masyarakat di dalam gudang dalam jumlah melebihi kewajaran untuk tujuan spekulasi yang akan merugikan kepentingan masyarakat;
 - c. menimbun dan/atau menyimpan Barang-Barang yang sifat dan jenisnya membahayakan kesehatan dan keamanan;
 - d. menjual Barang-Barang yang tidak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - e. mengubah atau menambah sarana tempat usaha tanpa izin;
 - f. memakai tenaga kerja di bawah umur;
 - g. memakai tenaga kerja asing tanpa izin sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - h. menjual Barang di luar luas lantai bangunan yang digunakan untuk berjualan; dan
 - i. menjual Barang dengan cara pemasaran secara berkeliling.

Pasal 17

- (1) Toko Swalayan wajib menyediakan Barang dagangan Produksi Dalam Negeri.
- (2) Dalam hal menggunakan merek Toko Swalayan sendiri, Pelaku Usaha Toko Swalayan wajib:
 - a. bertanggung jawab terhadap Barang dagangannya telah memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang kekayaan intelektual; dan
 - b. membina pengembangan produk dan merek sendiri bagi Barang dagangan untuk Usaha Mikro.
- (3) Toko swalayan wajib mencantumkan harga Barang secara jelas, mudah dibaca dan mudah dilihat.
- (4) Toko swalayan wajib memastikan kesesuaian Standar berat dan ukuran (tertib ukur) serta menggunakan alat ukur, takar, timbang, dan perlengkapannya sesuai dengan Standar yang berlaku secara nasional.
- (5) Dalam hal Toko Swalayan menjual Barang yang tidak halal maka wajib ditempatkan dalam tempat terpisah dan diberikan label/papan informasi yang mudah dilihat konsumen.

Pasal 18

- (1) Sistem penjualan Barang pada toko swalayan berjenis *minimarket*, *supermarket*, dan *hypermarket* menggunakan mekanisme eceran.
- (2) Sistem penjualan Barang pada toko swalayan berjenis perkulakan menggunakan mekanisme grosir dengan transaksi penjualan Barang yang hanya dapat dilakukan kepada pelaku usaha dan/atau pedagang pengecer yang memiliki kartu anggota.
- (3) Toko swalayan dilarang menyediakan pelayanan penjualan makanan dan/atau minuman yang dikonsumsi secara langsung oleh pembeli pada lokasi penjualan kecuali memiliki izin sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.
- (4) Sistem penjualan Barang di Toko Swalayan dapat menggunakan transaksi tunai dan/atau non tunai.
- (5) Toko Swalayan dengan jenis minimarket dilarang:
 - a. menjual Barang produk segar dalam bentuk curah; dan
 - b. menjual minuman beralkohol.

BAB V

KEMITRAAN DAN TANGGUNG JAWAB USAHA

Pasal 19

- (1) Pengelola Pusat Perbelanjaan melakukan kemitraan dengan pihak lain melalui perjanjian tertulis.
- (2) Kemitraan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan dengan prinsip saling menguntungkan, jelas, wajar, berkeadilan, dan transparan.

Pasal 20

- (1) Dalam rangka pengembangan UMK-M, Pengelola Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan wajib melakukan Kemitraan dengan pola Perdagangan Umum dan/atau Waralaba sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (2) Kemitraan dengan pola Perdagangan umum sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilakukan dalam bentuk:
 - a. kerja sama pemasaran;
 - b. penyediaan lokasi usaha; dan/atau
 - c. penyediaan pasokan.
- (3) Pelanggaran terhadap ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenakan sanksi administratif berupa:
 - a. teguran;
 - b. teguran tertulis;
 - c. pencabutan izin pengelola; dan
 - d. denda administratif.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara penjatuhan sanksi sebagaimana dimaksud pada ayat (9) diatur dalam Peraturan Bupati.

Pasal 21

- (1) Kerjasama pemasaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 ayat (2) huruf a dapat dilakukan dalam bentuk memasarkan Barang hasil produksi Usaha Mikro yang dikemas atau dikemas ulang dengan merek pemilik Barang, merek toko swalayan, atau merek lain yang disepakati dalam rangka meningkatkan nilai jual Barang.
- (2) Toko Swalayan dalam menjual Barang yang menggunakan merek Toko Swalayan sendiri mengutamakan Barang produksi Usaha Mikro dan Barang yang diproduksi di Indonesia serta mengikuti ketentuan peraturan

perundang-undangan di bidang keamanan, kesehatan dan keselamatan lingkungan, hak atas kekayaan Intelektual, Barang dalam keadaan terbungkus dan/atau ketentuan Barang beredar lainnya.

- (3) Pelaku Usaha Toko Swalayan yang memasarkan Barang hasil produksi Usaha Mikro dengan merek Toko Swalayan sendiri wajib mencantumkan nama Usaha Mikro yang memproduksi Barang.

Pasal 22

- (1) Penyediaan lokasi usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 ayat (2) huruf b dilakukan dalam bentuk:
 - a. menyediakan ruang usaha dalam areal Pusat Perbelanjaan kepada pelaku UMK-M sesuai dengan peruntukkan yang disepakati
 - b. penyediaan etalase/outlet/tempat penjualan pada Toko Swalayan dengan ketentuan paling sedikit 2% (dua persen) dari luas lantai penjualan pada tiap gerai Toko Swalayan.
- (2) Penyediaan lokasi usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan oleh pelaku usaha Toko Swalayan tanpa memungut biaya dari Usaha Mikro.

Pasal 23

- (1) Pengelola Pusat Perbelanjaan wajib menyediakan dan/atau menawarkan:
 - c. ruang usaha yang strategis dan proporsional dalam rangka kemitraan dengan harga jual atau biaya sewa sesuai kemampuan kepada usaha mikro dan usaha kecil; dan/atau
 - d. ruang promosi dan/atau ruang usaha yang strategis dan proporsional untuk pencitraan dan/atau pemasaran produk dalam negeri dengan merek dalam negeri.
- (2) Ruang usaha yang strategis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a berada di lokasi yang mudah diakses pengunjung.
- (3) Kewajiban menyediakan ruang usaha dan/atau ruang promosi pada Pusat Perbelanjaan untuk Usaha Mikro dan/atau pemasaran Produk Dalam Negeri dengan merek dalam negeri paling sedikit 30% (tiga puluh persen) dari luas areal Pusat Perbelanjaan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (4) Dalam pelaksanaan penyediaan dan/atau penawaran ruang usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Pemerintah Daerah melakukan pendampingan teknis dan pembinaan Usaha Mikro yang bermitra dengan pengelola Pusat Perbelanjaan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 24

Penyediaan pasokan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 ayat (2) huruf c dilakukan dalam bentuk penyediaan Barang dari Pemasok ke Pusat perbelanjaan dan Toko Swalayan.

Pasal 25

- (1) Dalam pengembangan Kemitraan antara Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dengan Usaha Mikro, dapat dilakukan dalam bentuk penyediaan fasilitas berupa:
 - a. pelatihan;
 - b. konsultasi;
 - c. pasokan Barang; dan/atau
 - d. permodalan.
- (2) Ketentuan lebih lanjut mengenai fasilitas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dalam Peraturan Bupati

BAB VI

PENGEMBANGAN KERJA SAMA USAHA DAN PERJANJIAN KERJA SAMA

Bagian Kesatu

Pengembangan Kerja Sama Usaha

Pasal 26

- (1) Pelaku Usaha Toko Swalayan melakukan pengembangan kerja sama usaha antara pemasok Usaha Mikro dan Pelaku Usaha Toko Swalayan, dilakukan dengan ketentuan:

- a. tidak memungut biaya administrasi pendaftaran Barang dari pemasok Usaha Mikro; dan
 - b. membayar kepada pemasok Usaha Mikro secara tunai, atau dengan alasan teknis tertentu dapat dilakukan dalam jangka waktu paling lama 15 (lima belas) hari setelah seluruh dokumen penagihan diterima.
- (2) Pembayaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b dapat dilakukan secara tidak tunai jika berdasarkan perhitungan biaya risiko dan bunga tidak merugikan pemasok Usaha Mikro.

Pasal 27

- (1) Hubungan kerjasama antara Toko Swalayan dengan Pemasok harus memperhatikan dan mengikuti ketentuan mengenai Persyaratan Perdagangan, mekanisme pembayaran, pengenaan biaya administrasi pendaftaran Barang yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (2) Pelaku Usaha Toko Swalayan yang melakukan kerja sama pasokan Barang wajib mengikutsertakan pelaku Usaha Mikro. (3) Pasokan Barang sebagaimana dimaksud pada ayat (2) harus mengutamakan produksi dalam negeri.
- (3) Hubungan Kerja sama usaha pemasokan Barang antara pemasok dengan Pelaku Usaha Toko Swalayan dibuat dengan perjanjian tertulis dalam bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia.
- (4) Dalam hal perjanjian tertulis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdapat Persyaratan Perdagangan, maka harus jelas, wajar, berkeadilan, dan saling menguntungkan serta disepakati kedua belah pihak tanpa tekanan.
- (5) Untuk menjamin pelaksanaan prinsip persaingan yang sehat (fairness) secara tertib dan konsekuen, Pemerintah Daerah dapat melakukan monitoring dan pengawasan atas penyusunan perjanjian dan pelaksanaan kerjasama sebagaimana dimaksud pada ayat (2).

Bagian Kedua

Perjanjian Kerjasama

Pasal 28

- (3) Perjanjian kerja sama antara Pemasok dengan Toko Swalayan harus memuat Persyaratan Perdagangan paling sedikit mengenai:

- j. Pemasok hanya dapat dikenakan biaya yang berhubungan langsung dengan penjualan barang;
 - k. besarnya biaya yang dikenakan sebagaimana dimaksud pada huruf a paling banyak 15% (lima belas persen) dari keseluruhan biaya Persyaratan Perdagangan di luar potongan harga reguler;
 - l. Pemasok dan Toko Swalayan bersama-sama membuat perencanaan promosi, baik untuk barang baru maupun untuk barang lama untuk jangka waktu yang telah di sepakati;
 - m. penggunaan jasa distribusi Toko Swalayan tidak boleh dipaksakan kepada Pemasok yang dapat mendistribusikan barangnya sendiri sepanjang memenuhi kriteria (waktu, mutu, harga barang, jumlah) yang disepakati kedua belah pihak;
 - n. Pemasok dapat dikenakan denda apabila tidak memenuhi jumlah dan ketepatan waktu pasokan;
 - o. Toko Swalayan dapat dikenakan denda apabila tidak memenuhi pembayaran tepat pada waktunya;
 - p. denda sebagaimana dimaksud pada huruf e dan huruf f dikenakan sesuai kesepakatan kedua belah pihak;
 - q. Toko Swalayan dapat mengembalikan barang yang baru dipasarkan kepada Pemasok tanpa dikenakan sanksi sepanjang setelah dievaluasi dalam jangka waktu 3 (tiga) bulan tidak memenuhi target yang telah ditetapkan bersama; dan
 - r. Toko Swalayan harus memberikan informasi tertulis paling sedikit 3 (tiga) bulan sebelumnya kepada Pemasok apabila akan melakukan *stop order delisting* atau mengurangi jenis barang atau SKU (*stock keeping unit*) Pemasok.
- (4) Biaya yang dapat dikenakan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a berupa:
- k. potongan harga reguler tidak berlaku bagi Pemasok yang memberlakukan sistem harga netto yang dipublikasikan secara transparan ke semua Toko Swalayan dan disepakati dengan Toko Swalayan;
 - l. potongan harga tetap dilakukan secara periodik paling lama 3 (tiga) bulan paling banyak 1 % (satu persen);
 - m. jumlah dari potongan harga reguler ditentukan berdasarkan persentase terhadap transaksi penjualan dari Pemasok ke Toko Swalayan, baik pada saat transaksi maupun secara periodik;
 - n. potongan harga khusus yang diberikan oleh Pemasok dari total pembelian bersih termasuk retur barang, apabila Toko Swalayan dapat mencapai penjualan sesuai perjanjian dagang, dengan kriteria penjualan:

- 4) mencapai jumlah yang ditargetkan sesuai perjanjian sebesar 100% (seratus persen) mendapat potongan harga khusus paling banyak sebesar 1 % (satu persen);
 - 5) melebihi jumlah yang ditargetkan sebesar 101 % (seratus satu persen) sampai dengan 115% (seratus lima belas persen), kelebihanannya mendapat potongan harga khusus paling banyak sebesar 5% (lima persen); atau
 - 6) melebihi jumlah yang ditargetkan di atas 115% (seratus lima belas persen), kelebihanannya mendapat potongan harga khusus paling banyak sebesar 10% (sepuluh persen).
- o. potongan harga promosi diberikan kepada pelanggan atau Konsumen akhir dalam waktu yang dibatasi sesuai kesepakatan antara Toko Swalayan dengan Pemasok;
 - p. biaya promosi yang dibebankan kepada Pemasok oleh Toko Swalayan sesuai kesepakatan kedua belah pihak yang terdiri dari:
 - 6) biaya promosi melalui media massa atau cetakan seperti brosur atau mailer, yang ditetapkan secara transparan dan wajar sesuai dengan tarif dari media dan biaya kreativitas lainnya;
 - 7) biaya promosi pada Toko setempat dikenakan hanya untuk area promosi di luar display atau pajangan regular Toko seperti *floor display*, gondola promosi, *block shelving*, tempat kasir, *wing gondola*, papan reklame di dalam dan di luar Toko, dan tempat lain yang digunakan untuk tempat promosi;
 - 8) biaya promosi untuk mempromosikan barang milik Pemasok seperti sampling, demo barang, hadiah, *games*, dan lain-lain;
 - 9) biaya yang dikurangkan atau dipotongkan atas aktivitas promosi dilakukan paling lama 3 (tiga) bulan setelah acara berdasarkan konfirmasi kedua belah pihak; dan
 - 10) biaya promosi yang belum digunakan harus dimanfaatkan untuk aktivitas promosi lainnya baik pada periode yang bersangkutan maupun untuk periode yang berikutnya dalam jangka waktu 3 (tiga) bulan sesuai kesepakatan kedua belah pihak.
 - q. biaya yang dikeluarkan untuk promosi barang baru sudah termasuk di dalam biaya promosi sebagaimana dimaksud pada huruf f;
 - r. biaya lain di luar biaya sebagaimana dimaksud pada huruf f tidak diperkenankan untuk dibebankan kepada Pemasok;
 - s. biaya administrasi pendaftaran barang hanya untuk barang baru dengan besaran biaya:
 - 4) untuk hypermarket paling banyak Rp150.000,00 (seratus lima puluh ribu rupiah) untuk setiap jenis barang setiap gerai dengan

- biaya paling banyak Rp10.000.000,00 (sepuluh juta rupiah) untuk setiap jenis barang di semua gerai;
- 5) untuk supermarket paling banyak Rp75.000,00 (tujuh puluh lima ribu rupiah) untuk setiap jenis barang setiap gerai dengan biaya paling banyak Rp10.000.000,00 (sepuluh juta rupiah) untuk setiap jenis barang di semua gerai; dan
 - 6) untuk minimarket paling banyak Rp50.000,00 (lima puluh ribu rupiah) untuk setiap jenis barang setiap gerai dengan biaya paling banyak Rp20.000.000,00 (dua puluh juta rupiah) untuk setiap jenis barang di semua gerai.
- t. perubahan biaya administrasi pendaftaran barang sebagaimana dimaksud pada huruf i dapat disesuaikan setiap tahun berdasarkan perkembangan inflasi.

Pasal 29

Perjanjian kerja sama antara Pemasok dengan department store harus memuat Persyaratan Perdagangan yang memenuhi ketentuan:

- c. tidak memberlakukan biaya Persyaratan Perdagangan; dan
- d. Pemasok barang ke department store hanya dikenakan biaya margin dan dapat dikenakan tambahan biaya-biaya lain sesuai kesepakatan kedua belah pihak.

Pasal 30

Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan harus berlaku adil dan wajar dalam pemberian pelayanan kepada mitra usaha, baik sebagai pemilik, penyewa ruangan usaha, atau sebagai Pemasok, sesuai perjanjian kedua belah pihak.

Pasal 31

- (3) Perjanjian kerja sama usaha pemasokan Barang antara pemasok dengan Pelaku Usaha Toko Swalayan dan Perjanjian sewa menyewa atau jual beli antara Pusat Perbelanjaan dan pemilik atau penyewa ruangan usaha di dalam Pusat Perbelanjaan harus dibuat dalam bahasa Indonesia dan dalam mata uang rupiah serta berdasarkan hukum Indonesia.

- (4) Dalam hal perjanjian kerja sama sebagaimana dimaksud pada ayat (1) melibatkan pihak asing, perjanjian kerja sama ditulis juga dalam bahasa asing atau bahasa Inggris.

BAB VII

BATASAN JUMLAH KEPEMILIKAN GERAJ TOKO SWALAYAN

Pasal 32

Pelaku usaha dapat memiliki gerai toko swalayan yang dimiliki dan dikelola sendiri sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

BAB VIII

JAM OPERASIONAL

Pasal 33

- (1) *Supermarket, hypermarket, dan department store* wajib memenuhi ketentuan jam operasional.
- (2) Jam operasional *supermarket, hypermarket, dan department store* sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah:
 - a. untuk hari Senin sampai dengan Jumat pukul 10.00 sampai dengan pukul 22.00 WIB; dan
 - b. untuk hari Sabtu dan Minggu pukul 10.00 sampai dengan pukul 23.00 WIB.
- (3) Untuk hari besar keagamaan atau libur nasional, serta hari atau kondisi tertentu lainnya, Bupati dapat menetapkan jam operasional *supermarket,*

- hypermarket*, dan *department store* selain jam operasional sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
- (4) Setiap Pelaku Usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dikenai sanksi administratif berupa:
 - a. teguran tertulis;
 - b. penghentian sementara kegiatan;
 - c. penghentian tetap kegiatan; dan/atau
 - d. pencabutan izin.
 - (5) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara pengenaan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (4) diatur dalam Peraturan Bupati.

BAB IX

PERIZINAN

Pasal 34

- (1) Untuk memulai dan melakukan kegiatan usaha, Pelaku Usaha pada Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan wajib memenuhi:
 - a. Persyaratan dasar perizinan berusaha; dan/atau
 - b. Perizinan Berusaha.
- (2) Perizinan Berusaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b, mencakup:
 - a. Perizinan Berusaha Berbasis Risiko; dan
 - b. Perizinan Berusaha untuk menunjang kegiatan usaha.
- (3) Persyaratan dasar Perizinan Berusaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a meliputi kesesuaian kegiatan pemanfaatan ruang, persetujuan lingkungan, persetujuan bangunan gedung, dan sertifikat laik fungsi.
- (4) Perizinan Berusaha Berbasis Risiko sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf a meliputi pengaturan:
 - a. kode KBLI/KBLI terkait, judul KBLI, ruang lingkup kegiatan, parameter Risiko, tingkat Risiko, Perizinan Berusaha, jangka waktu, masa berlaku, dan kewenangan Perizinan Berusaha;
 - b. persyaratan dan/atau kewajiban Perizinan Berusaha Berbasis Risiko;
 - c. pedoman Perizinan Berusaha Berbasis Risiko; dan
 - d. Standar kegiatan usaha dan/atau Standar produk.
- (5) Ketentuan mengenai persyaratan dasar Perizinan Berusaha dan Perizinan Berusaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mengacu pada ketentuan peraturan perundang-undangan.

BAB X

STABILISASI BARANG KEBUTUHAN POKOK DAN/ATAU BARANG PENTING

Pasal 35

- (1) Pemerintah Daerah berwenang untuk mengendalikan ketersediaan, kestabilan harga dan/atau Distribusi Barang Kebutuhan Pokok dan/atau Barang Penting di Daerah.
- (2) Penetapan jenis Barang Kebutuhan Pokok dan/atau Barang Penting sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan berpedoman pada ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (3) Dalam rangka pelaksanaan pengendalian ketersediaan, kestabilan harga dan/atau Distribusi Barang Kebutuhan Pokok dan/atau Barang Penting sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Pemerintah Daerah berwenang untuk:
 - a. meningkatkan dan melindungi produksi;
 - b. mengembangkan sarana produksi;
 - c. mengembangkan infrastruktur;
 - d. membina pelaku usaha;
 - e. mengembangkan Sarana Perdagangan;
 - f. melakukan pemantauan dan pengawasan harga dan stok;
 - g. mengembangkan informasi komoditi;
 - h. mengelola stok dan logistik;
 - i. memfasilitasi Usaha Mikro pelaku Distribusi untuk mendapatkan kemudahan akses pasokan bahan baku, bahan penolong, Barang kebutuhan pokok, Barang Penting dan/atau Barang dagangan lainnya dari distributor atau produsen lainnya;
 - j. meningkatkan kelancaran arus Distribusi; dan
 - k. melakukan operasi pasar di Daerah.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai pengendalian ketersediaan, kestabilan harga dan/atau Distribusi Barang kebutuhan pokok dan/atau Barang Penting sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dalam Peraturan Bupati.

BAB XI

PROMOSI DAGANG

Pasal 36

- (1) Pemerintah Daerah membantu upaya pengembangan ekspor guna perluasan akses Pasar bagi Barang dan Jasa yang diproduksi di Daerah.
- (2) Perluasan akses pasar bagi Barang dan jasa yang diproduksi di Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diutamakan bagi pelaku Usaha Mikro di Daerah.
- (3) Dalam rangka pelaksanaan perluasan akses pasar bagi Barang dan jasa yang diproduksi di Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Pemerintah Daerah melakukan kegiatan:
 - a. menyelenggarakan Promosi Dagang di dalam negeri; dan/atau
 - b. berpartisipasi dalam Promosi Dagang di dalam negeri dan/atau di luar negeri.
- (4) Penyelenggaraan Promosi Dagang sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf a dapat berupa:
 - a. pameran dagang; dan/atau
 - b. misi dagang.
- (5) Ketentuan lebih lanjut terkait dengan upaya pengembangan ekspor guna perluasan akses Pasar bagi Barang dan jasa yang diproduksi di Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dalam Peraturan Bupati.

BAB XII

PEMBANGUNAN KEMBALI PUSAT PERBELANJAAN

Pasal 37

Dalam hal Pusat Perbelanjaan dibangun kembali karena sebab apapun, pengelola Pusat Perbelanjaan memberikan prioritas kepada koperasi dan UMK-M yang terdaftar sebagai pedagang di Pusat Perbelanjaan untuk memiliki atau menyewa lokasi baru dari Pusat Perbelanjaan yang dibangun kembali dengan harga pemanfaatan yang terjangkau.

BAB XIII

PEMBINAAN DAN PENGAWASAN

Pasal 38

- (1) Bupati berwenang melakukan pembinaan terhadap penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di Daerah.

- (2) Kewenangan melakukan pembinaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilimpahkan kepada Perangkat Daerah yang membidangi Perdagangan.
- (3) Pembinaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilaksanakan dalam bentuk:
 - a. fasilitasi terhadap pelaku Usaha Mikro agar dapat memenuhi Standar mutu Barang yang diperdagangkan;
 - b. fasilitasi pelaksanaan kemitraan antara pelaku usaha ritel dengan pelaku Usaha Mikro;
 - c. fasilitasi terhadap Pelaku Usaha Perdagangan dan perindustrian dalam rangka pemenuhan kepatuhan terhadap kewajiban dan larangan;
 - d. fasilitasi terhadap Pelaku Usaha Perdagangan dan perindustrian dalam rangka meningkatkan mutu produk; dan
 - e. bentuk pembinaan lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 39

- (1) Dalam rangka menjamin penyelenggaraan kegiatan Perdagangan dan perindustrian dilaksanakan secara tertib dan bertanggungjawab serta sesuai dengan peraturan perundang-undangan, Bupati berwenang melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di Daerah.
- (2) Kewenangan melakukan pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilimpahkan kepada Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang Perdagangan.
- (3) Pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilaksanakan dalam bentuk:
 - a. inspeksi lapangan;
 - b. operasi pasar;
 - c. pemeriksaan dokumen administrasi; atau
 - d. bentuk pengawasan lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (4) Dalam melakukan pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dapat membentuk tim pengawas lapangan yang terdiri atas:
 - a. penanggungjawab;
 - b. ketua;
 - c. sekretaris; dan
 - d. anggota.
- (5) Tim pengawas lapangan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) ditetapkan dengan Keputusan Bupati.

Pasal 40

Ketentuan lebih lanjut mengenai pembinaan dan pengawasan diatur dalam Peraturan Bupati.

D. Ketentuan Sanksi

Dalam Raperda ini sanksi yang diatur adalah sanksi administrasi yang dapat dikenakan apabila terjadi pelanggaran. Sanksi administratif dapat berupa:

1. teguran;
2. peringatan tertulis;
3. penutupan sementara sarana tempat usaha;
4. pembekuan perizinan berusaha; atau
5. pencabutan perizinan berusaha.

E. Ketentuan Peralihan

Bab ini dimaksudkan adalah untuk menghindari kekosongan pengaturan maka klausula tentang peralihan diperlukan dan merupakan ketentuan transisional. Selengkapnya ketentuan peralihan dalam Ranperda ini adalah sebagai berikut.

Pasal 41

- (1) Dalam hal Pelaku Usaha telah memiliki lebih dari 3 (tiga) gerai Toko Swalayan sebelum Peraturan Daerah ini berlaku, Pelaku Usaha tetap dapat mempertahankan kepemilikan gerai Toko Swalayan tersebut dan wajib mewaralabakan setiap gerai Toko Swalayan yang ditambahkan setelah Peraturan Daerah ini berlaku.
- (2) Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan yang telah berdiri, beroperasi dan belum melaksanakan program kemitraan, wajib melaksanakan program kemitraan dalam waktu paling lambat 1 (satu) tahun sejak berlakunya Peraturan Daerah ini.
- (3) Segala bentuk perizinan atau non perizinan untuk kegiatan usaha Perdagangan dan perindustrian yang telah diterbitkan sebelum

berlakunya Peraturan Daerah ini, dinyatakan tetap berlaku sampai habis masa berlakunya.

Pasal 42

Pada saat Peraturan Daerah ini mulai berlaku, peraturan pelaksanaan atas Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 7 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan (Lembaran Daerah Kabupaten Nganjuk Tahun 2020 Nomor 2, Tambahan Lembaran Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 16), dinyatakan masih tetap berlaku sepanjang belum diganti dan tidak bertentangan dengan ketentuan dalam Peraturan Daerah ini

Pasal 43

- (1) Dalam rangka penataan dan untuk melindungi keberadaan Toko eceran tradisional, Pasar Rakyat, Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari dampak yang merugikan atas keberadaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan Bupati dapat melakukan moratorium izin pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.
- (2) Moratorium izin sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan dengan Peraturan Bupati.

F. Ketentuan Penutup

Ketentuan Penutup merupakan bagian terakhir Batang Tubuh Peraturan Daerah, yang biasanya berisi ketentuan tentang saat mulai berlakunya Peraturan Daerah dapat melalui cara-cara sebagai berikut:

1. Penetapan mulai berlakunya Peraturan Daerah pada suatu tanggal tertentu;
2. Saat mulai berlakunya Peraturan Daerah tidak harus sama untuk seluruhnya (untuk beberapa bagian dapat berbeda).

Selengkapnya bunyi ketentuan penutup dalam Rancangan Peraturan Daerah ini adalah sebagai berikut.

Pasal 44

Peraturan pelaksanaan Peraturan Daerah ini harus ditetapkan paling lama 1 (satu) tahun terhitung sejak Peraturan Daerah ini diundangkan.

Pasal 45

Pada saat Peraturan Daerah ini mulai berlaku, Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 7 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan (Lembaran Daerah Kabupaten Nganjuk Tahun 2020 Nomor 2, Tambahan Lembaran Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 16), dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

Pasal 46

Peraturan Daerah ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Daerah ini dengan penempatannya dalam Lembaran Daerah Kabupaten Nganjuk

BAB VI

P E N U T U P

A. Simpulan

Berdasarkan uraian dalam bab-bab terdahulu dari Naskah Akademik ini, maka penyusunan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan, memiliki kelayakan secara akademis untuk segera diwujudkan sebagai acuan bagi arah pengembangan perekonomian masyarakat Kabupaten Nganjuk, dan landasan hukum kuat bagi Pemerintah Daerah melakukan pengaturan pengembangan, penataan dan pembinaan yang setara dan berkeadilan terhadap Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan, Toko Swalayan, dan perkulakan untuk menciptakan kepastian berusaha dan hubungan kerja sama yang seimbang antara pemasok dan pengecer dengan tetap memperhatikan keberpihakan kepada usaha mikro, kecil dan menengah.

Selanjutnya agar Rancangan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di Kabupaten Nganjuk bisa diberlakukan secara efektif dan efisien, maka pokok-pokok pengaturan yang perlu dirumuskan dalam draft Rancangan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan antara lain meliputi bab-bab sebagai berikut:

1. KETENTUAN UMUM;
2. JENIS PUSAT PEBELANJAAN DAN TOKO SWALAYAN;
3. PENDIRIAN PUSAT PEBELANJAAN DAN TOKO SWALAYAN;
4. SISTEM PENGELOLAAN DAN PENJUALAN BARANG;
5. KEMITRAAN DAN TANGGUNG JAWAB USAHA;
6. PENGEMBANGAN KERJA SAMA USAHA DAN PERJANJIAN KERJA SAMA;

7. BATASAN JUMLAH KEPEMILIKAN GERAJ TOKO SWALAYAN;
8. JAM OPERASIONAL;
9. PERIZINAN;
10. STABILISASI BARANG KEBUTUHAN POKOK DAN/ATAU BARANG PENTING;
11. PROMOSI DAGANG;
12. PEMBANGUNAN KEMBALI PUSAT PERBELANJAAN;
13. PEMBINAAN DAN PENGAWASAN.
14. KETENTUAN PERALIHAN
15. KETENTUAN PENUTUP

B. Saran/Rekomendasi

1. Untuk segera disusun/dibentuk Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dan Peraturan Bupati tentang Pelaksanaan Atas Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk:
 - a. memberikan dasar/payung hukum dalam penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan (pasar modern) dan sebagai wujud keberpihakan pemerintah daerah terhadap pasar rakyat dan sekaligus memberi ruang gerak memadai bagi tumbuhnya Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di daerah secara proporsional;
 - b. mendorong tercapainya persaingan sehat dan iklim kondusif bagi perkembangan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di daerah;

- c. menciptakan keserasian hubungan kemitraan antara pasar tradisional dan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dalam mengembangkan perekonomian daerah.

Di samping itu juga sebagai bentuk penyesuaian, sinkronisasi dan penyelarasan materi dalam Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 7 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dengan peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi.

2. Untuk menghasilkan dokumen Draf Rancangan Peraturan Daerah (Raperda) terkait Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di Kabupaten Nganjuk yang aspiratif dan partisipatif serta implementatif, maka penyusunan Peraturan Daerah ini perlu keterlibatan secara aktif berbagai pihak terkait antara lain: Pemerintah Daerah, Masyarakat, Pelaku Usaha dan *Stakeholders* lainnya, serta memperhatikan nilai-nilai budaya, kearifan lokal dan potensi sumber daya yang ada di Kabupaten Nganjuk.

LAMPIRAN

A. Daftar Kepustakaan

- Amiroeddin Syarif, 1997, *Perundang-undangan, dasar, jenis dan teknik pembuatannya*, PT. Bina Aksara, Jakarta.
- Andjar Pactha W, Myra Rosana Bachtiar, Nadia Maulisa Benemay. 2007. *Hukum Koperasi Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Bagir Manan, 1992, *Dasar-dasar Perundang-undangan Indonesia, Jakarta*, IN-HILL-Co
- Bagir Manan. 2002. *Pemerintahan Daerah Bagian I, Penataran Administrative and Organization Planning*. Gajah Mada, Yogyakarta.
- Esmi Warasih P, 2001, *Fungsi Cita Hukum dalam Penyusunan Peraturan Perundangan yang Demokratis, dalam Arena Hukum*, Majalah Hukum FH Unibraw No.15 Tahun 4, November 2001.
- Esmi Warasih, 2005. *Pranata Hukum Sebuah Telaah Sosiologis*, Semarang: PT. Suryandaru Utama.
- Data Keragaan Koperasi Triwulan IV Tahun 2015 Dinas Koperasi dan UMKM Pemerintah Kabupaten Nganjuk
- Hesti Repatiningsih: Upaya Pemberdayaan Koperasi di Indonesia. <http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/segmen/article/download/618/600>. Diakses pada tanggal 18 November 2015
- Jazim Hamidi, 2005. *Pembentukan Peraturan Perundang-undangan dalam Sorotan: Undang-Undang No. 10 tahun 2004 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan*. Jakarta: PT Tatanusa.
- Soekanto, Soerjono., 1982. *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum*, Rajawali, Jakarta.
- Tambunan, Tulus T.H. (2002) *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*. Jakarta: Salemba Empat.

Tjahja Muhandri, 2006. "Strategi Penciptaan Wirausaha Kecil dan Menengah yang Tangguh", *Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM*, Vol 1

Untung, H Budi. 2007. Hukum Koperasi dan Peran Notaris Indonesia. Yogyakarta: Andi.

Website : <http://hukum.unsrat.ac.id/pres/72005bg4bab20.pdf>. Diakses pada tanggal 17 November 2015

Website <http://pdfbit.com/search?q=kebijakan+pemerintah+dalam+pembangunan+koperasi>. diakses pada tanggal 18 November 2015

B. Inventarisasi Peraturan Perundang-undangan.

1. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
2. Undang-Undang No 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang;
3. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
4. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang;
5. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang;

6. Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang;
7. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang;
8. Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang;
9. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang;
10. Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba;
11. Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko;
12. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;

13. Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan;
14. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan Dan Toko Swalayan sebagaimana diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, Dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan Dan Toko Swalayan;
15. Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 2 Tahun 2021 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Nganjuk Tahun 2021-2041;
16. Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan Dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Nganjuk sebagaimana diubah dengan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 8 Tahun 2020 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan Dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Nganjuk.

C. Draft Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan.