

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP TOKO
TRADISIONAL DI KOTA MALANG DITENGAH
MARAKNYA TOKO RITEL MODERN BERBASIS
PERJANJIAN WARALABA**

SKRIPSI

OLEH:

Iin Mutmaina

NIM 12220121



JURUSAN HUKUM BISNIS SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2016

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah,

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan.

Penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP TOKO TRADISIONAL DI
KOTA MALANG DI TENGAH MARAKNYA TOKO RITEL MODERN
BERBASIS PERJANJIAN WARALABA**

benar-benar merupakan karya ilmiah yang disusun sendiri, bukan duplikat atau memindah data milik orang lain, kecuali yang disebutkan refrensinya secara benar. Jika di kemudian hari terbukti disusun orang lain, ada penjiplakan, duplikat, atau memindah data orang lain, baik secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar sarjana yang saya peroleh karenanya, batal demi hukum.

Malang, 26 Agustus 2016

Penulis,



Im Mutmama
NIM 1222012

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Iin Mutmaina NIM: 12220121
Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri
Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

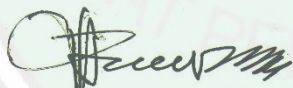
**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP TOKO TRADISIONAL DI
KOTA MALANG DI TENGAH MARAKNYA TOKO RITEL MODERN
BERBASIS PERJANJIAN WARALABA**

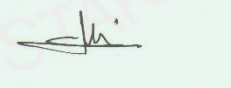
maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-
syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji pada Majelis Dewan Penguji.

Mengetahui
Ketua Jurusan
Hukum Bisnis Syariah

Malang, 26 Agustus 2016

Dosen Pembimbing,


Dr. H. Mohamad Nur Yasin, S.H., M.Ag
NIP 196910241995031001


Dr. Suwandi, M.H.
NIP196104152000031001



MOTTO

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

عَنْ تَجْرَةً تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَطْلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا أَمْوَالَ الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا

رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنْ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا أَوْلَاءَ مِنْكُمْ تَرَاضَ

29. Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. Q.S An-Nisa:29

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah hirobbil 'alamîn, lâhawla wala quwwata illa billah, dengan rahmat-Mu serta hidayah-Nya penulis skripsi yang berjudul **Perlindungan Hukum Terhadap Toko Tradisionaldi Kota Malang DiTengah Maraknya Toko Ritel Modern Berbasis Perjanjian Waralabadapat** diselesaikan dengan curahan kasih sayang-Nya, kedamaian dan ketenangan jiwa. Shalawat dan salam kita haturkan kepada Baginda kita yakni Nabi Muhammad SAW yang telah mengajarkan kita tentang dari alam kegelapan mehuju alam terang menderang di dalam kehidupan ini. Semoga kita tergolong orang-orang yang beriman dan mendapatkan syafaat dari beliau di hari akhir kelak. Amien...

Dengan segala daya dan upaya serta bantuan, bimbingan maupun pengarahan dan hasil diskusi dari berbagai pihak dalam proses penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada batas kepada:

1. Prof. Dr. H.Mudjia Raharjo, M.Si, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Roibin, M.HI.,selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. H. Mohamad Nur Yasin, S.H., M.Ag.,selaku Ketua Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr.Suwandi.M.H.,selaku dosen pembimbing penulis. Terima kasih banyak yang tiada tara penulis haturkan atas waktu yang telah beliau limpahkan

untuk bimbingan, arahan, serta motivasi dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

5. Dr. H. Moh. Toriquddin, Lc., M. HI., selaku dosen wali penulis selama menempuh kuliah di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Terima kasih penulis haturkan kepada beliau yang telah memberikan bimbingan, saran, serta motivasi selama menempuh perkuliahan.
6. Segenap Dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah menyampaikan pengajaran, mendidik, membimbing, serta mengamalkan ilmunya dengan ikhlas. Semoga Allah swt memberikan pahala-Nya yang sepadan kepada beliau semua.
7. Staf serta Karyawan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, penulis ucapan terimakasih atas partisipasinya dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Kedua orang tua tercinta tersayang dan terkasih H. Hanafidan Hj. Siti Mariyam yang selalu memberikan bantuan tiada habisnya, memberikan doa, kasih sayang dan motivasi yang mampu menyulut kobaran api semangat untuk terus kuliah dan mampu menyelesaikan kuliah dengan baik. Tidak lupa juga kepada kakak saya Abdul Mu'iz, Siti Musrifah, Irma Fitriah, dan Hana Mariyanti yang selalu memberi semangat dalam menyelesaikan kuliah dan skripsi ini.
9. Kepada seseorang yang saya sayangi Achmad Habib Al Karimi, terima kasih untuk motivasi, kasih sayangnya serta waktu yang diluangkan untuk

mendampingi dan membantu saya menyelesaikan tugas-tugas kuliah dan skripsi ini.

10. Teman-teman seperjuangan yang selalu ada dan melangkah berdampingan dengan terus berjuang bersama menyelesaikan kuliah. Dan tak lupa kepada teman-teman angkatan 2012 khususnya teman-teman Jurusan Hukum Bisnis Syariah atas kebersamaan kita memberikan banyak kenangan indah yang menjadi memori terbaik pada masa kuliah.

Semoga apa yang telah saya peroleh selama kuliah di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang ini, bisa bermanfaat bagi semua pembaca, khususnya bagi saya pribadi. Disini penulis sebagai manusia biasa yang tak pernah luput dari salah dan dosa, menyadari bahwasannya skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Malang, 26 Agustus 2016
Penulis,

Iin Mutmaina
NIM 12220121

PEDOMAN TRANSLITERASI

Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam skripsi ini menggunakan pedoman transliterasi berdasarkan Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158/1987 dan 0543.b/U/1987 yang penulisannya dapat diuraikan sebagai berikut:

A. Huruf

ا	= Tidak Dilambangkan	ض	= Dl
ب	= B	ط	= Th
ث	= T	ظ	= Dh
ثا	= Ts	ع	= ‘ (koma menghadap keatas)
ج	= J	غ	= Gh
ح	= H	ف	= F
خ	= Kh	ق	= Q
د	= D	ك	= K
ذ	= Dz	ل	= L
ر	= R	م	= M
ز	= Z	ن	= N
س	= S	و	= W
ش	= Sy	ه	= H
ص	= Sh	ي	= Y

Hamzah (ء) yang sering dilambangkan dengan alif, apabila terletak di awal kata maka dalam transliterasinya mengikuti vokalnya, tidak dilambangkan namun apabila terletak di tengah atau akhir kata, maka

dilambangkan dengan tanda di atas (ˆ), berbalik dengan koma (˘) untuk pengganti lambang “ع”.

B. Vokal, Panjang dan Diftong

Setiap penulisan bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vokal *fathah* ditulis dengan “a”, *kasrah* dengan “i”, *dlommah* dengan “u”, sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

Vokal (a) panjang = Â misalnya قال Menjadi Qâla

Vokal (i) panjang = Î misalnya قيل Menjadi Qîla

Vokal (u) panjang = Û misalnya دون Menjadi Dûna

Khusus untuk bacaan ya’ nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan “i”, melainkan tetap ditulis dengan “iy” agar dapat menggambarkan ya’ nisbat diakhirnya. Begitu juga dengan suara diftrong, wawu dan ya’ setelah *fathah* ditulis dengan “aw” san “ay”. Perhatikan contoh berikut:

Diftrong (aw) = Â Misalnya قول menjadi Qawlun

Diftrong (ay) = Î Misalnya خير menjadi Khayrun

C. Ta’ Marbûthah (ة)

Ta’ Marbûthah (ة) ditransliterasikan dengan “ṭ” jika berada di tengah kalimat, tetapi apabila ta’ marbûthah tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “h” misalnya الرسالة للمدرسة menjadi al-risalaṭ li al-mudarrisah, atau apabila berada ditengah-tengah kalimat yang

terdiri dari susunan *mudlaf* dan *mudlaf ilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan yang disambungkan dengan kalimat berikutnya.

D. Kata Sandang dan lafdh al-Jalâlah

Kata sandang berupa “al” (ال) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak di awal kalimat, sedangkan “al” dalam lafadh jalâlah yang berada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan.

E. Nama dan Kata Arab Terindonesiakan

Pada prinsipnya setiap kata yang berasal dari bahasa Arab harus ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Apabila kata tersebut merupakan nama Arab dari orang Indonesia atau bahasa Arab yang sudah terindonesiakan, tidak perlu ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL i

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ii

HALAMAN PERSETUJUAN iii

HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
مستخلص البحث	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat penelitian	8
E. Definisi Operasional	8
F. Sistematika Pembahasan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	12
B. Kajian Pustaka.....	18
1. Konsep perlindungan hukum	18
a) Pengertian dan Teori Perlindungan Hukum.....	19
b) Dasar Perlindungan Hukum	23
c) Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum	24
2. Toko Tradisional	26

3. Toko Modern.....	30
4. Ritel dan macam-macamnya	32
5. Waralaba	40
6. Perda Kota Malang No. 1 Tahun 2014	42

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian	46
B. Jenis Penelitian	46
C. Pendekatan Penelitian	47
D. Sumber Data	48
E. Metode Pengumpulan Data	49
F. Metode Pengolahan Data	51

BAB IV PAPARAN DATA DAN ANALISA DATA

A. Gambaran Umum Tentang Dinas Perindustrian dan Perdagangan.....	57
1. Profil.....	57
2. Lokasi Penelitian	58
3. Visi dan Misi.....	58
4. Tugas dan Fungsi	59
5. Struktur Organisasi	61
B. PAPARAN DATA	63
C. ANALISA DATA	79
1. Analisa keberadaan toko tradisional dengan hadirnya toko-toko ritel modern berbasis waralaba.....	79

2. Analisa peran Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang dalam memberikan perlindungan hukum terhadap toko tradisional di Kota Malang ditengah Maraknya toko ritel modern berbasis perjanjian waralaba perspektif perda nomor 1 tahun 2014.....	92
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	101
B. Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
DAFTAR TABEL	
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 4.1 Data minimarket di Kecamatan Blimbing	63
Tabel 4.2 Struktur Pemerintah Kota Malang	72
Tabel 4.3 Aspek perbandingan toko modern dan tradisional	72
Tabel 4.4 Data pendapatan pedagang tradisional setiap tahun	78
Tabel 4.5 Kerangka konseptual penelitian	79

ABSTRAK

Iin Mutmaina, 12220121. **Perlindungan Hukum Terhadap Toko Tradisional di Kota Malang di tengah maraknya Toko Ritel Modern Berbasis Perjanjian Waralaba.** Skripsi. Jurusan Hukum Bisnis Syariah. Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing Dr. Suwandi, M.H.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Waralaba, Peraturan Pemerintah

Persaingan yang ketat membuat para pelaku bisnis harus semakin cerdas agar usahanya dapat bertahan bahkan dapat berkembang, maka pelaku bisnis secara langsung maupun tidak, dituntut untuk memiliki kemampuan yang lebih dalam bidang bisnis. Pelaku bisnis selalu berusaha mencari inovasi baru atau bahkan menggunakan cara yang umum dilakukan pelaku usaha lain untuk mengembangkan usaha yang dimilikinya. Salah satu cara yang dapat dilakukan pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya adalah dengan cara bisnis waralaba. Saat ini keberadaan minimarket telah menjadi magnet tersendiri bagi masyarakat umum dengan menawarkan banyak hal yang mampu menarik perhatian masyarakat. Selain karena fasilitas minimarket yang letaknya cenderung strategis, juga menyediakan cukup lengkap segala kebutuhan masyarakat sehari-hari.

Mengacu pada latar belakang di atas, ada beberapa masalah yang memerlukan pembahasan yang mendalam. Pertama Bagaimana peran Disperindag Kota Malang dalam memberikan perlindungan hukum terhadap toko tradisional di Kecamatan Blimbing di tengah maraknya toko ritel modern berbasis perjanjian waralaba perspektif Perda nomor 1 tahun 2014? dan kedua, Bagaimana keberadaan toko tradisional dengan hadirnya toko-toko ritel modern berbasis waralaba?

Penelitian ini merupakan penelitian hukum empiris, yaitu melihat aspek-aspek hukum dalam interaksi sosial di dalam masyarakat. Penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan didukung oleh data-data hasil wawancara serta dokumentasi. Dan metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kasus, konsep dan perundang-undangan.

Penelitian ini berkesimpulan bahwa, peraturan yang telah di buat Perda Kota Malang nomor 1 tahun 2014 tidak sesuai dengan toko ritel modern. Pemerintah sudah menetapkan tentang jarak, namun toko ritel modern ini tidak menghiraukan dengan peraturan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah. Dan ini

juga berdampak kepada toko tradisional yang semakin punah keberadaannya dan membuat mereka kehilangan pekerjaan. Dilihat berdasarkan hukum Islam kemaslahatan antara keduanya ada yang terjalin dengan tidak baik dan adapula yang terjalin dengan baik tidak bertentangan dengan prinsip dijalankannya syariat Islam yaitu, *ridha*, persaingan sehat, kejujuran serta keterbukaan dan keadilan. Namun Dinas Perindustrian dan Perdagangan dalam memberikan perlindungan hukum terhadap toko tradisional sudah sesuai dengan Perda yang telah dibuat.

ABSTRACT

In Mutmaina, 12220121. **Legal Protection for Traditional Market (Stores) in the Malang City (Kota Malang) in the midst(middle) of Modern Retail store (market) based Franchise Agreement.** Thesis. Departement of Syariah Laws Business. University Islamic Maulana Malik Ibrahim of Malang. University preceptor Dr. Suwandi, M.H

Key word: **Legal Protection, Franchise, Government Rules.**

Intense competition businesses must be getting smarter so than the business can survive and even to flourish, then businesses directly or indirectly, are required to have a greater ability in business. Businesses are always trying to find new innovations or even use a common way other businesses to develop it's business. One way to do business to expand it's business is by way of franchising. Now the existence of minimarket has become a magnet for the general public by offering a lot of things to attract the attention of society. In addition to the facilities minimarket strategic location, it also provides a fairly complete all the needs of everyday people.

Refers to the above background, there are some issue that require in depth discussion. First, how Disperindag Kota Malang (Departement of industry and commerce) in providing legal protection for traditional market in the District Blimbing (Kecamatan Blimbing)in the midst of modern retail store (market) franchise agreement based perspective Regulation No. 1 of 2014 (Perda nomor1 tahun 2014) ? Second, how the presence of a traditional store(market) with the presence of modern retail stores based fanchise ?

This research is an empirical legal research, which is to see the legal aspects of social interacton in the community. The author uses a qualitative approach, supported by data on interview and documentation. And the method used in this study is a case based approach, and legislation(the laws).

This study(research) conclude that, rules that have been created Malang City Regulation No. 1 of 2014(Perda Kota Malang nomor 1 tahun 2014)is not in accordance with modern retail stores. The government has set a distance however, modern retail stores haveignored the rules set by the government. And this also

affect the traditional stores(market) are getting extinct existence and make them lose jobs. Seen by the law Islamic perspective the benefit between the two there is intertwined with good and those that are good are not contrary to the principles of Islamic law that is, *ridha* (plesure), healthy competition, honesty and openness and fairness.

مستخلص

إينمطمئنة، ٢٠٢١-٢٢٢٠ رعاية القانون إلى مكافحة إيدكان التقليدي في مالانج في خضم دكاكين التجزئة الحديثة مؤسسباتفاق الامتياز. البحث الجامعي. قسم القانون التجاري الشريعة .الجامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانج. المشرف: الدكتور الحاج سواندى الماجيستر

كلمات البحث: رعاية القانون، الامتياز، تنظيم الحكومة

ينبغي أن تكون المنافسة الشديدة بين رجال الأعمال حصولا على أكثر ذكاء بحيث يمكن لرجال الأعمال البقاء على قيد الحياة، حتى لتزدهر، فالشركات مباشرة أو غير مباشرة، يطلب أن تكون قدرة أكبر في مجال الأعمال التجارية .رجال الأعمال دائما يبحثون عن ابتكارات جديدة أو حتى باستخدام وسيلة مشتركة غيرها من الشركات لتطوير أعمالها. أحدرثرق في القيام بأعمال تجارية لتوسيع نطاق أعمالها من طريق الامتياز . فالآن وجود سويق يصبح مغنطا للجمهور العام من خلال تقديم الكثير من الأشياء التي هي قادرة على جذب اهتمام الرأي العام .بالإضافة إلى مرافقه يميل إلى أن يكون موجود الموقع، كما يوفر كاملة إلى كلما عن احتياجات الناس اليومية.

مشاركة إلى خلفية أعلا، هناك بعض القضايا التي تتطلب مناقشة متعمقة .أولا، ما هو دور وزارة الصناعة و التجارة مالانج في توفير الرعاية القانونية للدكاكين التقليدية في ناحية بليمينغفي خضم دكاكين التجزئة الحديثة مؤسسباتفاق الامتياز منظوروا قائم اللائحة رقم ١ لسنة ٢٠١٤؟ وثانيا، كيف وجود الدكاكين التقليدي أناء وجود دكاكين التجزئة الحديثة مؤسسباتفاق الامتياز.

هذا البحث هو البحث القانون التحريبي، يعنى هو الاطلاع على الجوانب القانونية للتفاعل الاجتماعي في المجتمع. يستخدم المؤلف النهج النوعي، بالدعم من البيانات على المقابلة والوثائق .والطريقة المستخدمة في هذا البحث هو نصح قائم على حالة المفاهيم والتشريعات.

خلص هذا البحث إلى أن القواعد التي أنشأها تنظيم المحل مدينة مالانج رقم ١ لسنة ٢٠١٤ ليست وفقا لمتجر التجزئة الحديثة. قد وضعت الحكومة عن المسافة ومع ذلك تجاهل متاجر التجزئة الحديثة بالقواعد التي وضعتها الحكومة. وهذا هو أيضا له تأثير على الدكاكين التقليدية التي تزداد جودها انقرضت وجعلها يفقدون وظائفهم. من خلال منظور إسلامي لصالح بينهما من هناك تتشابه ليستباخير و هناك التي هي جيدة لا يتعارض مع مبادئ الشريعة الإسلامية، وهي الرضى، والمنافسة السليمة، والصدق والصراحة والعدل.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Agama islam dikenal sebagai agama yang *kaffah* (menyeluruh) karena setiap detail urusan manusia itu telah dibahas dalam Al-Qur'an dan Hadist. Dalam hal ini ajaran islam memberikan ajaran mendasar dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia. Salah satu ajaran yang penting adalah bidang muamalat yang mengatur hubungan antara hak dan kewajiban atas aktifitas yang dilakukan oleh seseorang dengan seseorang atau beberapa orang dalam memenuhi kebutuhan masing-masing. Salah satu bentuk dari kegiatan dalam kajian muamalat adalah perdagangan.

Persaingan yang ketat membuat para pelaku bisnis harus semakin cerdas agar usahanya dapat bertahan bahkan dapat berkembang, maka pelaku bisnis secara langsung maupun tidak, dituntut untuk memiliki kemampuan yang lebih dalam bidang bisnis. Pelaku bisnis selalu berusaha mencari inovasi baru atau bahkan menggunakan cara yang umum dilakukan pelaku usaha lain untuk mengembangkan usaha yang dimilikinya. Salah satu cara yang dapat dilakukan pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya adalah dengan cara bisnis waralaba.

Saat ini keberadaan minimarket telah menjadi magnet tersendiri bagi masyarakat umum dengan menawarkan banyak hal yang mampu menarik perhatian masyarakat. Selain karena fasilitas minimarket yang letaknya cenderung strategis, juga menyediakan cukup lengkap segala kebutuhan masyarakat sehari-hari. Minimarket ini menyediakan tempat yang nyaman, bersih, serta ruangan ber-AC. Sebagian juga menyediakan ATM untuk lebih menarik pembeli dengan keamanan yang cukup dengan fasilitas yang memadai, sehingga terhindar dari tindak kejahatan lainnya.

Beberapa diantaranya memberlakukan sistem operasional selama 24 jam yang menjadi nilai plus tersendiri bagi toko modern di mata masyarakat luas, maka dari itu kebanyakan masyarakat lebih memilih ke minimarket di bandingkan ke toko kelontong pinggir jalan.

Minimarket adalah semacam swalayan yang berbasiskan ritel waralaba yang menjual segala macam barang, makanan dan peralatan rumah tangga lainnya, namun tidak selengkap dan sebesar supermarket. Dimana pembeli mengambil sendiri barang yang sedang dibutuhkan dari rak-rak yang sudah disediakan dan langsung bayar di kasir. Sedangkan toko tradisional atau toko kelontong adalah toko yang dikelola dengan sistem konvensional atau kebiasaan antara penjual dan pembeli, dan menjual berbagai jenis barang secara eceran dan biasanya terjadi tawar-menawar di antara keduanya dan tidak menggunakan sistem seperti toko modern dan harga di sini lebih miring dibandingkan dengan toko modern. Dilihat dari keduanya ini toko modern lah yang lebih unggul dibandingkan toko kelontong karena masyarakat sekarang menginginkan pelayanan yang terbaik dan karyawannya bersikap ramah kepada setiap pembeli yang akan membeli dagangannya di toko tersebut.

Franchise atau waralaba diartikan sebagai petunjuk pada kita semua bahwa waralaba ternyata juga mengandung unsur-unsur sebagaimana yang diberikan pada lisensi, hanya saja dalam pengertian waralaba seperti diberikan pada pemberian hak untuk menjual produk berupa barang atau jasa dengan memanfaatkan merek dagang *Franchisor* (*Pemberi Waralaba*), dengan kewajiban pada pihak *Franchise* (*Penerima*

Waralaba) untuk mengikuti metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh Pemberi Waralaba. Dalam kaitannya dengan pemberian izin dan kewajiban pemenuhan standart dari pemberi waralaba, pemberi waralaba akan memberikan bantuan pemasaran, promosi maupun bantuan teknis lainnya agar penerima waralaba dapat menjalankan usahanya dengan baik.¹

Dalam pengertian yang demikian dapat kita tarik suatu kesimpulan bahwa seorang penerima waralaba juga menjalankan usahanya sendiri tetapi dengan mempergunakan merek dagang atau merek jasa serta dengan memanfaatkan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba. Kewajiban untuk mempergunakan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba oleh penerima waralaba membawa akibat lebih lanjut bahwa suatu usaha waralaba adalah usaha yang mandiri, yang tidak mungkin digabungkan dengan kegiatan usaha lainnya (milik Penerima Waralaba). Ini berarti pemberian waralaba menuntut eksklusivitas, dan bahkan dalam banyak hal mewajibkan terjadinya *noncompetition clause* bagi penerima waralaba, bahkan setelah perijinan pemberian waralabanya berakhir.²

Dari pengertian, definisi maupun rumusan yang telah diberikan di atas, dapat kita katakan bahwa pada dasarnya waralaba merupakan salah satu bentuk pemberian lisensi, hanya saja agak berbeda dengan pengertian lisensi pada umumnya, waralaba menekankan pada kewajiban untuk

¹ Gunawan Widjaja, *Lisensi Atau Waralaba*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004. h. 15.

² Gunawan Widjaja, *Lisensi*, h. 16.

mempergunakan sistem, metode, tata cara, prosedur, metode pemasaran dan penjualan maupun hal-hal lain yang telah ditentukan oleh pemberi waralaba secara eksklusif, serta tidak boleh dilanggar maupun diabaikan oleh penerima lisensi. Hal ini mengakibatkan bahwa waralaba cenderung bersifat eksklusif seorang atau suatu pihak yang menerima waralaba tidaklah dimungkinkan untuk melakukan kegiatan lain yang sejenis atau yang berbeda dalam suatu lingkungan yang mungkin menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha waralaba yang diperoleh olehnya dari Pemberi Waralaba *Noncompetition* merupakan suatu isu yang sangat penting dalam waralaba.

Demikianlah dalam Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 tanggal “*Waralaba adalah perikatan di mana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan atau jasa*” 18 Juni 1997 tentang Waralaba (Pasal 1 angka 1).³

Adapun landasan hukum diambil dari Al-Qur’an maupun Al-sunnah yang banyak jumlahnya, seperti pada ayat-ayat berikut:

فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ ۖ وَيَسْأَلُونَكَ عَنِ الَّتِي تَمَىٰ ۖ قُلْ إِصْلَاحٌ لَّهُمْ خَيْرٌ ۗ
وَأَن تَخَالَطُوهُمْ فَارْحَمُواهُمْ ۗ وَاللَّهُ يَعْلَمُ الْمُفْسِدَ مِنَ الْمُصْلِحِ ۗ وَلَوْ
شَاءَ اللَّهُ لَأَعْنَتَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ ﴿١١٠﴾

³ Peraturan Pemerintah RI No 16 Tahun 1997 (pasal 1 angka 1)

Tentang dunia dan akhirat. dan mereka bertanya kepadamu tentang anak yatim, katakalah: "Mengurus urusan mereka secara patut adalah baik, dan jika kamu bergaul dengan mereka, Maka mereka adalah saudaramu; dan Allah mengetahui siapa yang membuat kerusakan dari yang Mengadakan perbaikan. dan Jikalau Allah menghendaki, niscaya Dia dapat mendatangkan kesulitan kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana.⁴

Sedangkan nash dari Al-sunnah yang dipakai landasan dalam mengistimbatkan hukum adalah hadist Nabi Muhammad saw, yang diriwayatkan oleh Ibn Majjah yang berbunyi:

حد ثنا محمد بن يحيى حد ثنا عبد الرزاق ابن انا معمر عن جابر الجعفي عن عكرمة
عن ابن عباس قال: قال رسول الله صلعم: لا ضرر
ولا ضرار

“Muhammad Ibn Yahya bercerita kepada kita, bahwa Abdur Razzaq bercerita kepada kita, dari Jabir al-juffiyi dari ikrimah, dari Ibn Abbas: Rasulullah SAW, bersabda: “tidak boleh membuat mazdarat (bahaya) pada dirinya dan tidak boleh pula membuat mazdarat pada orang lain” (HR: Ibnu Majjah)

Berdasarkan latar belakang diatas, mendorong peneliti untuk melakukan penelitian empiris terkait *“Perlindungan Hukum Terhadap*

⁴ Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 220.

Toko Tradisional di Kota Malang di Tengah Maraknya Toko Ritel Modern Berbasis Perjanjian Waralaba.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana keberadaan toko tradisional dengan hadirnya toko-toko ritel modern berbasis waralaba?
2. Bagaimana peran Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang dalam memberikan perlindungan hukum terhadap toko tradisional di Kecamatan Blimbing di tengah maraknya toko ritel modern berbasis perjanjian waralaba perspektif Perda nomor 1 tahun 2014?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang :

1. Untuk mengetahui keberadaan toko tradisional dengan hadirnya toko-toko ritel modern berbasis waralaba di Kecamatan Blimbing kota malang.
2. Mengetahui peran Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kota Malang dalam memberikan perlindungan hukum terhadap toko tradisional di Kota Malang di tengah maraknya toko ritel modern berbasis perjanjian

waralaba perspektif Perda nomor 1 tahun 2014 khususnya Kecamatan Blimbing.

D. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis,

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk bahan tambahan dalam mengkaji dan mengembangkan ilmu pengetahuan ditinjau dari kedua sisi perspektif yakni Perda, Al-Qur'an dan As-Sunnah. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu sumber referensi bagi semua pihak yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut dikemudian hari.

2. Manfaat praktis,

- a) Peneliti mengharapkan agar praktisi hukum dapat memahami dasar daripada Peraturan Daerah yang berada di Kota Malang.
- b) Bagi civitas akademik diharapkan dapat menjadi salah satu petunjuk, arahan dan acuan bagi penelitian selanjutnya yang relevan dengan hasil penelitian.

E. Definisi Operasional

1. Perlindungan hukum adalah dimana hukum melindungi kepentingan seseorang dengan cara menempatkan suatu kekuasaan yang dilakukan

secara terukur (tertentu dan dalamnya) untuk bertindak dalam rangka kepentingan tersebut.

2. Toko tradisional adalah toko yang dikelola dengan sistem konvensional atau kebiasaan antara penjual dan pembeli, dan menjual berbagai jenis barang secara eceran tanpa mempergunakan sistem seperti toko modern.
3. Toko ritel modern adalah toko yang menjual segala macam barang dan makanan, dimana penjual dan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (*barcode*) dan membayarnya di kasir.
4. Waralaba adalah perikatan di mana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan atau jasa.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian yang berjudul "Perlindungan Hukum Terhadap Toko Tradisional di Kota Malang di Tengah Maraknya Toko Ritel Modern Berbasis Perjanjian Waralaba."

Penulis membagi pembahasan skripsi dalam beberapa bab, dan tiap-tiap bab terdiri atas sub bab dengan maksud untuk mempermudah dalam mengetahui hal-hal yang dibahas dalam skripsi ini serta tersusun

secara rapi dan terarah. Penelitian ini disusun dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:⁵

Bab pertama sebagai pendahuluan. Bab ini terdiri dari elemen dasar penelitian ini, antara lain, latar belakang masalah yang memberikan landasan berfikir pentingnya penelitian dan ulasan mengenai judul yang dipilih dalam penelitian, selanjutnya mengulas tentang rumusan masalah mengenai spesifikasi mengenai penelitian yang akan dilakukan, tujuan penelitian mengenai tujuan yang akan dicapai dalam penelitian, manfaat yang di dapat dari penelitian, dan definisi operasional.

Bab kedua akan membahas tinjauan pustaka. Dalam bab ini berisi sub bab penelitian terdahulu dan kajian teori. Penelitian terdahulu berisi informasi tentang penelitian yang telah dilakukan peneliti-peneliti sebelumnya baik dalam bentuk buku yang sudah diterbitkan maupun masih berupa disertasi, tesis atau skripsi yang belum diterbitkan, baik secara substansial maupun metode-metode, mempunyai keterkaitan dengan permasalahan penelitian guna menghindari duplikasi. Sedangkan kerangka teori berisi tentang teori atau konsep yuridis untuk pengkajian dan analisis masalah. Dalam bab ini disesuaikan dengan permasalahan yang sedang diteliti agar nantinya bisa digunakan sebagai bahan analisa setiap permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. Adapun kajian teori dalam bab ini yaitu toko ritel modern, toko tradisional, waralaba, peraturan daerah kota malang nomor 1 tahun 2014, dan *tinjauan hukum islam*

⁵ Tim penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Fakultas Syariah*, (Malang:UIN Press,2013),h.28.

Bab ketiga adalah metode penelitian. Dalam bab ini akan dibahas tentang tata cara penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian, yang terdiri jenis penelitian yaitu menggunakan jenis penelitian empiris, pendekatan penelitian yang disesuaikan dengan judul yang dipilih, sumber data yang disesuaikan dengan jenis penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data mengenai cara dalam memperoleh data dalam penelitian, dan teknik analisis data untuk menemukan jawaban dalam penelitian yang dilakukan.

Bab keempat merupakan inti pembahasan, yaitu tentang hasil penelitian dan analisis. Dalam bab ini akan disajikan data-data yang telah diperoleh dari sumber data, kemudian dilanjutkan dengan proses analisis data sehingga di dapat jawaban atas permasalahan yang diangkat oleh peneliti berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan.

Bab kelima adalah penutup. Yang di dalamnya berisikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan yang dipaparkan oleh peneliti akan memuat poin-poin yang merupakan inti pokok dari data yang dikumpulkan. Singkatnya kesimpulan, merupakan jawaban inti dari rumusan masalah yang peneliti paparkan, sedangkan saran memuat tentang berbagai hal yang dirasa belum dilakukan dalam penelitian ini, namun kemungkinan dapat dilakukan pada penelitian yang terkait berikutnya. Pada bagian yang terakhir berisi tentang daftar pustaka.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada Bagian ini diuraikan tentang penelitian atau karya ilmiah yang berhubungan dengan penelitian, untuk menghindari duplikasi. Di samping itu, menambah referensi bagi peneliti sebab semua konstruksi yang berhubungan dengan penelitian telah tersedia. Berikut ini adalah karya ilmiah yang berkaitan dengan penelitian, antara lain:

Pertama, Sari Wahyu Aramiko, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011, Skripsi dengan judul “*Dampak Pasar Ritel Modern Terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Kota Tangerang Selatan dan Upaya Penanggulangannya*”

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sari Wahyu Aramiko ini lebih memfokuskan pada penelitian dengan menganalisis dampak supermarket pada pasar dan pedagang ritel tradisional di Kota Tangerang Selatan. Dalam penelitian ini, responden hanya terbatas pada pedagang di pasar-pasar tradisional yang merupakan mayoritas pedagang tradisional di Tangerang Selatan. Terlebih lagi, karena produk yang umumnya diperdagangkan para pedagang ini juga tersedia di supermarket, maka pasar modern menjadi pesaing utama mereka.⁶

Kedua, Dita Ayuning Dyah R, Fakultas Hukum, Universitas Jember, 2013, Skripsi dengan judul *“Aspek Hukum Bisnis Toko Modern Terhadap Keberlangsungan Usaha Kecil dan Pasar Tradisional Ditinjau dari Persaingan Usaha yang Sehat”* Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dita Ayuning Dyah R ini lebih memfokuskan pada penelitian dengan tanggung jawab terhadap pasar Tradisional dan usaha kecil adalah bagaimana bisnis toko modern mematuhi Peraturan Presiden RI nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern mengenai zonasi, pola kemitraan, jam kerja, juga memberikan batasan barang apa saja yang boleh dijual toko modern dengan cara melarang menjual barang yang ada di pasar tradisional, juga daya saing pasar tradisional dan usaha kecil. Agar toko modern dapat mematuhi peraturan presiden tersebut, maka perlu Peraturan Daerah yang jelas agar bisa melindungi usaha kecil dan pasar tradisional tanpa mengesampingkan

⁶ Sari Wahyu Aramiko, *Dampak Pasar Ritel Modern Terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Kota Tangerang Selatan dan Upaya Penanggulangannya (Studi Kasus di Kota Tangerang Selatan)*(Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah,2011)

pertumbuhan toko modern sehingga menunjang terbentuknya persaingan usaha yang sehat seperti pengaturan zonasinya, pola kemitraan dengan pelaku usaha lokal, waktu operasi.⁷

Ketiga, skripsi yang ditulis oleh Rif'atul Machmudah Program Studi Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul “Pendirian Minimarket di Dekat Toko Tradisional Perspektif Perda Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010 dan Maqashid Syariah (Studi di kelurahan Merjosari)” Tahun 2012. Penelitian ini menggunakan metode penelitian empiris. Metode pengumpulan data dilakukan dengan mengkaji Perda Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010 tentang Penyelenggaraan usaha perindustrian dan Perdagangan, wawancara secara langsung terhadap subyek penelitian, dan studi kepustakaan dengan mengambil data-data dari literatur yang berhubungan dengan obyek penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa data yang sudah diperoleh dari BP2T dapat diketahui bahwa pendirian minimarket di Kelurahan Merjosari Kota Malang sudah memenuhi persyaratan yang ada karena semua minimarket tersebut sudah terdaftar di Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BP2T) Kota Malang. Sebelum melaksanakan kegiatan usaha, terlebih dahulu harus memperoleh izin usaha sesuai dengan peraturan yang berlaku. Perizinan usaha/ perusahaan adalah suatu bentuk persetujuan atau pemberian izin dari pihak yang berwenang atas penyelenggaraan kegiatan usaha yang dilakukan oleh perseorangan maupun

⁷ Dita Ayuning Dyah R, *Aspek Hukum Bisnis Toko Modern Terhadap Keberlangsungan Usaha Kecil dan Pasar Tradisional Ditinjau dari Persaingan Usaha yang Sehat* (Jember: Universitas Negeri Jember, 2013)

badan hukum. Izin tersebut biasanya diberikan oleh instansi pemerintah yang terkait dengan kegiatan usaha yang diselenggarakan oleh pihak yang meminta izin. Untuk melakukan pendirian minimarket harus memiliki Izin Mendirikan Bangunan (IMB), izin HO (Izin Gangguan) dan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP). Atau prosedur pendaftarannya pemohon mengajukan permohonan atau bisa datang ke loket dan mengisi formulir yang disediakan oleh BP2T. Jika semua persyaratan administratif tersebut sudah sesuai dengan prosedur, maka BP2T menerbitkan perizininan tersebut.⁸

Kesimpulan yang dapat ditarik dari beberapa penelitian di atas bahwa ada beberapa persamaan dan perbedaan antara penelitian-penelitian terdahulu dengan penelitian ini. Persamaan dalam penelitian ini terletak pada tema pasar modern yang diangkat dalam setiap penelitian. Sedangkan perbedaan yang sekaligus menunjukkan keaslian penelitian ini adalah Perlindungan Hukum Terhadap Toko Tradisional di Kota Malang di Tengah Maraknya Toko Ritel Modern Berbasis Perjanjian Waralaba yang menjadi fokus utama penelitian ini ditinjau dari Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 1 Tahun 2014 dan hukum islam.

⁸ Rif'atul Machmudah, *Pendirian Minimarket di Dekat Toko Tradisional Perspektif Perda Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010 dan Maqashid Syariah (Studi di kelurahan Merjosari)* (Malang: UIN Maliki Malang, 2012)

Tabel 2.1: Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Jenis Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Sari Wahyu Aramiko, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, tahun 2011.	<i>“Dampak Pasar Ritel Modern Terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Kota Tangerang Selatan dan Upaya Penanggulangan nya”</i>	Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan jenis penelitian empiris dan pendekatan kualitatif. Data yang didapatkan terdiri dari data primer yaitu data yang diperoleh dari lapangan dengan metode wawancara kepada narasumber yang berkompeten dalam instansi terkait dan data sekunder berupa data arsip dan laporan yang	Persamaan mengenai pasar modern dengan pasar tradisional serta dampaknya. Perbedaanya meneliti pasar daerah Tangerang serta penanggulungannya dan Perda..

			diperoleh dari instansi terkait.	
2	Dita Ayuning Dyah R, Fakultas Hukum, Universitas Jember, tahun 2013.	<i>''Aspek Hukum Bisnis Toko Modern Terhadap Keberlangsungan Usaha Kecil dan Pasar Tradisional Ditinjau dari Persaingan Usaha yang Sehat''</i>	Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan jenis penelitian normatif dengan pendekatan kuantitatif.	Persamaannya meneliti Toko Modern Terhadap Keberlangsungan Usaha Kecil dan Pasar Tradisional Perbedaannya penelitian dengan tanggung jawab terhadap pasar Tradisional dan usaha kecil
3	Rif'atul Machmudah, Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang, tahun 2015.	<i>''Pendirian Minimarket di Dekat Toko Tradisional Perspektif Perda Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010 dan Maqashid''</i>	Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan jenis penelitian lapangan (<i>field research</i>) dan pendekatan penelitian kualitatif. Data yang	Persamaannya meneliti Perda Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010 tentang Penyelenggaraan usaha perindustrian dan Perdagangan Perbedaannya meneliti tentang

		<p><i>Syariah (Studi di kelurahan Merjosari)'' .</i></p>	<p>didapatkan terdiri dari data primer dan sekunder dengan metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dengan instansi yang terkait, dan dokumentasi.</p>	<p>pendirian minimarket di kelurahan merjosari di tinjau dengan maqashid syariah.</p>
--	--	--	--	---

B. Kajian Pustaka

1. Konsep Perlindungan Hukum

Perkembangan ilmu hukum tidak terlepas dari teori sebagai landasannya, dan tugas teori hukum itu sendiri adalah menjelaskan nilai-nilai hukum sampai dasar-dasar filsafatnya yang paling dalam.⁹ Maka dalam pembahasan penelitian inipun tidak terlepas dari beberapa teori hukum, khususnya teori perlindungan hukum yang dibahas dalam bahasa dan sistem pemikiran para ahli hukum. Sehingga jelas bahwa setiap akademisi/ilmuwan memiliki tanggung jawab sosial.

⁹ Lili Rasjidi, *Filsafat Hukum: Apakah Hukum Itu?*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993), h.38.

Negara Indonesia sebagai negara hukum berdasarkan Pancasila harus memberikan perlindungan hukum terhadap warga negaranya yang sesuai dengan Pancasila. Oleh karena itu konsep perlindungan hukum berdasarkan Pancasila berarti pengakuan dan perlindungan hukum akan harkat dan martabat atas dasar nilai ketuhanan yang Maha Esa, kemanusiaan, persatuan, permusyawaratan dan keadilan sosial. Nilai-nilai tersebut melahirkan pengakuan dan perlindungan hak asasi manusia dalam negara kesatuan yang menjunjung tinggi semangat persatuan untuk mencapai kesejahteraan. Dalam hal ini perlindungan hukum di negara yang berasaskan Pancasila, maka asas yang terpenting adalah asas kerukunan.¹⁰

Hukum pada hakikatnya merupakan suatu (ketentuan) yang abstrak, akan tetapi dalam manifestasinya bisa terwujud sebagai suatu yang kongkrit. Artinya, suatu ketentuan hukum baru bisa dinilai baik jika akibat yang dihasilkan dari penerapannya adalah bertambahnya kebahagiaan berkurangnya penderitaan.¹¹ Sebab teori yang sangat umum kita ketahui adalah bahwa tujuan hukum itu untuk mewujudkan keadilan, menghadirkan kemanfaatan dan memberikan kepastian hukum yang jelas bagi masyarakat.

1) Pengertian dan Teori Perlindungan Hukum

Masyarakat merupakan sekumpulan manusia yang mendiami suatu wilayah tertentu dan terikat oleh satu sistem hukum yang sama. Artinya, masyarakat merupakan komunitas yang didasarkan oleh kesamaan geografis, kultur, dan system nilai tertentu yang mengikat setiap

¹⁰ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*. (Surabaya: Bina Ilmu, 1987).h.84.

¹¹ Lili Rasjidi, *Hukum Sebagai Suatu Sistem*, (Bandung: Remaja, 1993),h.79.

anggotanya.¹² Setiap masyarakat dalam kehidupan sosial memiliki hak yang merupakan akumulasi dari hak perseorangan baik sebagai individu maupun sebagai anggota dalam masyarakat. Berbeda dengan Hak Asasi Manusia (HAM), hak dasar yang secara kodrati melekat pada diri manusia yang bersifat universal, karena itu harus dilindungi, dihormati, dipertahankan dan tidak boleh diabaikan oleh siapapun.

Hukum adalah karya manusia yang berupa norma-norma yang berisikan petunjuk dan tingkah laku. Hukum merupakan pencerminan dari kehendak manusia tentang bagaimana seharusnya masyarakat itu dibina dan kemana harus diarahkan. Hukum itu mengandung ide-ide yang dipilih oleh masyarakat tempat dimana hukum itu diciptakan. Ide-ide ini adalah mengenai keadilan.

Perlindungan hukum menurut Satjipto Raharjo yaitu dimana hukum melindungi kepentingan seseorang dengan cara menempatkan suatu kekuasaan yang dilakukan secara terukur (tertentu dan dalamnya) untuk bertindak dalam rangka kepentingan tersebut.¹³

Kata “perlindungan” memiliki arti tempat berlindung atau suatu perbuatan melindungi. Sedangkan kata “hukum” memiliki arti sebuah sistem yang terpenting (peraturan perundang-undangan) dalam pelaksanaan atas rangkaian kekuasaan kelembagaan.¹⁴ Jadi perlindungan hukum adalah suatu perbuatan melindungi subyek-subyek hukum dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku pelaksanaannya dapat dipaksa dengan

¹² Sudikno Mortokusumo, *Mengenal Hukum: Suatu Pengantar* (Yogyakarta: Liberty, 2008), h.2 dan 3.

¹³ Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1991), h.53.

¹⁴ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, h.521 dan 729.

suatu sanksi. Teori perlindungan hukum merupakan teori yang dikaji dan menganalisis tentang wujud atau bentuk dan tujuan perlindungan, subjek hukum yang dilindungi serta objek perlindungan, subjek hukum yang dilindungi serta objek perlindungan yang diberikan oleh hukum kepada subjeknya. Teori ini dikembangkan oleh Roscoe Pound, Sudikno Mertokusumo dan Antonio Fortin.¹⁵

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perlindungan diartikan: (1) tempat berlindung, (2) perbuatan atau hal dan sebagainya memperlindungi. Dari kedua definisi tersebut secara kebahasaan terdapat makna kemiripan unsur-unsur dari makna perlindungan, yaitu:

- a. Unsur tindakan melindungi
- b. Unsur adanya pihak-pihak yang melindungi
- c. Unsur cara melindungi

Berdasarkan unsur-unsur di atas, kata perlindungan hukum mengandung makna sebagai suatu tindakan perlindungan atau tindakan melindungi dari pihak-pihak tertentu yang ditujukan untuk pihak tertentu dengan menggunakan cara-cara tertentu. Dalam kehidupan berbangsa dan bernegara perlindungan terhadap warga negara dapat dilakukan melalui berbagai bentuk diantaranya perlindungan ekonomi, sosial, politik dan perlindungan hukum.

Menurut Sudikno Mertokusumo, hukum berfungsi sebagai instrument pengatur dan instrument perlindungan kepentingan manusia.

Agar kepentingan manusia dapat terlindungi, maka hukum harus

¹⁵ Salim, *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis dan Disertasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), h.3.

dilaksanakan dengan seadil-adinya. Pelaksanaan hukum dapat berlangsung secara norma dan damai. Akan tetapi dapat terjadi juga yang namanya pelanggaran hukum.¹⁶ Pelanggaran hukum ini terjadi ketika misalnya subjek hukum tertentu tidak menjalankan kewajiban yang seharusnya dijalankan atau karena melanggar hak-hak subjek hukum lain. Maka dalam hal ini, subjek hukum yang dilanggar hak-haknya harus mendapatkan perlindungan hukum.

Bentuk perlindungan hukum terhadap warga Negara tersebut yang terpenting adalah perlindungan yang diberikan oleh hukum, sebab hukum dapat mengakomodir berbagai kepentingan, selain itu hukum memiliki daya paksa sehingga bersifat permanen karena sifatnya yang konstitusional yang diakui dan ditaati keberlakukannya dalam kehidupan bermasyarakat.

Perlindungan hukum dapat diartikan perlindungan oleh hukum atau perlindungan dengan menggunakan prenatal dan sarana hukum. Ada beberapa cara perlindungan secara hukum, antara lain sebagai berikut:

- a. Membuat peraturan yang bertujuan untuk:
 - a) Memberikan hak dan kewajiban
 - b) Menjamin hak-hak para subjek hukum
- b. Menegakkan peraturan melalui:
 - a) Hukum administrasi Negara yang berfungsi untuk mencegah (*prefentif*) terjadinya pelanggaran hak-hak warga Negara, dengan perijinan dan pengawasan

¹⁶ Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum*, h.40-41.

- b) Hukum pidana yang berfungsi untuk menanggulangi (*Repressive*) setiap pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan, dengan cara mengenakan sanksi pidana dan hukuman
- c) Hukum perdata yang berfungsi untuk memulihkan hak (*curative, recovery*), dengan membayar kompensasi atau ganti kerugian.¹⁷

2) Dasar Perlindungan Hukum

Pemerintah menyadari bahwa diberlakukannya Undang-undang serta peraturan-peraturan disegala sektor yang berkaitan dengan berpindahnya barang dan jasa dari pengusaha konsumen. Terbitnya Undang-undang No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, maka diharapkan upaya perlindungan konsumen di Indonesia yang selama ini dianggap kurang diperhatikan, bisa menjadi lebih diperhatikan. Tujuan yang direncanakan adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, dan secara tidak langsung mendorong pelaku usaha dalam menyelenggarakan kegiatan usahanya dengan penuh rasa tanggung jawab.

Peraturan perlindungan konsumen dilakukan dengan:

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mendukung akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum.
- b. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha.
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa.

¹⁷ Wahyu Sasongko, *Ketentuan-ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen* (Bandar Lampung: Penerbit Universitas Lampung, 2007)h.31.

- d. Memberikan perlindungan konsumen dari praktek usaha yang menipu dan menyesatkan.

Karena posisi konsumen yang lemah, maka ia harus dilindungi oleh hukum. Salah satu tujuan hukum adalah memberikan perlindungan kepada masyarakat.¹⁸

3) Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum

Prinsip perlindungan hukum bagi rakyat terhadap tindak pemerintah bertumpuh dan bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia. Sebab menurut sejarahnya di Barat, lahirnya konsep-konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia diarahkan kepada pembatasan-pembatasan dan peletakan kewajiban pada masyarakat dan pemerintah.¹⁹ Dengan demikian, perumusan prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi rakyat Indonesia yang berdasarkan pada Pancasila sebagai dasar ideologi dan dasar falsafah, harus diawali dengan uraian tentang konsep dan deklarasi tentang hak-hak asasi manusia.

Didalam Negara hukum, terdapat sendi-sendi pokok yang selalu melekat dan bersifat universal, yaitu.²⁰

- a. Prinsip tertib Hukum

Hukum harus dapat mewujudkan suatu tertib hukum, artinya keberadaan hukum adalah untuk mewujudkan suatu keadaan yang tertib sesuai dengan ketentuan yang ada.

¹⁸ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran* (Bandung: Nus Media, 2008), h.18.

¹⁹ Philipus M. Hadjono, *Perlindungan Hukum*, h.38.

²⁰ Sudjono Saukarto, Marmo, *Pengantar Hukum Di Negara Pancasila* (Jakarta: Garuda Metropolis Press, 1997) h.18.

b. Prinsip Perlindungan dan Pengayoman Hukum

Hukum disini harus mampu mengayomi dan melindungi segenap bangsa Indonesia, yakni setiap warga Negara Indonesia yang berasal dari berbagai latar belakang dan status sosial yang berbeda. Pengayoman dan perlindungan hukum dapat diwujudkan bila hukum mampu memberikan rasa aman dan nyaman kepada masyarakat.

c. Prinsip Persamaan Hak dan Kewajiban di depan Hukum

Setiap warga Negara secara keberadaan sebagai manusia yang memiliki persamaan dalam memperoleh rasa keadilan, baik secara hak dan kewajibannya.

d. Prinsip kesadaran Hukum

Kesadaran hukum disini meliputi kesadaran untuk mematuhi ketentuan-ketentuan hukum dan kesadaran untuk turut serta memikul tanggung jawab bersama dalam menegakkan hukum.

Tujuan perlindungan hukum adalah memberikan rasa aman bagi pihak yang lemah, yakni bebas dari bahaya, bebas dari gangguan, tentram, tidak merasa takut atau khawatir terhadap suatu hal. Dan

berhak memberikan perlindungan adalah:

- a) Pihak keluarga
- b) Advokat
- c) Lembaga sosial
- d) Kepolisian
- e) Kejaksaan

- f) Pegadilan, dan
- g) Pihak lainnya.²¹

2. Toko Tradisional

Toko adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.²²

Toko tempat jalinan hubungan antara pembeli dan penjual serta produsen yang turut serta dalam pertukaran itu. Toko itu sendiri dilihat dari segi pengertian ekonomi ialah suatu tempat menetap yang penduduknya terutama hidup dari perdagangan daripada hidup dari pertanian. Pengertian yang lebih luas dikemukakan oleh Geertz bahwa “toko sebagai suatu pranata ekonomi dan sekaligus cara hidup, suatu gaya umum dari kegiatan ekonomi yang mencapai aspek”.²³

Berdasarkan uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan toko, adanya suatu jalinan hubungan penjual dan pembeli dalam melaksanakan transaksi tukar-menukar, baik pada suatu tempat, maupun pada suatu keadaan yang lain.

Dalam ilmu ekonomi, toko itu lazim dibagi menjadi dua golongan (1) toko yang nyata, yakni tempat para penjual dan pembeli berkumpul untuk berjual-beli akan barang-barangnya, (2) toko niskala, yang abstrak.

²¹ Salim, *Teori Hukum*, h.260.

²² *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 tahun 2007 tentang penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.*

²³ Dorodjatun Kuntjoro Jakti, *Perdagangan, Pengusaha Cina, Perilaku Pasar.* (Jakarta: PT Pusaka Grafika Kita, 1998). h.15.

Barang di perdagangkan tidak sampai di toko. Jual beli berlaku langsung atau hanya menurut contoh barang.

Kedua pengertian diatas tercangkup dalam satu definisi yakni “besarnya permintaan dan penawaran akan suatu jenis barang atau jasa”. Segala kegiatan pengolahan dan penajaran secara kecil-kecilan merupakan klimaks dari kegiatan toko. Kegiatan jual-beli tersebut merupakan kegiatan ekonomi toko. Ekonomi toko mengandung pengertian suatu perekonomian dimana barang yang diperdagangkan terpecah-pecah menjadi transaksi dari orang ke orang yang masing-masing tidak ada hubungan sebelumnya dengan jumlah yang sangat besar.

Ekonomi toko memiliki ciri khas, menurut Soemardi antara lain:

- a) Harga toko tidak pasti, orang dapat tawar menawar.
- b) Barang beralih dari pedagang yang satu ke pedagang yang lain berkali-kali sebelum akhirnya jatuh ke tangan konsumen.
- c) Adanya hubungan utang-piutang yang kompleks antara pedagang tersebut.
- d) Barang dagangan sedikit.

Barang yang diperdagangkan itu pada umumnya barang yang tahan lama disimpan dan sangat dibutuhkan masyarakat. Akan halnya barang yang diolah dan dibuat dalam toko seperti: menjahit pakaian, memasak makanan atau minuman, pembuatan kue dan sebagai pekerjaan reparasi diintegrasikan dalam sistem umum tersebut. Hal yang sama menjual jasa seperti tukang cukur, tukang jahit, pandai besi, dan angkutan dalam toko. Semua itu menunjukkan karakteristik suatu toko. Toko tidak hanya dilihat

semata-mata sebagai aparat distribusi yang sama sekali tidak menambah nilai riil pada barang yang melewatinya. Toko juga berperan sebagai aparat produksi. Kedua unsur tersebut berjalan sepenuhnya, produksi, distribusi, dan penjualan dipadukan menjadi satu pranata ekonomi yang komprehensif.

Dalam toko terdapat tiga unsur yang tidak dapat dipisahkan, yakni: penjual, pembeli dan barang. Pertemuan penjual dengan pembeli menimbulkan transaksi jual beli. Namun bukan berarti bahwa setiap orang yang masuk toko akan membeli barang, tetapi ada yang datang hanya sekedar main saja, atau ingin berjumpa dengan seseorang guna mendapatkan informasi tentang sesuatu. Cara demikian sekaligus merupakan pertemuan sosial. Dengan demikian toko berfungsi sebagai pusat ekonomi, tempat rekreasi, pertemuan sosial, dan pertukaran informasi.

Toko sebagai pusat ekonomi, pasar biasanya menjadi pusat penjualan hasil pertanian, dan pusat perbelanjaan orang yang tinggal dalam radius 5 mil dari toko, atau lebih dari itu sesuai dengan letak dari desa yang ada. Toko merupakan suatu sarana yang dapat menyerap dan menyediakan semua hasil serta kebutuhan masyarakat. Jika diperhatikan seksama, kehadiran pedagang, dan petani produsen si toko hanya ingin mendapatkan tambahan pendapatan, dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Bagi pedagang, kelebihan harga dari harga beli tiap unit barang yang di dapatkan merupakan rezeki yang diperoleh melalui perdagangan.

Toko sebagai tempat rekreasi, rekreasi bukan saja berlaku bagi orang yang tinggal di kota melainkan kebutuhan setiap individu dimana saja berada. Untuk mengetahui tujuan toko itu hanya ingin rekreasi dapat dilihat dari sikap, tingkah laku serta perbuatannya. Tujuan yang demikian itu erat hubungannya dengan adanya toko harian, dan toko mingguan yang diadakan sekali dalam seminggu.

Di pedesaan jarang ditemui tempat rekreasi yang banyak dikunjungi orang melainkan yang menjadi sasaran tempat rekreasi hanyalah toko. Oleh karena itu seyogyanyalah ada orang desa yang datang di toko hanya untuk melihat keramaian toko. Kehadiran mereka datang di toko untuk rekreasi di dorong oleh beberapa factor, antara lain disebabkan di kampung selalu dipacu dalam pekerjaan, tiada waktu yang kosong bersantai ria, kecuali saat tertentu, seperti pada acara pesta perkawinan, dan perayaan lainnya.²⁴

Toko sebagai tempat pertemuan sosial dan tukar informasi. Toko pada dasarnya merupakan tempat pertemuan sosial. Diantara pengunjung dapat bertukar informasi. Pengunjung toko cukup bervariasi, dari sebagai lapisan masyarakat. Pertemuan pengunjung itu mengandung dampak positif, bahwa di balik kedatangan mereka dengan tujuan yang berbeda beda dapat berjumpa dengan seseorang yang berasal dari kampung yang berbeda, baik yang masih ada hubungan kekeluargaan maupun yang tidak sama sekali. Kelompok pedagang saling tukar informasi tentang naik turunnya harga, masalah kredit dari bank, penjualan hasil pertanian, kebijaksanaan pemerintah tentang perdagangan. Oleh karena itu, tidaklah

²⁴ Dorodjatun Kuntjoro Jakti, *Perdagangan Pengusaha Cina*.h.27.

mengherankan jika toko dipandang sebagai tempat pertemuan sosial serta media yang baik untuk menyampaikan informasi. Kenyataan ini dapat dilihat selain tersebut diatas, juga adanya spanduk, baik tentang kegiatan sesuatu maupun reklame film, dan lain sebagainya.

3. Pengertian Toko Modern

Toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, *department store*, hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.

Toko modern adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan sehari-hari secara langsung kepada konsumen dengan pelayanan sendiri.

Dalam dunia perdagangan saat ini, toko barang kebutuhan sehari-hari dengan ruangan yang tidak terlalu luas (minimarket) bukan lagi merupakan istilah asing bagi masyarakat umum, terutama yang tinggal di kota-kota besar. Toko modern merupakan perantara pemasar antara produsen dan konsumen akhir dimana aktivitasnya adalah melaksanakan penjualan eceran. Menurut Hendri Ma'ruf, pengertian minimarket adalah toko yang mengisi kebutuhan masyarakat akan warung yang berformat modern yang dekat dengan pemukiman penduduk sehingga dapat mengungguli toko atau warung.²⁵

Minimarket adalah semacam toko kelontong atau yang menjual segala macam barang dan makanan, namun tidak selengkap dan sebesar

²⁵ Hendri Ma'ruf, *Pemasaran Ritel* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005).h.84

supermarket. Berbeda dengan toko kelontong, minimarket merupakan sistem swalayan, dimana pembeli mengambil sendiri barang yang akan dibutuhkan dari rak-rak dagangan dan membayar di kasir.²⁶

Sebagai minimarket yang menyediakan barang kebutuhan sehari-hari suasana dan keseluruhan minimarket sangat memerlukan suatu penanganan yang profesional dan khusus agar dapat menciptakan daya tarik pada minimarket. Tata letak minimarket dapat mempengaruhi sirkulasi kembali untuk berbelanja.

Kadang-kadang suasana yang nyaman, bersih dan segar lebih diutamakan dari pada hanya sekedar harga rendah yang belum tentu dapat menjamin kelangsungan hidup dari minimarket tersebut. Salah satu usaha yang dilakukan oleh pengusaha minimarket ini untuk menarik konsumen agar melakukan pembelian yaitu melalui promosi.

Sejatinya toko modern atau minimarket adalah pengembangan dari toko tradisional. Sebelum menjadi minimarket, bisa jadi usaha tersebut adalah toko tradisional yang oleh pemiliknya diubah menjadi minimarket, atau minimarket itu pada awalnya dibuka memang dalam bentuk seperti itu. Minimarket sebenarnya hadir karena ingin memberikan kepuasan pelanggan dengan cara membiarkan para pelanggan memilih produk yang dikehendaki, membayar ke kasir, berbelanja dengan nyaman, dan tidak perlu menawar produk yang yang ingin dibelinya. Selain itu, minimarket juga menghadirkan varian produk yang bervariasi.

²⁶ *Perbedaan Minimarket*, <http://ridhass.blogspot.com/2011/03/perbedaan-minimarket.html>. diakses tanggal 20 Maret 2016.

Pada kenyataannya minimarket dianggap sebagai supermarket yang lebih kecil, sebab selain dikelola secara modern (memiliki mesin kasir, membuat pembukuan dengan computer, memiliki alat *barcode*, menggunakan rak, keranjang dan berbagai peralatan modern lainnya), minimarket juga telah memiliki bagian-bagian seperti bagian pembelian, administrasi gudang, administrasi keuangan, dan pramuniaga yang telah dilatih seperti yang dimiliki supermarket. Hanya bagian-bagian tersebut terbatas dan disesuaikan dengan kebutuhan, tidak seperti di supermarket.²⁷

4. Pengertian Ritel dan macam-macamnya

Ritel adalah merupakan semua jenis usaha bisnis yang secara langsung mengarahkan kemampuan pemasarannya untuk memuaskan konsumen akhir berdasarkan organisasi penjualan barang dan jasa sebagai inti dari distribusi tersebut.

Bisnis ritel adalah penjualan barang secara eceran pada berbagai tipe gerai seperti kios, pasar, departemen store, butik dan lain-lain (termasuk juga penjualan dengan sistem *delivery service*), yang umumnya untuk dipergunakan langsung oleh pembeli yang bersangkutan. Bisnis ritel di Indonesia dapat dibedakan menjadi 2 kelompok besar, yakni Ritel Tradisional dan Ritel Modern.²⁸ Ritel modern pada dasarnya merupakan pengembangan dari ritel tradisional. Format ritel ini muncul dan berkembang seiring perkembangan perekonomian, teknologi, dan gaya

²⁷ Frans M. Royan, *Kiat Sukses Mengelola Supermarket, Toko Tradisional, Minimarket* (Semarang: Effar Offset, 2006), h.300.

²⁸ <http://www.aprindo.org>, diakses tanggal 15 mei 2016.

hidup masyarakat yang membuat masyarakat menuntut kenyamanan yang lebih dalam berbelanja.

Toko tradisional adalah toko yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/ dikelola oleh pedagang kecil, menengah swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.²⁹

Toko modern adalah tempat penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga (termasuk kebutuhan sehari-hari), dimana penjualan dilakukan secara eceran dan dengan cara swalayan (konsumen mengambil sendiri barang dari rak dagangan dan membayar kekasir). Itulah sebabnya pasar dengan format seperti ini disebut juga Toko Swalayan. Setelah diperkenalkan pertama kali di Indonesia pada era 1970-an saat ini terdapat 3 toko modern yaitu Minimarket, Supermarket, dan Hypermarket. Perbedaan utama dari kegiatannya terletak pada luas lahan usaha dan range jenis barang yang diperdagangkan.

Toko modern sebenarnya adalah usaha dengan tingkat keuntungan yang tidak terlalu tinggi, berkisar 7-15% dari omset. Namun bisnis ini memiliki tingkat likuiditas yang tinggi, karena penjualan ke konsumen dilakukan secara tunai, sementara pembayaran ke pemasok pada umumnya

²⁹ Sumber: Peraturan Presiden no. 112 th 2007, tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, Wishnu Basuki (ABNR) Transi.wbasuki@abrnlaw.com

dapat dilakukan secara bertahap. Seperti ritel modern lainnya pasar modern pada umumnya memiliki porsi tawar-menawar yang relative kuat terhadap pemasok-pemasoknya. Ini karena peritel modern, umumnya adalah perusahaan dengan skala yang cukup besar dan saluran distribusi yang luas, sehingga pembelian barang ke pemasok dapat dilakukan dalam jumlah yang besar. Posisi tawar yang kuat, member banyak keuntungan bagi para peritel modern. Selain bisa mendapatkan kemudahan dalam hal jangka waktu pelunasan barang, diskon harga juga akan semakin mudah diperoleh dengan posisi tawar yang kuat tersebut.

Keuntungan-keuntungan dari posisi tawar inilah yang membuat toko modern mampu menerapkan harga murah dan bersaing dengan toko tradisional, namun tetap mampu mempertahankan kenyamanan gerai-gerainya. Untuk peritel di seluruh dunia, perpindahan tentang siapa yang mengatur, dari pemerintah ke toko, mempunyai implikasi. Toko memberikan kontrol kepada konsumen. Konsumen, dan hanya konsumen yang mendefinisikan nilai. Konsumen bukan pemerintah, bukan produk, bukan *real estate* yang harus dipandang sebagai pusat dan fokus dari aktivitas ritel. Kebangkitan pasar mengindikasikan bahwa ritel yang sukses di abad mendatang harus merupakan ritel yang berorientasi pada konsumen.

Kompetisi bukanlah pembunuh absolut peritel di suatu toko yang sedang tumbuh, karena pasar terus memberi ruang baru. *Brand* ritel global seperti Ahold Tops, Walmart, atau Yaohan tidak bisa hidup di Indonesia, bukan karena kompetisi, melainkan karena keinginan konsumen yang

seutuhnya tidak dapat dipenuhi peritel. Tantangan terbesarnya adalah keinginan yang terus berubah. Peritel modern dan Tradisional pasti akan mati jika tidak memberi tempat penting bagi konsumen pada pusat fokus bisnis mereka. Konsumenlah yang memberi darah hidup dan memberi arahan bisnis. Karenanya *roadmap* bisnis harus sejalan dengan tren konsumen dan pasar jika ingin mencapai sukses yang berkelanjutan. Konsumen merupakan pembunuh mutlak bagi format ritel, *brand ritel*, dan *brand* produk yang tidak menangkap aspirasinya. Ketika konsumen bergerak, maka peritel harus bergerak agar bisa mengimbangi keinginan konsumen, tapi itu saja tidak cukup. Mereka yang bergerak satu langkah di depan konsumenlah yang akan keluar sebagai pemenang.³⁰

Dalam bisnis ritel, ada beberapa keunikan yang telah dibangun sepanjang sejarahnya, yaitu:

- a) Kekuatan pembeli (*purchase Power*) dan skala ekonomi.

Membeli dengan lebih baik, lebih pintar, dan lebih murah. Keterampilan dan kemampuan inilah yang membuat pemain besar semakin dominan dan unggul dalam persaingan harga. Para pembeli atau *category Managers* dituntut untuk dapat mengembangkan bisnis melalui pencarian sumber-sumber produk (*sourcing*) yang kreatif, harga yang lebih murah dan melihat tren bisnis ke depan untuk menangkap kebutuhan konsumen yang terus berubah.

- b) Efisiensi dalam *Supply Chain* (Rantai *Supply*)

³⁰ Kanjaya-Meshvara, Susilo-Yongky, *Retail Rules melihat keunggulan dan potensi bisnis ritel makanan di masa depan*, (Jakarta: Esensi Erlangga Group, 2010), h.129-130.

Keandalan dalam logistik telah menjadi kunci kesuksesan rantai ritel dengan banyak gerai seperti minimarket. Hal ini didukung oleh teknologi informasi yang canggih untuk memproses data penjualan barang secara akurat, rute pengantaran yang efisien, terukur, dan tepat waktu, dan pemesanan barang yang *sophisticated*. Sentra distribusi (*distribution center*) merupakan jantung bagi bisnis ritel dengan banyak gerai. Organ vital ini memompa darah atau produk ke seluruh pelosok gerai yang harus tepat dalam hal tekanan dan waktunya.

Peran sentra distribusi telah diambil alih oleh peritel minimarket di Indonesia dari manufaktur atau distributor. Hal ini menjadi factor keunggulan karena seratus persen kinerja distribusi dikontrol oleh peritel sendiri. Kinerja distributor di Indonesia masih dinilai tidak memadai dan dapat mengganggu kinerja peritel, terutama dalam KPI level layanan (*Service Level Key Performance Index*).

c) Harga dan Promosi

Menciptakan citra harga murah, promosi yang menarik, dan mencapai *positioning* di pikiran konsumen dalam persepsi “toko termurah” menjadi factor penting dalam kesuksesan bisnis ritel di zaman ekonomi yang serba tidak stabil. Promosi harga murah setiap saat E D L P (*Every Day Low Price*) ataupun Hi Lo (promosi berjangka), digunakan sebagai strategis untuk mempengaruhi pola belanja konsumen. Hypermart di Indonesia saat ini menggunakan strategis Hi Lo, yang mengandalkan promosi besar sesaat untuk menciptakan margin yang *balance*. Sedangkan

modern *wholesaler* seperti makro menggunakan E D L P karena lebih menjamin kestabilan harga bagi pelanggannya, yaitu pedagang.³¹

d) Perbedaan Format

Format ritel dibentuk untuk menyelaraskan segmen pasar yang dituju sehingga penawaran menjadi tajam dan konsumen menjadi lebih mudah mendapatkan pilihan mereka.

Format lama di industri ritel makanan Indonesia diantaranya adalah toko kelontong, warung, toserba, *department store*, toko, *speciality*, minimarket, *convenience store*, supermarket, *hypermarket*. Format ritel masih akan terus berevolusi atau bermunculan sesuai dengan perubahan ekonomi, konsumen, dan peraturan.

Di akhir 1990-an, ketika kompetisi ritel mulai meningkat, peritel mulai berpikir ulang karena uang yang diterima tidak seimbang dengan loyalitas konsumen yang semakin menurun.³² Peritel kemudian diberi peringatan agar lebih berhati-hati dalam menerima tawaran menggiurkan dari manufaktur. Dengan kata lain, tidak sembarangan menyewakan gondola, terutama gondola. Sebab, selama peritel menyewakan gondola, gondola itu secara tidak langsung milik manufaktur penyewa. Manufaktur dapat memajang produk apapun miliknya, termasuk produk yang tidak laku atau yang tidak di cari konsumen. Akibatnya toko peritel dipenuhi produk yang tidak relevan dengan konsumen.

³¹ Kanjaya-Meshvara, Susilo-Yongky, *Retail Rules melihat keunggulan*, h. 134.

³² Kanjaya-Meshvara, Susilo-Yongky, *Retail Rules melihat keunggulan*, h. 140.

Sebaliknya, produk yang laku atau dicari konsumen selalu kekurangan tempat dan sering *out of stock*. Penjualan peritel menjadi terganggu. Dalam banyak kasus, penjualan untuk banyak kategori produk tersebut menurun, tetapi peritel masih bingung untuk memutuskan apakah penyewaan gondola harus dihentikan, karena pendapatan dari sewa gondola jumlahnya lumayan. Peritel besar di dunia mulai mengubah kebijakan dalam sewa menyewa gondola. Gondola regular harus dalam kontrol peritel. Tempat itu mutlak untuk konsumen. Kebijakan ini mengembalikan pola bisnis ke pola semula, yaitu “berjualan ke konsumen, bukan ke manufaktur”.

Trend ini juga diikuti peritel Indonesia yang masih disewakan adalah gondola *end, special display*, atau area lain. Dengan area yang semakin sempit dan pertarungan mendapatkan ruang di supermarket yang semakin sulit, maka harga sewanya juga semakin melambung.³³

Listing fee pun mulai diterapkan di Indonesia sejak awal tahun 1990, meniru manajemen ritel modern di Negara barat. Karena jumlah produk yang ingin masuk ke supermarket semakin banyak, maka diperlukan langkah untuk melakukan penyaringan. Adapun peran *Listing fee* dalam dunia ritel adalah:

- a) Membuat pemasok berkomitmen dalam memasok barang.
- b) Mengganti ongkos administrasi dalam identifikasi produk untuk *reorder* dan sebagainya.

³³ Kanjaya-Meshvara, Susilo-Yongky, *Retail Rules melihat keunggulan*, h. 141.

- c) Memastikan produk didistribusikan secara terkontrol dan disebar di *cluster* toko yang di kehendaki dalam rantai distribusi.
- d) Mencegah terjadinya persengkongkolan antara pembeli dan pemasok *Listing fee* satu peritel secara umum berlainan satu sama lain, demikian juga antara satu kategori produk dengan kategori lainnya.

Hal ini ditentukan factor:

- 1) Jumlah toko dalam rantai tersebut atau jumlah toko yang menjual produk tersebut.
- 2) Seberapa kuat merek peritel tersebut memberikan dampak pada merek produk atau seberapa unik produk tersebut untuk peritel.
- 3) Seberapa besar dukungan promosi dari pemasok untuk peritel.
- 4) Reputasi dari pemasok untuk produk baru
- 5) Jumlah rata-rata pengunjung toko peritel tersebut
- 6) Produktivitas per meter persegi dari toko peritel
- 7) Biaya pemasaran peritel dalam mengembangkan merek peritel

Industri ritel telah bergeser dari perdagangan barang (*trading*) ke arah pemasaran konsumen (*marketing*). Dahulu peritel dapat menikmati bisnis ritel secara fantastis hanya dengan kemampuan mendapatkan produk secara rutin dengan meletakkan produk di rak toko, tempat konsumen akan berlomba untuk menemukannya.

Kini dengan berlimpahnya produk di pasar, kemampuan mendapatkan stok dan meletakkan produk di lokasi strategis di dalam toko tidak cukup untuk meraih pangsa pasar di industri ritel. Berbelanja kini

bukan hanya rutinitas untuk mendapatkan produk kebutuhan sehari-hari. Belanja kini juga menuntut pemenuhan kepuasan emosi konsumen.

Masih sedikit peritel di Indonesia yang memberikan perhatian terhadap aspek pemasaran, sehingga hal ini menjadi tantangan yang sangat menarik (*competitive advantage*) bagi pelakunya.

5. Waralaba

Franchise atau Waralaba adalah perikatan antara pembeli dan waralaba dengan penerima waralaba dimana penerima waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba.³⁴

Dalam pengertian yang demikian dapat kita tarik suatu kesimpulan bahwa seorang penerima waralaba juga menjalankan usahanya sendiri tetapi dengan mempergunakan merek dagang atau merek jasa serta dengan memanfaatkan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba. Kewajiban untuk mempergunakan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh Pemberi Waralaba oleh Penerima Waralaba membawa akibat lebih lanjut bahwa suatu usaha waralaba adalah usaha yang mandiri, yang tidak mungkin digabungkan dengan kegiatan usaha lainnya (milik Penerima Waralaba). Ini berarti

³⁴ Tim Redaksi Forum Sahabat, *Pedoman Praktis Mengurus Izin Industri & Perdagangan*, Jakarta: Forum Sahabat, 2010. h.113.

pemberian waralaba menuntut eksklusivitas, dan bahkan dalam banyak hal mewajibkan terjadinya *noncompetition clause* bagi penerima waralaba, bahkan setelah perjanjian pemberian waralabanya berakhir.

Pengertian *franchise dealer* tersebut menunjukkan pada kita semua bahwa eksklusivitas yang diberikan oleh penerima waralaba juga ternyata (adakalanya) diimbangi oleh pemberian eksklusivitas oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba atas suatu wilayah kegiatan tertentu.

Jadi dalam hal ini jelas bahwa waralaba melibatkan suatu kewajiban untuk menggunakan suatu sistem dan metode yang ditetapkan oleh pemberi waralaba termasuk di dalamnya hak untuk mempergunakan merek dagang. Pengertian waralaba (yang umum) ini dibedakan dari waralaba nama dagang yang memang mengkhususkan diri pada perizinan penggunaan nama dagang dalam rangka pemberian izin untuk melakukan penjualan produk Pemberi Waralaba dalam suatu batas wilayah tertentu, dalam suatu pasar yang bersifat non-kompetitif. Makna yang terakhir ini menyatakan bahwa pemberian waralaba nama dagang sering kali terikat dengan kewajiban untuk memenuhi persyaratan penentuan harga yang telah ditetapkan dan digariskan oleh Pemberi Waralaba. Eksklusivitas dan penentuan harga yang relatif seragam ini perlu mendapat perhatian khusus pada Negara-negara yang sudah memberikan pengaturan mengenai *anti-trust*.

Dari pengertian, definisi maupun rumusan yang telah diberikan di atas, dapat kita katakan bahwa pada dasarnya waralaba merupakan salah satu bentuk pemberian lisensi, hanya saja agak berbeda dengan pengertian

lisensi pada umumnya, waralaba menekankan pada kewajiban untuk mempergunakan sistem, metode, tata cara, prosedur, metode pemasaran dan penjualan maupun hal-hal lain yang telah ditentukan oleh pemberi Waralaba secara eksklusif, serta tidak boleh dilanggar maupun diabaikan oleh penerima lisensi. Hal ini mengakibatkan bahwa waralaba cenderung bersifat eksklusif seorang atau suatu hak yang menerima waralaba tidaklah dimungkinkan untuk melakukan kegiatan lain yang sejenis atau yang berbeda dalam suatu lingkungan yang mungkin menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha waralaba yang diperoleh olehnya dari pemberi waralaba noncompetition merupakan suatu isu yang sangat penting dalam waralaba.

Demikianlah dalam Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 “*Waralaba adalah perikatan di mana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan atau jasa*” tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba (Pasal 1 angka 1).

6. Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 1 Tahun 2014

Sesuai dengan peraturan Daerah (PERDA) Kota Malang Nomor 1 Tahun 2014 pasal 1 tentang Pengelolaan Pusat Perbelanjaan, Toko Modern dan Pemberdayaan Pasar Tradisional ada beberapa hal yang harus diketahui seperti:

1. Daerah adalah Kota Malang.
2. Pemerintah Daerah adalah Pemerintah Kota Malang
3. Walikota adalah Walikota Malang

4. Pengelolaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern adalah penataan yang meliputi perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian pusat perbelanjaan dan toko modern.
5. Pemberdayaan pasar tradisional adalah segala upaya pemerintah daerah dalam melindungi keberadaan pasar tradisional agar mampu berkembang lebih baik untuk dapat bersaing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern.
6. Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.
7. Pusat perbelanjaan adalah suatu area tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertical maupun horizontal, yang dijual atau disewakan kepada pelaku usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan perdagangan barang.
8. Toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran berbentuk *minimarket*, *supermarket*, *department store*, *hypermarket*, ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.
9. Pengelolaan Pasar adalah pihak yang bertanggung jawab terhadap kebijakan dan kegiatan operasional pasar.
10. Dinas Pasar adalah Perangkat Daerah yang melaksanakan tugas pokok penyusunan dan pelaksanaan kebijakan urusan pemerintah daerah di bidang pengelolaan pasar.
11. Pengelolaan jaringan Toko Modern adalah pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha di bidang Minimarket melalui satu kesatuan manajemen dan sistem pendistribusian barang ke outlet yang merupakan jaringannya.
12. Pemasok adalah pelaku usaha yang secara teratur memasok barang kepada Toko Modern dengan tujuan untuk dijual kembali melalui kerjasama usaha.
13. Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan selanjutnya disebut UMKM adalah kegiatan ekonomi yang berskala mikro, kecil dan menengah sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
14. Kemitraan adalah kerjasama usaha antara UMKM dengan usaha menengah dan usaha besar disertai dengan pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah dan usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.
15. Izin Usaha Pengelolaan Pasar Tradisional selanjutnya disingkat IUPPT adalah izin untuk dapat melaksanakan usaha pengelolaan Pasar Tradisional.
16. Izin Usaha Pusat Perbelanjaan yang selanjutnya disingkat IUPP adalah izin untuk dapat melaksanakan usaha pengelolaan Pusat Perbelanjaan.

17. Izin Usaha Toko Modern yang selanjutnya disingkat IUTM adalah izin untuk dapat melaksanakan usaha pengelolaan Toko Modern.
18. Badan Usaha adalah suatu perusahaan baik berbentuk badan hukum yang meliputi perseroan terbatas, koperasi dan atau badan usaha milik Negara/daerah atau yang bukan berbadan hukum seperti persekutuan perdata, firma, atau CV.
19. Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus-menerus dan yang didirikan, bekerja serta berkedudukan, dalam wilayah Republik Indonesia, untuk tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba.
20. Penyediaan Sarana/Tempat Usaha adalah suatu kegiatan penyediaan ruang sebagai tempat sarana/tempat usaha perdagangan dengan modal sepenuhnya dari swasta yang lokasinya diatur dan ditetapkan oleh Pemerintahdaerah.³⁵



³⁵ Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 1 tahun 2014 tentang Pengelolaan Pusat Perbelanjaan, Toko Modern dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan dengan cara mencari, mencatat, merumuskan, dan menganalisis sampai menyusun laporan.³⁶ Adapun metode penelitian yang akan dilakukan meliputi lokasi penelitian, jenis penelitian, pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode pengolahan data.

³⁶ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003),h.1.

A. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Dinas Perindustrian Dan Perdagangan yang beralamat Jl.Mayjend Sungkono, Buring, Kedungkandang, Kota Malang dan Kecamatan Blimbing yang beralamat Jl. Raya Sulfat, Purwantoro, Blimbing, Kota Malang. Alasan penulis memilih lokasi ini sebagai lokasi penelitian dikarenakan penulis mengamati banyaknya toko ritel modern yang membuat keberadaan toko tradisional atau kelontong terancam punah dan kebanyakan gulung tikar karena sepi pembeli dikarenakan masyarakat lebih memilih ke minimarket daripada ke toko kelontong.

B. Jenis Penelitian

Sebagai dasar utama dalam pelaksanaan penelitian yang berpengaruh pada keseluruhan pelaksanaan penelitian, maka tahapan yang dilakukan adalah menentukan jenis penelitian yang digunakan. Karena penelitian ini ada di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kecamatan Blimbing yang akan di buat contoh, antara undang-undang yang sudah di buat dengan kenyataan di lapangan, maka dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Adapun yang dimaksud dengan penelitian ini yaitu penelitian yang objeknya mengenai gejala-gejala, peristiwa, dan fenomena yang terjadi di lingkungan sekitar, baik masyarakat,

lembaga atau Negara yang bersifat non pustaka. Penelitian *field research* ini disebut juga dengan penelitian empiris yaitu penelitian yang melihat fenomena hukum masyarakat atau fakta sosial yang terdapat di masyarakat.³⁷

C. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis pendekatan penelitian kualitatif, yaitu suatu pendekatan yang dilakukan untuk memahami makna maupun proses dari obyek penelitian, karena itu untuk memperoleh data yang akurat peneliti akan langsung terjun ke lapangan dan memposisikan diri sebagai instrumen penelitian yang menjadi salah satu ciri dari penelitian kualitatif. Pendekatan ini dipilih sesuai dengan jenis penelitian, rumusan masalah, dan tujuan penelitian, serta menjelaskan urgensi penggunaan jenis penelitian dalam menguji dan menganalisis data penelitian³⁸. Penelitian ini tergolong sebagai penelitian kualitatif karena data yang digunakan bersifat kualitatif, yaitu perkataan atau keterangan yang merupakan pemikiran atau pemahaman mereka terhadap objek atau topik tertentu dalam hal ini adalah perlindungan hukum terhadap toko tradisional.

³⁷ Bahder Johan Nasution, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, (Bandung: Mandar Maju, 2008), h. 124.

³⁸ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan*, h. 28.

D. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian empiris berasal dari 2 sumber data, yaitu:

1. Data primer atau data dasar adalah data yang diperoleh langsung dari masyarakat melalui wawancara dengan informan.³⁹Dalam hal ini mengambil penelitian secara langsung melalui wawancara kepada ketua kantor Disperindag Kota Malang terkait dengan Perda Kota Malang Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Pusat Perbelanjaan, Toko Modern dan Pemberdayaan Pasar Tradisional dengan narasumber yaitu: Bapak Mudjimun yang merupakan Ketua di Kantor Disperindag Kota Malang dan juga kepada Bapak Minto Rahardjo selaku ketua BP2T kemudian, data primer selanjutnya yakni, undang-undang dan peraturan pemerintah yang terkait dengan Perda Kota Malang Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Pusat Perbelanjaan, Toko Modern dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.
2. Data Sekunder adalah data tambahan yang bersumber dari sumber tertulis, diantaranya buku, karya ilmiah, arsip, dokumen-dokumen resmi dan lain-lainnya. Data sekunder yang peneliti gunakan dalam penelitian ini meliputi Perda Kota Malang Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Pusat Perbelanjaan, Toko Modern dan Pemberdayaan Pasar Tradisional, Al-Qur'an, buku, jurnal, skripsi,

³⁹Soekanto, Soerjono & Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h. 12

tesis, serta kamus bahasa Indonesia. Semua data tersebut diharapkan mampu memberikan deskripsi tentang Perlindungan Hukum Terhadap Toko Tradisional di Kota Malang di Tengah Maraknya Toko Ritel Modern Berbasis Perjanjian Waralaba.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Wawancara adalah situasi peran antara pribadi bertatap muka, ketika seseorang yakni pewawancara mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk memperoleh jawaban yang relevan dengan masalah penelitian kepada responden.⁴⁰ Dalam wawancara tersebut semua keterangan yang diperoleh mengenai apa yang diinginkan dicatat atau direkam dengan baik.⁴¹ Wawancara dilakukan bertujuan untuk memperoleh keterangan secara lisan guna mencapai tujuan yaitu mendapatkan informasi yang akurat dari orang yang berkompeten.⁴²

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *interview guide* (panduan wawancara).⁴³

⁴⁰ Amiruddin, *Pengantar*, h.82.

⁴¹ Bahder Johan Nasution, *Metode Penelitian*, h.167-168.

⁴² Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004) h.95.

⁴³ Soerjono Soekamto, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: UI Press, 2008), h.25.

Teknik ini digunakan untuk memperoleh data dari informan-informan yang punya relevansi dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Dalam teknik wawancara ini, peneliti menggunakan jenis wawancara terstruktur, yaitu peneliti secara langsung mengajukan pertanyaan pada informan terkait berdasarkan panduan pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya, untuk bisa mengarahkan informan apabila ia ternyata menyimpang. Panduan pertanyaan berfungsi sebagai pengendali agar proses wawancara tidak kehilangan arah.⁴⁴ Daftar pertanyaan secara sistematis untuk melakukan wawancara kepada Kepala Seksi Bina Usaha dan Perdagangan yaitu bapak Mudjimun, pegawai BP2T yaitu bapak Minto Rahardjo mbak Santi sebagai pegawai toko ritel modern dan bu Prihatin sebagai pedagang kelontong, dengan cara tanya jawab secara langsung. Sedangkan instrumen wawancara peneliti menggunakan alat tulis untuk mencatat keterangan atau data yang diperoleh ketika wawancara serta hape atau *tape recorder* untuk merekam wawancara yang dilakukan.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang berwujud sumber data tertulis atau gambar. Sumber tertulis atau gambar dapat berbentuk dokumen resmi, buku arsip, dokumen pribadi, dan foto yang terkait dengan permasalahan penelitian.⁴⁵ Dalam penelitian ini mengumpulkan dokumen tertulis dan gambar yang terkait dengan

⁴⁴ Abu Achmadi dan Cholid Narbuko, *Metode Penelitian* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), h.85.

⁴⁵ Sudarto, *Metodologi Penelitian Filsafat*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002) h.71.

Perlindungan Hukum Terhadap Toko Tradisional di Kota Malang di Tengah Maraknya Toko Ritel Modern Berbasis Perjanjian Waralaba. Adapun fungsi atau kegunaan dari dokumentasi dalam penelitian ini ialah untuk menunjang dan melengkapi data primer peneliti yang dapat dijadikan sebagai referensi dalam penelitian dan juga sebagai arsip dan bukti bahwa penelitian tersebut asli kebenarannya. Data yang diperoleh dari dokumentasi ini merupakan data sekunder sebagai pelengkap data primer diantaranya adalah data penelitian yang ada kaitannya dengan perlindungan hukum terhadap toko tradisional, laporan kegiatan dan foto-foto kegiatan di lokasi.

F. Metode Pengolahan Data

Setelah berbagai data terkumpul, maka untuk menganalisisnya digunakan teknik analisa deskriptif, artinya peneliti berupaya menggambarkan kembali data yang terkumpul mengenai Perlindungan Hukum Terhadap Toko Tradisional di Kota Malang.

Dalam menganalisis data, peneliti berusaha untuk memecahkan masalah dengan menganalisis data-data yang berhasil dikumpulkan, selanjutnya dikaji dan dianalisis sehingga memperoleh data yang valid. Kemudian peneliti akan melakukan analisis data guna memperkaya informasi melalui analisis komparasi, sepanjang tidak menghilangkan data aslinya. Pengolahan data biasanya dilakukan melalui tahap-tahap yaitu pemeriksaan data (*editing*), klasifikasi (*classifying*), verifikasi (*verifying*), analisis (*analysing*), dan

pembuatan kesimpulan (*concluding*).⁴⁶ Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Pengeditan

Adalah tahap yang dimaksudkan untuk meneliti kembali data-data yang diperoleh terutama segi kelengkapannya, kejelasan makna, kesesuaian serta relevansinya dengan kelompok data yang lain dengan tujuan apakah data-data tersebut sudah mencukupi untuk memecahkan permasalahan yang diteliti dan untuk mengurangi kesalahan dan kekurangan data dalam penelitian serta untuk meningkatkan fasilitas data. Menurut Lexy j. Moloeng *Editing* merupakan proses penelitian kembali terhadap catatan, berkas-berkas, informasi yang dikumpulkan oleh pencari data.⁴⁷ Dalam hal ini penulis menganalisis kembali, merangkum, memilih hal-hal pokok dan memfokuskan hal-hal penting yang berkaitan dengan tema peneliti, terhadap data yang diperoleh dari hasil wawancara, sehingga data yang tidak masuk dalam penelitian, penulis tidak memaparkannya dalam paparan data.

2. Klasifikasi

Proses selanjutnya adalah klasifikasi (pengelompokan), dimana data hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti diklasifikasikan berdasarkan kategori tertentu. Sehingga data yang diperoleh benar-benar memuat tentang permasalahan yang ada.

⁴⁶ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan*, h.29.

⁴⁷ Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Remaja Rosdakarya,2010),h.103

Tujuan dari klasifikasi ini adalah untuk memberi kemudahan dari banyaknya bahan yang didapat dari lapangan sehingga isi penelitian ini nantinya mudah dipahami oleh pembaca.

3. Verifikasi

Verifikasi merupakan pengecekan kembali kebenaran data yang telah diperoleh agar nantinya diketahui keakuratannya. Jadi tahap verifikasi ini merupakan tahap pembuktian kebenaran data untuk menjamin validitas data yang terkumpul. Verifikasi ini dilakukan dengan cara mendengarkan dan mencocokkan kembali hasil wawancara yang telah dilakukan sebelumnya dalam bentuk rekaman dengan tulisan dari hasil wawancara peneliti ketika wawancara, kemudian menemui sumber data subyek dan memberikan hasil wawancara dengannya untuk ditanggapi apakah data tersebut sesuai dengan yang informasikan olehnya atau tidak. Disamping itu, untuk sebagian data penulis memverifikasikannya dengan cara *triangulasi*, yaitu mencocokkan (*cross-check*) antara hasil wawancara dengan subyek yang satu dengan pendapat subyek lainnya, sehingga dapat disimpulkan secara proposional.

4. Analisis

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja.

Jadi analisis data bertujuan untuk mengorganisasikan data-data yang telah diperoleh. Setelah data dari lapangan terkumpul dengan metode pengumpulan data yang telah dijelaskan diatas, maka penulis akan mengelola dan menganalisis data tersebut dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, dan memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan menemukan apa yang diceritakan kepada orang lain.⁴⁸ Analisis data kualitatif adalah suatu teknik yang menggambarkan dan menginterpretasikan data-data yang telah terkumpul, sehingga diperoleh gambaran secara umum dan menyeluruh tentang keadaan sebenarnya.

Tujuan deskripsi dalam hal ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini Analisis data meliputi analisis terhadap data yang diperoleh dari hasil wawancara Pemerintahan Kota Malang terhadap perlindungan hukum toko tradisional di tengah maraknya toko ritel berbasis perjanjian waralaba. Langkah ini dilakukan penulis pada bab IV, yaitu dengan menganalisa hasil dari wawancara informas dengan kajian teori pada bab II.

⁴⁸ Lexy J. Moloeng, *Metode Penelitian*, h.248

5. Kesimpulan

Langkah terakhir dari pengolahan data ini adalah pengambilan kesimpulan dari data-data yang telah diolah untuk mendapatkan suatu jawaban. Pada tahap ini peneliti sudah menemukan jawaban-jawaban dari hasil penelitian yang telah dilakukan yang nantinya digunakan untuk membuat kesimpulan yang kemudian menghasilkan gambaran secara ringkas, jelas dan mudah dipahami. Pada tahap ini penulis membuat kesimpulan data-data yang telah diperoleh dari kegiatan penelitian yang sudah dianalisis kemudian menuliskan kesimpulannya pada bab V.





BAB IV

PAPARAN DATA DAN ANALISA DATA

Berdasarkan penjelasan diatas pada bagian ini akan dibahas lebih lanjut bagaimana Peran Disperindag Kota Malang dalam memberikan perlindungan hukum terhadap toko tradisional di Kota Malang di tengah maraknya toko ritel modern berbasis perjanjian waralaba perspektif Perda nomor 1 tahun 2014

A. Gambaran Umum Tentang Dinas Perindustrian dan Perdagangan.

1. Profil Disperindag Kota Malang

Untuk mengetahui kondisi dan lokasi penelitian dalam mewujudkan adanya kesesuaian antara realita sosial dengan data yang ada, maka perlu adanya kesesuaian antara realita sosial dengan data yang ada, maka perlu adanya deskripsi mengenai profil lokasi penelitian berdasarkan data profil di Dinas perindustrian dan perdagangan dengan perbandingan toko kelontong dan ritel waralaba yang berada di daerah Kecamatan Blimbing Kota Malang.

Kota Malang, adalah sebuah kota di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kota Malang ini berada di dataran tinggi yang cukup sejuk, terletak 90 km sebelah selatan Kota Surabaya, dan wilayahnya dikelilingi oleh Kabupaten Malang. Pembentukan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang berdasarkan Peraturan Daerah Kota Malang nomor 6 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah, dimana pada pasal 2 disebutkan bahwa dengan Peraturan Daerah tersebut dibentuk 16 (enam belas) Dinas termasuk di dalamnya adalah Dinas Perindustrian dan Perdagangan yang memiliki tugas pokok penyusunan dan pelaksanaan kebijakan daerah di bidang perindustrian dan perdagangan. Sebagai pelaksanaan lebih lanjut dari Peraturan Daerah tersebut, maka dipandang perlu untuk penetapan peraturan walikota yang tertuang dalam Peraturan Walikota Malang Nomor 56 Tahun 2008 Tentang Uraian Tugas Pokok, Fungsi dan Tata Kerja Dinas Perindustrian dan Perdagangan.

Adapun kedudukan Dinas Perindustrian dan Perdagangan merupakan pelaksana otonomi daerah di bidang perindustrian dan perdagangan dengan dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah.

Salah satu fungsi utama pemerintah adalah menyelenggarakan pelayanan publik, untuk pemenuhan publik atas pengadaan barang dan jasa (good and services). Seiring dengan tuntutan masyarakat akan tegaknya sistem pemerintahan yang baik dan bersih, pemerintah dituntut tanggung jawabnya untuk dapat memenuhi kebutuhan publik secara baik, teratur dan transparan.

2. Lokasi Penelitian

Gedung perkantoran beralamat di Perkantoran Terpadu, Gedung A lantai 3 Jalan Mayjend. Sungkono Malang, Buring, kedungkandang, Kota Malang, Jawa Timur.

3. Visi dan Misi

Visi dari Disperindag adalah Menjadikan Kota Malang Sebagai Kota Bermartabat. Sedangkan misinya adalah untuk mewujudkan visi tersebut di atas, maka ditetapkan misi pembangunan Kota Malang Tahun 2014-2018 adalah sebagai berikut:

- a) Menciptakan masyarakat yang makmur, berbudaya dan terdidik berdasarkan nilai-nilai spiritual yang agamis, toleran dan setara
- b) Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik yang Adil, Terukur dan Akuntabel

- c) Mengembangkan potensi daerah yang berwawasan lingkungan yang berkesinambungan, adil dan ekonomis
- d) Meningkatkan Kualitas Pendidikan Masyarakat Kota Malang Sehingga Bisa Bersaing di Era Global.
- e) Meningkatkan Kualitas Kesehatan Masyarakat Kota Malang Baik Fisik, maupun Mental untuk Menjadi Masyarakat yang Produktif
- f) Membangun Kota Malang sebagai Kota Tujuan Wisata yang Aman, Nyaman dan Berbudaya
- g) Mendorong Pelaku Ekonomi Sektor Informal agar lebih Produktif dan Kompetitif
- h) Mendorong produktivitas industri dan ekonomi skala besar yang berdaya saing, etis dan berwawasan lingkungan
- i) Mengembangkan sistem transportasi terpadu dan infrastruktur yang nyaman untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat

4. Tugas dan Fungsi

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang merupakan pelaksana otonomi daerah di bidang perindustrian dan perdagangan dan dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya berada di bawah dan bertanggungjawab kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah.

Adapun uraian tugas pokok dari masing-masing unsur dalam organisasi Dinas Perindustrian dan Perdagangan, dapat diuraikan sebagai berikut ;

- a) Kepala Dinas, mempunyai tugas menyelenggarakan tugas pokok dan fungsi mengkoordinasikan dan melakukan pengendalian internal

- terhadap unit kerja di bawahnya serta melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Walikota sesuai tugas dan fungsinya.
- b) Sekretariat, melaksanakan tugas pokok pengelolaan administrasi umum meliputi penyusunan program, ketatalaksanaan, ketatausahaan, keuangan, kepegawaian, urusan rumah tangga, perlengkapan, kehumasan dan kepustakaan serta kearsipan.
 - c) Bidang Perindustrian Agro dan Kimia, melaksanakan tugas pokok pembinaan, pengembangan dan pemantauan bidang perindustrian Agro dan Kimia.
 - d) Bidang Perindustrian Industri Logam, Mesin, Elektronika, Tekstil dan Aneka (ILMETA), dan Industri Alat Transportasi dan Telematika (IATT) mempunyai tugas pokok pembinaan, pengembangan dan pemantauan bidang perindustrian Industri Logam, Mesin, Elektronika, Tekstil dan Aneka (ILMETA), dan Industri Alat Transportasi dan Telematika (IATT)
 - e) Bidang Perdagangan, melaksanakan tugas pokok pembinaan, pengembangan, dan pengawasan usaha perdagangan.
 - f) Bidang Perlindungan Konsumen melaksanakan tugas pokok penyelenggaraan upaya perlindungan konsumen.

5. Struktur Organisasi

Dasar pembentukan struktur organisasi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang adalah sebagai berikut:

- 1) Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 6 Tahun 2012 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah (Lembaran Daerah Kota Malang Tahun 2012 Nomor 6, Tambahan Lembaran Daerah Kota Malang Nomor 4.

2) Peraturan Walikota Malang Nomor 51 Tahun 2012 Tentang Uraian Tugas Pokok, Fungsi dan Tata Kerja Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang

Adapun susunan organisasi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang, terdiri dari:

- a. Kepala Dinas
- b. Sekretariat yang terdiri dari:
 - 1) Subbagian Keuangan
 - 2) Sub bagian Umum
 - 3) Sub bagian Penyusunan Program
 - 4) Bidang Perindustrian Agro dan Kimia , terdiri dari:
- c. Bidang Perindustrian Agro dan Kimia , terdiri dari:
 - 1) Seksi Pembinaan dan Pengembangan Industri Makanan Minuman dan Tembakau
 - 2) Seksi Pembinaan dan Pengembangan Industri Pertanian dan Kehutanan
 - 3) Seksi Pembinaan dan Pengembangan Industri Kimia
- d. Bidang Perindustrian ILMETA dan IATT, terdiri dari :
 - 1) Seksi Pembinaan dan Pengembangan Industri logam dan Mesin
 - 2) Seksi Pembinaan dan Pengembangan Industri Tekstil dan Aneka
 - 3) Seksi Pembinaan dan Pengembangan Industri Elektronika dan IATT (Industri Alat Transportasi dan Telematika).

- e. Bidang Perdagangan, terdiri dari :
 - 1) Seksi Bina Usaha dan Pendaftaran Perusahaan
 - 2) Seksi Distributor dan ekspor – Impor
 - 3) Seksi promosi
- f. Bidang Perlindungan Konsumen, terdiri dari:
 - 1) Seksi Pemberdayaan Konsumen
 - 2) Seksi pengawasan barang Beredar dan Jasa;
 - 3) Seksi kemetrolagian
- g. Unit Pelaksana Teknis (UPT)
- h. Kelompok Jabatan Fungsional.

Dalam hal pelaksanaan tugas dan fungsinya, untuk kesekretariatan dipimpin oleh Sekretaris sedangkan untuk Bidang dipimpin oleh Kepala Bidang dimana masing-masing berada di bawah dan bertanggungjawab kepada Kepala Dinas.

B. Paparan Data

Dari hasil penelitian yang diperoleh oleh penulis tentang Peran Disperindag Kota Malang dalam memberikan perlindungan hukum terhadap toko tradisional di Kota Malang di tengah maraknya toko ritel modern berbasis perjanjian waralaba perspektif Perda nomor 1 tahun 2014. Penulis mengumpulkan sejumlah bukti atau data tentang banyaknya toko ritel modern yang berada di kecamatan Blimbing berikut paparan data yang kami peroleh;

Menurut data yang diperoleh dari Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BP2T), seluruh minimarket yang ada di Kecamatan Blimbing itu ada 48:

Tabel 4.1: Data Minimarket di Kecamatan Blimbing

No	Nama Pemohon	Alamat Lokasi	Lokasi	Jenis Usaha
1.	Anggoro Kasih Dali Sutrisno	Jl. Ciliwung No. 21	Blimbing	MINIMARKET "INDOMARET"
2.	Yuswati, SE	Jl. Terusan Sulfat No. 22 A-B	Blimbing	MINIMARKET "ALFAMART "
3.	Dwesthi Suhascaryo	Jl. Letjen Sutoyo No. 114	Blimbing	MINIMARKET "ALFAMART"
4.	Eko Suwarno	Ruko Puri Niaga Blok A2-A3	Blimbing	MINIMARKET "INDOMARET"
5.	Ichsan Muslim Nathin	Jl. Hamid Rusdi No.2	Blimbing	MINIMARKET "INDOMARET"
6.	Nurchahyo Rahutomo	Jl. Puntodewo No.10 Kav. 1-2	Blimbing	MINIMARKET "ALFAMART"
7.	Wiwiek Ernawati, SE,MM	Jl. Puntodewo gg.VIII No.1	Blimbing	MINIMARKET "INDOMARET"
8.	Sudarso, SH	Jl. Raya Sulfat Rt.02	Blimbing	MINIMARKET

		Rw.11		“INDOMARET”
9.	Sudarso, SH	Jl. Hamid Rusdi No.02	Blimbing	MINIMARKET “INDOMARET”
10.	Nurchahyo Rahutomo	Pondok Blimbing Indah Utara Blok D-4 NO.20A-20B	Blimbing	MINIMARKET “ALFAMART ”
11.	Rini Dianawati	Jl. Gatot Subroto No.69	Blimbing	MINIMARKET “ALFAMIDI ”
12.	Daryono	Jl. Achmad Yani No.85	Blimbing	MINIMARKET “ALFAMIDI ”
13.	Nurchahyo Rahutomo	Jl.A.Yani Utara No.25	Blimbing	MINIMARKET “ALFAMART ”
14.	Nurchahyo Rahutomo	Jl. Sunandar Priyo Sudarmo Kav.1-3	Blimbing	MINIMARKET “ALFAMART ”
15.	HJ.Happy Moerdiastuti	Jl. Bantaran No.2 C	Blimbing	MINIMARKET “INDOMARET”
16.	Liangki Iskandar	Jl. Letjen Sutoyo No.68	Blimbing	MINIMARKET “INDOMARET”
17.	Liangki Iskandar	Jl. Raya Sulfat No. 60	Blimbing	MINIMARKET “INDOMARET”

18.	Rika Widayani	Jl.Simp.La.Sucipto, Perum Alam Nirwana Pandanwangi Kav .C,D,E	Blimbing	MINIMARKET “INDOMARET”
19.	Herna Marzuki	Jl. Hamid Rusdi Timur No.351	Blimbing	MINIMARKET “INDOMARET”
20.	Inayatul A’ini	Jl. LA. Sucipto No.181	Blimbing	MINIMARKET “INDOMARET”
21.	Tri Prasetyo	Jl. Teluk Grajakan No. 70	Blimbing	MINIMARKET “ALFAMART ”
22.	Chandra Christanto	Jl A. Yani No. 73	Blimbing	MINIMARKET “INDOMARET”
23.	Eko Suwarno	Ruko Puri Niaga Blok A2-A3	Blimbing	MINIMARKET “INDOMARET”
24.	Liangki Iskandar	Jl.La.Sucipto no.266	Blimbing	MINIMARKET “INDOMARET”
25.	Achmad Basuki	Jl. Raya Sulfat No.98	Blimbing	MINIMARKET “ALFAMIDI ”
26.	Tri Prasetya	Jl. Ahmad Yani No 141	Blimbing	MINIMARKET “ALFAMART ”
27.	Tatok Widiyanto	Jl.LA.Sucipto No.181	Blimbing	MINIMARKET

				“INDOMARET”
28.	Liangki Iskandar	Jl. Piranha Rt.04 Rw.03	Blimbing	MINIMARKET “INDOMARET”
29.	Ghandy Ferdiansyah	Jl. Teluk Grajakan Rt.11 Rw.02	Blimbing	MINIMARKET “INDOMARET”
30.	Tri Prasetyo	Jl. Sulfat Rt.02 Rw.08	Blimbing	MINIMARKET “ALFAMART ”
31.	Ahmad Yohanes	Jl. Jendral A. Yani No.133 A	Blimbing	MINIMARKET “WAROENG RAJAWALI ”
32.	Liangki Iskandar	Jl. Ciliwung No. 34	Blimbing	MINIMARKET “INDOMARET”
33.	HJ.Harijanti	Jl. Raya Sulfat Ruko A 6/74	Blimbing	MINIMARKET “INDOMARET”
34.	Wawan Tri Atmajaya	Jl. Sulfat Kav. 1	Blimbing	MINIMARKET “SEA MART”
35.	Tri Prasetyo	Jl. Panji Suroso No.6	Blimbing	MINIMARKET “ALFAMART ”
36.	Indah Puspitasari, SE	Jl. Raden Intan Blok L-M Rt.03 Rw.04	Blimbing	MINIMARKET “INDOMARET”
37.	Liangki Iskandar	Jl. Warinoi Kav.3&4	Blimbing	MINIMARKET

				“INDOMARET”
38.	Daryono	Jl. Simpang Sulfat Selatan Kav.11,11A,12,12A,13	Blimbing	MINIMARKET “ALFAMIDI”
39.	Tri Prasetyo	Pondok Blimbing Indah Utara Blok D-4 No.20A-20B	Blimbing	MINIMARKET “ALFAMART ”
40.	Liangki Iskandar	Jl. Tumenggung Suryo No.49	Blimbing	MINIMARKET “INDOMARET”
41.	Tri Prasetyo	Jl. Simpang La.Sucipto Perum Green Park Kompleks Perniagaan Kav 1&2	Blimbing	MINIMARKET “ALFAMART ”
42.	Sugino	Jl. La. Sucipto No.97	Blimbing	MINIMARKET “INDOMARET”
43.	Anggoro Kasih Dali Sutresno	Jl. Ciliwung No.21	Blimbing	MINIMARKET “INDOMARET”
44.	Wiwiek Ernawati, SE, MM	Jl. Puntodewo GG.VIII No.1	Blimbing	MINIMARKET “INDOMARET”
45.	Kalyana	Jl. Panji Suroso No.10 B	Blimbing	SPBU, MINIMARKET DAN SERVICE STATION

46.	IR.Ali Sofjan	Jl. Hamid Rusdi No. 02	Blimbing	MINIMARKET “INDOMARET”
47.	Robin M. Ngantung	Jl. Hamid Rusdi Timur No. 351	Blimbing	MINIMARKET “INDOMARET”
48.	Robin M. Ngantung	Jl. Raya Sulfat RT. 02 RW. 11	Blimbing	MINIMARKET “INDOMARET”

Sumber:BP2T

Menurut data di atas dapat diketahui bahwa pelaku bisnis yang mendirikan toko ritel di daerah Kecamatan Blimbing Kota Malang sudah memenuhi persyaratan yang ada karena semua minimarket tersebut sudah terdaftar di Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BP2T) Kota Malang. Dari data diatas juga dapat disimpulkan bahwa toko ritel modern di sana lebih banyak dibandingkan dengan toko tradisional. Sebagaimana hasil wawancara dengan bapak Mudjimun selaku Ka.Seksi Bina Usaha dan Perdagangan yang mengungkapkan bahwa:

”Toko ritel modern jumlahnya di seluruh kota malang ini mencapai 257mbak namun, jumlah 131 ilegal dan 126 tidak berizin sedangkan data pada saat itu di saya 139 kemudian mbak saya mencocokkan data dengan BP2T ternyata jumlah yang ditemukan seluruhnya 257 dan dalam setahun maksimal ada 70 pelaku usaha di kota malang ini dan induk Indomaret berada di daerah Gor Ken Arok kalau Alfamart induknya berada di daerah Mondoroko .”⁴⁹

Adapun peraturan mengenai perizinan toko ritel modern akan tetapi masih blom ada sangsi bagi yang melakukannya sebagaimana apa

⁴⁹Mudjimun, *Wawancara* (Kamis,26 Mei 2016).

yang dinyatakan oleh Bapak Mudjimun sebagai hasil wawancaranya sebagai berikut:

”Kalau saat ini mbak masih belum ada sangsi bagi toko modern yang tidak berizin selama ini. Kalau minuman beralkohol itu kurungan 3 bulan denda 500 jt tapi sebelumnya ada peringatan sampai ke tiga tapi kalau masih melanggar terpaksa di segel”⁵⁰

Adapun peraturan yang mengatur tentang jarak antara toko ritel modern dengan toko modern lainnya akan tetapi peraturan itu tidak dipakai/dihiraukan malah toko ritel ini berdekatan malah sampai berdempetan sebagaimana hasil wawancara yang di kemukakan oleh bapak Minto Rahardjo selaku kepala BP2T mengungkapkan bahwa:

“Disperindag sudah mengatur mbak jarak antara toko modern dengan tradisional berjarak sekitar 500 meter antar minimarket namun kenyataannya yang di lapangan mbak tidak sesuai dengan peraturan yang sudah kita buat malah toko mereka berdekatan atau berdempetan seperti contohnya alfamart dengan indomaret kita turun langsung ke lapangan melihat dan memberikan pembinaan kepada toko ritel. Kalaupun pusat tidak pernah memperlmasalahakan tentang jarak bagaimana otonomi daerah seperti ini membuat aturan. Dan sekarang yang dipermasalahkan adalah kedekatan antara toko ritel satu dengan yang lainnya. Namun kedekatan antara toko tradisional dengan toko modern tidak ada masalah. Dan adapun luas lantai penjualan toko modern itu mbak sudah kita atur sebagai berikut:⁵¹”

- a. Minimarket, kurang dari 400 m² (empat ratus meter persegi);
- b. Supermarket, lebih dari 400 m² (empat ratus meter persegi);
- c. Departement store, lebih dari 400 m² (empat ratus meter persegi);
- d. Hypermarket, lebih dari 5.000 m² (lima ribu meter persegi); dan
- e. Perkulakan, lebih dari 5.000 m² (lima ribu meter persegi).⁵²

⁵⁰Mudjimun, *Wawancara* (Kamis,26 Mei 2016).

⁵¹Minto Rahardjo, *Wawancara* (Rabu,06 Juni 2016).

⁵²Pasal 6 ayat (1) Perda No.1 Tahun 2014.

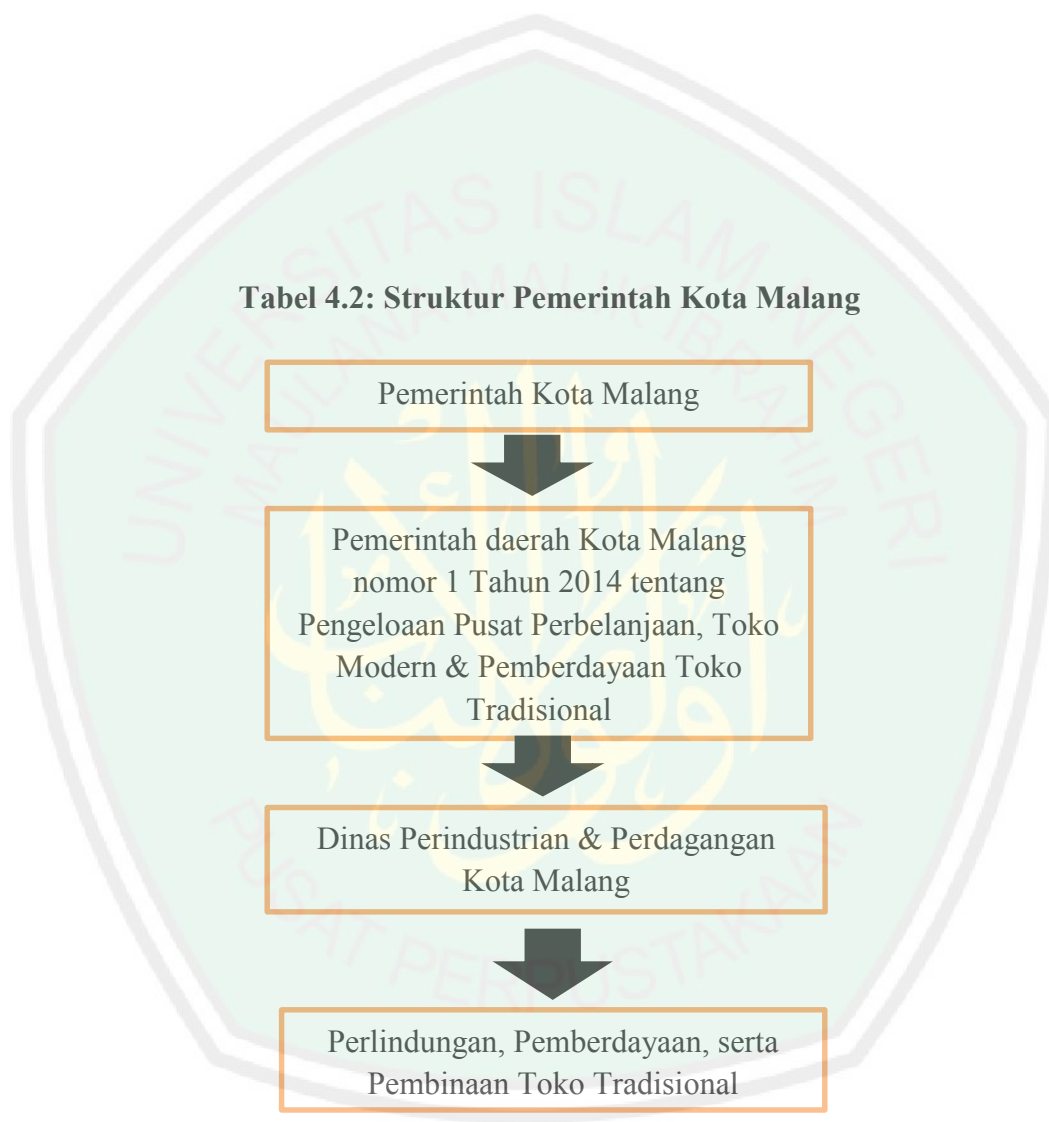
Ada sisi negatif, ada pula sisi positifnya dari keberadaan usaha waralaba Indomaret/Alfamart sebagai toko modern ini. Hal tersebut seperti penuturan pedagang/pemilik toko tradisional yang bernama Bu Prihatin.

Menurut beliau, dengan hasil wawancara sebagai berikut:

“Jadi mbak saya setuju saja walaupun adanya usaha waralaba Indomaret/Alfamart tersebut, tokonya semakin dipacu untuk berbuat yang lebih baik lagi dalam pemenuhan kebutuhan konsumennya. Selain itu pula menurutnya, usaha waralaba Indomaret/Alfamart tersebut dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi pemuda-pemudi yang menganggur, karena anak Bu Prihatin ini bekerja di salah satu toko ritel modern ini di Kota Malang Khususnya Kecamatan Blimbing ini. Hal ini memperlihatkan bahwa adanya usaha waralaba Indomaret/Alfamart tidak hanya mampu menggeser keberadaan para pedagang toko tradisional tetapi juga mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi anak-anak muda.”⁵³

Peran Pemerintah dalam perlindungan Toko Tradisional di Kota Malang sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa segala upaya pemerintah daerah dalam melindungi toko tradisional dari persaingan yang tidak sehat sehingga tetap eksis dan mampu berkembang menjadi lebih baik layaknya suatu usaha. Sehingga dalam melakukan perlindungan kepada toko tradisional, usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi serta pelaku-pelaku usaha yang ada di dalamnya, Pemerintah daerah memberikan perlindungan di amati dari aspek; kepastian hukum dan jaminan keberlangsungan usaha dalam toko tradisional. Lokasi usaha yang strategis dan menguntungkan toko tradisional. Adapun struktur pemerintah yang kami peroleh sebagai berikut;

⁵³ Bu PrihatinPedagang toko tradisionalwawancara (Senin, 13 Juni 2016).

Tabel 4.2: Struktur Pemerintah Kota Malang**Tabel 4.3: perbandingan antara toko modern dengan toko tradisional yang dilihat dari berbagai aspek sebagai berikut;**

No	Aspek	Toko Tradisional	Toko Modern
1	Histori	Evolusi panjang	Fenomena baru

2	Fisik	Kurang baik, sebagian baik	Baik dan mewah
3	Pemilikan/kelembagaan	Milik masyarakat/desa, pemda, sedikit swasta	Umumnya perorangan/swasta
4	Modal	Modal lemah/subsidi/swadaya masyarakat/inpres	Modal kuat/digerakkan oleh swasta
5	Konsumen	Golongan menengah kebawah	Umumnya golongan menengah ke atas
6	Metode pembayaran	Ciri dilayani, tawar menawar	Ada ciri swalayan, pasti
7	Status tanah	Tanah Negara, sedikit sekali swasta	Tanah swasta/perorangan
8	Pembiayaan	Kadang-kadang ada subsidi	Tidak ada subsidi
9	Pembangunan	Umumnya pembangunan dilakukan oleh pemda/desa/masyarakat	Pembangunan fisik umumnya oleh swasta
10	Pedagang yang masuk	Beragam, masal, dari sector informal sampai pedagang menengah dan besar	Pedagangnya (tunggal) atau beberapa pedagang formal skala menengah dan besar.
11	Partisipasi	Bersifat masal (pedagang kecil, menengah dan bahkan besar	Terbatas, umumnya pedagang tunggal, dan menengah ke atas

12	Jaringan	Toko regional, toko kota, toko kawasan	System rantai korporasi nasional atau bahkan terkait dengan modal luar negeri (manajemen tersentralisasi)
----	----------	--	---

Indomaret/Alfamart sebagai salah satu perusahaan ritel modern terbesar di Indonesia, yang mempunyai standar sebagai ritel swalayan yang bermutu dalam pengelolaanya, telah berdiri di berbagai daerah hingga pelosok strategis di Indonesia, salah satu contohnya adalah di Kota Malang khususnya Kecamatan Blimbing. Indomaret/Alfamart, saat ini telah menjadi pilihan konsumen sebagai tempat berbelanja kebutuhan sehari-hari. Sebagai perusahaan yang telah dikenal oleh masyarakat, Indomaret/Alfamart juga mengalami fenomena persaingan yang sangat ketat oleh supermarket lain, hal ini membuat Indomaret/Alfamart harus memiliki strategi pemasaran yang bertujuan untuk menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Dina warga sekitar

Kecamatan Blimbing:

“Saya sering belanja di Indomaret/Alfamart mbak karena disana banyak sekali kebutuhan sehari-hari kita dan tempatnya pun gak jauh mbak dari rumah saya fasilitasnya pun memadai banyak harga promosi yang di tawarkan mbak jadi saya bisa hemat dalam berbelanja. Jadi saya benar-benar memanfaatkan harga promosi yang ditawarkan oleh Indomaret/Alfamart tersebut.”⁵⁴

⁵⁴Ibu Dina wawancara, (Selasa, 14 Juni 2016)

Adapun hal-hal yang lebih menonjol pada waralaba Indomaret/Alfamart dibandingkan dengan toko tradisional salah satunya adalah ruang pameran/display produk yang merupakan cara penataan dan pemajangan barang dengan menarik berdasarkan kategori, fungsional, bentuk kemasan barang, ukuran dan warna. Ruang pameran produk dapat dikatakan baik jika dapat menyatakan pesan dari produk kepada pelanggan sehingga menimbulkan niat untuk membeli. Langkah lain yang dijalankan adalah promosi yang merupakan salah satu jenis informasi yang banyak diserap oleh konsumen yang dapat mempengaruhi dan merubah tingkah laku konsumen dalam melakukan pembelian. Beberapa bentuk promosi misalnya potongan harga dan pemberian hadiah. Adapun banyak yang berbelanja di toko modern dari kalangan mahasiswa hal sama yang dikatakan dengan hasil wawancara sebagai berikut:

Saya lebih senang berbelanja di Indomaret mbak. Bahkan teman-teman saya satu kos pun tak ubahnya sama seperti saya. Dekat tempat kos saya mbak terdapat sebuah toko kecil yang menjual barang dagangan secara eceran, barang yang dijual hampir sama dengan barang yang dijual di Indomaret/Alfamart tersebut, tetapi karena kurang lengkap dan jam buka yang dibatasi, dalam artian kadang buka kadang tutup tanpa alasan yang jelas, maka ia menjadi enggan untuk membeli sesuatu disana, jadi ia lebih senang berbelanja di ritel modern, apalagi fasilitas yang ada menambah kenyamanannya dalam berbelanja saya juga tidak mempermasalahkan perbandingan harganya dengan toko tradisional.⁵⁵

Pada Perpres No. 112/2007 Pasal 1 Ayat 12 telah disebutkan bahwa zonasi, yaitu jarak minimarket dengan pedagang

⁵⁵Stefani, wawancara (Rabu,15 Juni 2016).

kecil/tradisional minimal 1 (satu) km,⁵⁶ namun pada kenyataannya yang ditemukan dilapangan adalah ritel modern tersebut jaraknya sangat dekat bahkan ada yang bersebelahan dengan pedagang toko tradisional. Ditambah lagi barang yang dijual oleh toko tradisional pada umumnya sama dengan barang yang dijual pada ritel modern tersebut. Berkembangnya ritel modern tersebut menyebabkan keberadaan toko tradisional semakin tersisih. Terdapat persaingan yang tidak sehat diantara pelaku toko tersebut. Kelebihan yang dimiliki oleh ritel modern tersebut tidak dimiliki oleh para pedagang kecil, sehingga hal ini menyebabkan jurang pemisah dan kecemburuan sosial diantara keduanya. Adapun wawancara dengan ibu Santi yang berbelanja di toko tradisional dengan hasil wawancara sebagai berikut:

“saya lebih senang berbelanja di toko kecil dekat rumah saya mbak. Disamping itu mbak saya iba dengan pemilik toko yang sudah kenal baik sama saya, karena saya rasa lebih dekat dengan rumah saya mbak. Jadi jika sewaktu-waktu saya membutuhkan sesuatu, saya bisa segera membelinya di toko dekat rumah saya. Menurut saya, toko tersebut telah menyediakan barang-barang yang saya butuhkan sehari-hari. Harganya pun terjangkau sama seperti yang ada ditokoan. Disamping itu saya juga bisa berhutang di toko itu jika saya sedang tidak mempunyai uang dalam membeli sesuatu. Pemilik toko yang masih tetanggaya itu dikenal baik, jadi saya tidak sungkan jika harus berhutang dulu di toko tersebut.”⁵⁷

Keberadaan usaha ritel modern tersebut membuat keberadaan para toko tradisional semakin tersisih bahkan meniadakannya. Menurunnya omset penjualan dan pendapatan para pedagang pemilik toko tradisional tersebut semakin menambah daftar keterpurukan toko tradisional dari adanya waralaba Indomaret/Alfamart (toko modern)

⁵⁶Perpres No. 112/2007 Pasal 1 Ayat 12

⁵⁷Ibu Santi wawancara (Selasa, 14 Juni 2016).

yang semakin berkembang di kota Malang, khususnya yang ada di Kecamatan Blimbing. Hal ini menjadi suatu tantangan tersendiri bagi pemerintah daerah dan khususnya bagi toko tradisional itu sendiri. Para pedagang pemilik toko tradisional harus mempunyai langkah-langkah strategis dalam melakukan perubahan agar dapat bersaing dengan para pelaku usaha ritel modern tersebut dalam hal perebutan konsumen. Adapun warga masyarakat yang mempunyai toko tradisional dengan memberi tanggapan setuju dengan keberadaan toko ritel modern yang berjarak dekat dengan tokonya. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Haryanto sebagai berikut:

Menurut saya usaha ritel modern itu tidak boleh dijadikan saingan, tetapi harus dijadikan acuan para toko kecil seperti yang dimilikinya untuk berusaha menyajikan yang terbaik seperti yang ada pada ritel modern tersebut. Selama ini cara yang saya tempuh dalam mempertahankan usaha agar tetap diminati konsumen dan demi mempertahankan pelanggan tetapnya yaitu dengan cara melengkapi jenis barang dagangan yang ada di toko, menata tata letak yang disajikan di dalam etalase kaca agar terlihat lebih rapi, serta memberikan potongan harga pada pelanggan tetapnya saat berbelanja dalam jumlah yang cukup besar. Menurut saya, usaha yang dilakukan sudah semaksimal mungkin. Saya tetap optimis pada usaha saya sekalipun usaha ritel modern tersebut semakin menjamur. Semakin berjalannya waktu, saya dapat menerima keberadaan usaha Indomaret/Alfamart tersebut. Saya berkeyakinan bahwa rejeki masing-masing orang sudah ada yang mengatur dan tidak akan tertukar.⁵⁸

Tanggapan yang diberikan oleh pemilik toko tradisional dengan adanya usaha waralaba Indomaret/Alfamart (toko modern) tersebut ada yang berupa penolakan, penerimaan dengan terpaksa atau beradaptasi dengan keadaan yang ada, serta ada pula yang menemukan inovasi baru dalam memperluas usahanya agar dapat bersaing dengan ritel

⁵⁸Pak Haryanto, *wawancara* (Kamis, 16 Juni 20116).

modern tersebut. Adanya hal tersebut maka menimbulkan reaksi atau tanggapan para pedagang toko tradisional mengenai perkembangan waralaba Indomaret/Alfamart (toko modern) di berbagai tempat di kota Malang khususnya Kecamatan Blimbing. Tanggapan warga masyarakat yang mempunyai toko tradisional di dekat toko modern di daerah Kecamatan Blimbing sebagaimana yang dituturkan Bu Slamet warga yang menunjukkan tidak setuju dengan adanya toko ritel modern dengan hasil wawancara sebagai berikut:

“Saya menolak dengan adanya kehadiran usaha ritel modern ini. Menurut saya, usaha ritel modern ini hanya membawa dampak buruk bagi keberlangsungan hidup dari toko saya. Menurut saya, ini bukan persaingan yang sehat, karena jika diamati lebih seksama, ritel modern ini mempunyai fasilitas modern yang jauh lebih baik jika dibandingkan dengan toko kecil milik saya. Hal ini tentunya akan sangat berpengaruh pada konsumen yang memiliki keleluasaan berbelanja dimana saja yang mereka inginkan. Apalagi ritel modern ini menyediakan fasilitas buka 24 jam. Hal ini tentunya sangat bertolak belakang dengan toko kecil milik saya yang bukanya dibatasi yaitu dari pagi sampai jam 9 malam. Dan pendapatan saya semakin tahun semakin menurun.”⁵⁹

Tabel 4.4: Data pendapatan pedagang tradisional setiap tahunnya

TAHUN	RATA-RATA PENDAPATAN PEDAGANG
2012	Rp. 1,500,000
2013	Rp. 1,250,000
2014	Rp. 1.000.000
2015	Rp. 750.000
2016	Rp. 500.000

⁵⁹Bu Slamet, wawancara (Kamis, 16 Juni 20116).

Tabel 4.5: Kerangka Konseptual Penelitian

C. Analisa Data

1. Bagaimana keberadaan toko tradisional dengan hadirnya toko-toko ritel modern berbasis waralaba

Strategi merupakan salah satu aspek perencanaan yang harus ditentukan dengan pertimbangan matang. Berbagai macam cara dilakukan oleh produsen untuk mendekati konsumennya. Dalam memasarkan barang dagangannya seorang penjual harus mampu untuk merangkul dan mendapatkan konsumennya. Pedagang kecil saling berkompetisi dengan para pedagang kecil lainnya serta para pelaku usaha waralaba dalam meraih tujuan. Oleh karena itu,

mereka perlu perencanaan strategi yang tepat. Strategi pedagang kecil yaitu langkah-langkah yang harus dijalankan oleh para pedagang kecil untuk mencapai tujuan. Langkah yang dihadapi tidak selalu lancar dan tanpa hambatan, terkadang terjal dan berliku, banyak rintangan atau cobaan yang dihadapi untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Oleh karena itulah dalam menjalankan sebuah usaha sangat diperlukan langkah atau kiat-kiat khusus untuk mengantisipasi atau menghadapi tantangan yang ada. Misalnya, suatu usaha dalam memasarkan atau menjual produk yang dimilikinya kepada pelanggan memerlukan langkah yang tepat. Disamping itu setiap waktu pesaing baru akan terus bermunculan dengan strategi baru, produk-produk yang beragam dan memberikan keuntungan yang menggiurkan.

Keberadaan usaha waralaba Indomaret/Alfamart (toko modern) yang semakin menjamur, dampaknya dirasakan oleh banyak kalangan masyarakat. Mulai dari kalangan atas hingga kalangan bawah. Dampak utamanya memang sangat dirasakan oleh para pedagang toko tradisional, tapi sebagai masyarakat biasa juga merasakan dampak dari melenggangnya usaha waralaba Indomaret/Alfamart tersebut. Peraturan pemerintah yang kurang ketat terhadap aturan berdirinya sebuah waralaba ritel modern seperti ini dirasa kurang berpihak pada rakyat kecil dan mereka menyatakan pasrah pada nasib.

Usaha waralaba Indomaret/Alfamart (toko modern) yang semakin beredar luas membuat masyarakat melihat fenomena perdagangan. Mereka hanya bisa pasrah dengan keadaan sebagai perkembangan zaman, dimana modernisasi semakin masuk ke dalam sendi-sendi perekonomian masyarakat. Berbagai tempat diberbagai wilayah sudah tidak asing lagi dengan keberadaan usaha Indomaret/Alfamart ini. Ritel modern yang menyediakan fasilitas serba modern membuat masyarakat mau tidak mau ikut menikmatinya, karena disana tersedia apa yang dibutuhkan masyarakat sehari-hari. Melihat dan menikmati fenomena yang terjadi beberapa tahun ini sudah menjadi bagian dari masyarakat khususnya para pedagang pemilik toko tradisional yang mempunyai usaha yang sama dengan usaha ritel modern tersebut. Para pedagang toko tradisional ini hanya bisa pasrah pada nasib usaha mereka. Ada yang tetap bertahan dengan usaha yang telah digeluti bertahun-tahun, ada pula yang telah gulung tikar karena tidak mampu menghadapi persaingan yang ketat dengan usaha ritel modern yang ada. Hanya satu keyakinan mereka yang bertahan pada keadaan, yaitu mereka percaya bahwa Tuhan telah memberi masing-masing orang dengan takaran rejeki yang berbeda-beda, dan tidak akan tertukar satu sama lainnya.

Adapun Penolakan dengan Tidak Berbelanja di Indomaret/Alfamart bagi mereka yang dari masyarakat biasa bukan para pedagang kecil pemilik toko tradisional, keberadaan

usaha Indomaret/Alfamart sebagai toko modern tidak menjadi masalah justru menjadi sarana tersendiri dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Indomaret/Alfamart mempermudah gerak mereka dalam mendapatkan apa yang mereka butuhkan dalam keseharian mereka, segala kebutuhan rumah tangga tersedia disana. Jam buka yang 24 jam dapat memberikan akses tersendiri bagi orang-orang yang misalkan di tengah malam sedang membutuhkan sesuatu yang sifatnya mendadak.

Namun bagi beberapa kalangan masyarakat khususnya para pedagang kecil pemilik toko tradisional yang tersisih dengan keberadaan usaha Indomaret/Alfamart (toko modern) tersebut, beberapa diantaranya ada yang menyatakan sikap pasrah, ada pula yang menyatakan sikap penolakan dengan cara tidak berbelanja di tempat saingan mereka. Mereka lebih memilih berbelanja di toko tradisional daripada di ritel modern tersebut. Menurut mereka, harga barang di toko tradisional lebih murah daripada yang ada di ritel modern tersebut. Dan juga jika mereka berbelanja dalam jumlah yang banyak, maka harganya pun bisa jauh lebih murah. Barang-barangnya pun tidak kalah lengkap dengan yang ada di Indomaret/Alfamart tersebut. Jadi penolakan dengan sikap tidak berpartisipasi dalam usaha Indomaret/Alfamart tersebut mereka anggap sebagai wujud protes mereka pada keberadaan usaha ritel modern tersebut yang membuat usaha mereka semakin merosot

karena kehilangan konsumennya yang telah beralih ke Indomaret/Alfamart tersebut.

Adapun Sikap Penolakan dengan Protes/Unjuk Rasa Usaha waralaba Indomaret/Alfamart sebagai toko/ritel modern mulai berdiri sejak tahun 2006. Perizinan bangunan ini terasa begitu mudah. Pembangunan ritel modern ini terjadi dimana-mana di kota besar, di berbagai wilayah dan juga di berbagai tempat. Maka tidak heran jika dalam beberapa tahun saja sudah berdiri ratusan Indomaret/Alfamart, khususnya di Kota Malang. Peraturan pemerintah yang mengatur tentang pembangunan suatu bisnis waralaba seperti ritel modern ini dirasa kurang efisien, entah itu dari peraturannya sendiri atau dari instansi yang terkait dalam perizinan pendirian usaha ini. Karena jika diamati lebih lanjut, tempat usaha ritel modern ini berdiri dimana-mana dan sangat berdekatan dengan toko tradisional ataupun toko/kios tradisional pedagang kecil yang secara langsung pasti merasakan imbasnya.

Pedagang toko tradisional yang tertindas merasa tidak mampu lagi membendung kesabarannya dalam menghadapi ritel modern ini yang semakin menjamur, yang akhirnya terjadilah sikap penolakan dari para pedagang kecil pada tahun 2012 di Kota Malang yang diwujudkan dengan cara protes/unjuk rasa di depan instansi Dinas Perindustrian, Perdagangan dan ESDM. Mereka memprotes segala tindakan aparat pemerintah yang dengan begitu mudah memberikan ijin kepada usaha ritel modern tersebut untuk

mendirikan usahanya di dekat tempat usaha mereka. Mereka juga mengajukan tuntutan-tuntutan agar pembangunan tempat usaha yang dilakukan oleh ritel modern tersebut dibatalkan.

Tindakan yang dilakukan oleh para pedagang toko tradisional tersebut semata-mata karena ingin mempertahankan keberadaan usaha mereka yang menopang kelangsungan kehidupan perekonomian mereka. Banyak diantara mereka yang menjadikan usaha toko/kios tradisional tersebut sebagai mata pencaharian utama mereka yang telah digeluti selama bertahun-tahun. Tuntutan-tuntutan yang diajukan oleh mereka kepada pihak pemerintah sepertinya tidak membuahkan hasil. Hal ini dapat dilihat dari maraknya usaha Indomaret/Alfamart (toko modern) yang beroperasi sampai sekarang. Mereka menganggap bahwa sudah tidak ada lagi keadilan bagi para pedagang kecil seperti mereka, pemerintah hanya peduli pada golongannya sendiri dan kurang peduli terhadap nasib rakyat kecil.

Inovasi Baru Adanya usaha waralaba Indomaret/Alfamart (toko modern) yang semakin menjamur di sekitar kampus Universitas Jember membuat para pedagang toko tradisional maupun toko tradisional merasa tersaingi. Keadaan pedagang kecil yang semakin tersisih tidak mampu menyaingi segala fasilitas yang ada pada ritel modern tersebut. Menghadapi persaingan sesama pelaku toko seperti ini dibutuhkan strategi bersaing yang handal, dimana pelaku toko kalangan bawah seperti pedagang kecil mampu

mempertahankan usahanya. Sudah selayaknya pedagang pemilik toko tradisional memiliki inovasi baru dalam mengembangkan usahanya.

Adapun pedagang toko tradisional yang menemukan inovasi baru dalam mengembangkan usahanya yaitu Toko Maju Jaya yang berlokasi di Jalan Sulfat. Lokasi yang strategis sangat tepat untuk menunjang keberlangsungan usahanya. Si pemilik toko menemukan suatu gagasan dalam menyelamatkan usahanya dari merembahnya usaha ritel modern tersebut. Ia memindahkan lokasi tokonya ke tempat yang lebih strategis yang menurutnya belum ada toko serba ada yang menjual berbagai macam kebutuhan. Selain itu Ia juga melengkapi barang dagangannya seperti halnya yang dijual di Indomaret/Alfamart tersebut. Lama-kelamaan tokonya mulai dipadati konsumen seperti halnya toko miliknya dulu yang berada di tempat yang tidak terlalu ramai.

Kondisi yang dapat dilihat sekarang bahwa toko miliknya mampu bersaing dengan ritel modern yang ada, sekalipun saat ini telah berdiri sebuah ritel modern tepat di depan toko miliknya. Ia tetap tidak gentar dalam menghadapi persaingan. Semua tergantung pada usaha yang dilakukan oleh pedagang kecil itu sendiri. Buktinya, tokonya saat ini tetap ramai dikunjungi oleh pembeli.

Dilihat dari gambaran profil toko tradisional dan tanggapan masyarakat yang ada di sekitar usaha waralaba Indomaret/Alfamart

(toko modern) yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dilihat bahwa ada tanggapan yang positif dan ada juga tanggapan yang negatif dari masyarakat tentang keberadaan usaha waralaba Indomaret/Alfamart. Ada sisi positif dan ada pula sisi negatif dari berdirinya usaha waralaba Indomaret/Alfamart sebagai toko modern ini.

Tidak dipungkiri bahwa ritel modern seperti Indomaret/Alfamart sangat menarik minat konsumen untuk bergabung didalamnya karena tujuan utama didirikannya usaha waralaba ini adalah untuk melayani kebutuhan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan mereka sehari-hari. Fasilitas yang dimiliki ritel modern ini memang bertujuan untuk mempermudah gerak masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan sehari-harinya.

Keberadaan usaha waralaba Indomaret/Alfamart memang berdampak pada toko tradisional yang ada di sekitarnya, yang telah lebih dulu beroperasi dalam memenuhi kebutuhan masyarakat sehari-harinya. Semakin banyak konsumen yang tertarik pada usaha ritel modern ini, maka hal itu akan mempengaruhi jumlah konsumen yang sebelumnya berbelanja di toko tradisional, hal ini juga akan mempengaruhi kondisi ekonomi para pedagang pemilik toko tradisional tersebut. Imbas dari fenomena inilah yang akhirnya memunculkan suatu tanggapan dari para pedagang toko tradisional sebagai wujud pemahaman dan penilaian mereka terhadap adanya usaha Indomaret/Alfamart (toko modern) tersebut.

Sikap perwujudan mereka diaplikasikan dalam bentuk pengaruh atau penolakan, suka atau tidak suka, pasrah dengan keadaan yang terjadi bahkan sampai pada penemuan inovasi baru.

Sesuai dengan apa yang telah dipaparkan di dalam rumusan masalah dan tujuan penelitian bahwa dalam penelitian ini telah diperoleh tentang keberadaan toko tradisional dengan hadirnya toko-toko ritel modern berbasis waralaba. Para pedagang toko tradisional yang memiliki usaha toko atau kios yang menjual barang kebutuhan sehari-hari yang menyatakan sikap menolak, bertahan pada nasib serta yang menunjukkan inovasi dalam usahanya sebagai dampak atau imbas dari adanya usaha waralaba Indomaret/Alfamart (toko modern) tersebut. Indomaret/Alfamart sebagai usaha waralaba telah menunjukkan potensinya dalam memberikan keuntungan dan pelayanannya pada masyarakat. Sehingga tidak dipungkiri bahwa usaha waralaba ini telah menjadi pesaing yang tangguh bagi para pedagang toko tradisional.

Sikap penolakan yang ditunjukkan oleh pedagang toko tradisional terhadap adanya usaha waralaba Indomaret/Alfamart (toko modern) adalah dengan tidak ikut berpartisipasi mereka ke dalam usaha ritel modern tersebut, mereka bahkan menunjukkannya dengan cara protes kepada instansi pemerintah yang memberikan dan mengatur tentang perijinan pendirian bangunan usaha waralaba Indomaret/Alfamart tersebut. Ada juga pedagang toko tradisional yang menyatakan pasrah kepada keadaan

yang terjadi, menikmati fenomena yang ada dengan tetap berprinsip pada kepercayaan bahwa rejeki sudah ada yang mengatur. Hal ini berbeda dengan pedagang yang menyatakan tanggapannya dengan cara menemukan inovasi baru dalam mengembangkan usahanya agar tetap diminati oleh konsumen.

Para pedagang toko tradisional ini sadar bahwa usaha yang mereka miliki tidak akan mampu menyaingi usaha waralaba seperti Indomaret/Alfamart (toko modern) tersebut yang berkepemilikan beberapa orang yang tentunya memiliki modal yang sangat besar pula. Para pedagang pemilik toko tradisional ini hanya bisa pasrah akan keadaan yang ada. Hal ini bukan berarti membuat mereka diam dan jalan ditempat saja, tetapi mereka juga berusaha memperbaiki kualitas usaha mereka walaupun banyak dijumpai toko milik pedagang kecil yang terlihat lesu bahkan sampai ada yang gulung tikar. Strategi berdagang yang diambil oleh para pedagang toko tradisional yaitu meliputi aspek produk, harga serta lokasi dan tak lupa pula doa kepada Tuhan sebagai upaya yang terakhir dalam usahanya.

Pedagang pemilik toko tradisional melihat situasi seperti ini haruslah cermat dan aktif serta mempunyai strategi khusus dalam bersaing dengan ritel modern tersebut jika ingin mempertahankan usahanya agar tidak tergerus oleh ritel modern yang sedang berkembang. Strategi bersaing adalah suatu bidang yang menjadi perhatian utama para pelaku usaha, yang tergantung pada

pemahaman yang mendalam di industri dan para pesaing. Strategi bersaing sangat diperlukan bagi para pedagang toko tradisional agar mereka dapat bertahan dari keadaan yang diciptakan oleh pelaku toko lainnya. Strategi para pedagang toko tradisional ini berupa penyerangan yang klasik, bertahan dari keadaan yang ada, mencari kekurangan dari pesaing, memberikan pelayanan yang maksimal hingga melakukan diversifikasi usaha.

Upaya yang dilakukan para pedagang kecil pemilik toko tradisional dalam mempertahankan usahanya antara lain yaitu dengan cara melengkapi barang dagangan yang ada di toko mereka, menata barang dagangan sedemikian rupa agar lebih kelihatan menarik, memberikan penawaran harga yang lebih murah, memberikan potongan harga khusus pada konsumen yang berbelanja dalam jumlah yang besar, melayani pembelian secara cash dan kredit, serta melakukan perluasan pada usaha mereka. Seperti yang dilakukan di toko milik Bu Slamet, ia memberikan pelayanan pembelian secara cash dan kredit pada konsumennya, walaupun yang diperbolehkan hutang itu adalah tetangga sekitar dan saudara maupun orang yang sudah lama dikenalnya, tentunya dengan pembatasan jumlah yang dihutang. Sedangkan yang dilakukan oleh Toko lainnya, si pemilik melakukan perluasan pada usahanya yaitu dengan cara memilih tempat baru yang strategis untuk peluang masa depan usahanya.

Toko tradisional adalah toko yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/ dikelola oleh pedagang kecil, menengah swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.⁶⁰ Bisnis ritel di Indonesia dapat dibedakan menjadi 2 kelompok besar, yakni Tradisional dan Ritel Modern.⁶¹ Ritel modern pada dasarnya merupakan pengembangan dari ritel tradisional. Format ritel ini muncul dan berkembang seiring perkembangan perekonomian, teknologi, dan gaya hidup masyarakat yang membuat masyarakat menuntut kenyamanan yang lebih dalam berbelanja.

Pada data diatas disebutkan bahwa beberapa toko tradisional berdekatan dengan toko ritel modern salah satunya yaitu toko maju jaya yang dimiliki oleh Pak Slamet ini sangat berdekatan sekali dengan Indomaret yaitu bertempat di jalan Raya Sulfat Rt. 02 Rw.11 Bapak Slamet mengakui bahwasannya toko nya sudah berdiri sebelum Indomaret yang bersebelahan dengannya itu dibuka. Namun menurut Pak Slamet keberadaan Indomaret jelas merugikan, karena sebelum adanya Indomaret di sebelahnya itu

⁶⁰Sumber: Peraturan Presiden no. 112 th 2007, tentang Penataan dan Pembinaan Toko Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, Wishnu Basuki (ABNR) Transi.wbasuki@abrnlaw.com

⁶¹<http://www.aprindo.org>. diakses tanggal 21 januari 2016.

toko Pak Slamet ramai pembeli. Akan tetapi dengan hadirnya Indomaret pembeli menjadi berkurang karena kalah saingan.

Begitu pula yang dialami oleh pedagang kecil lainnya yang berdekatan dengan Alfamart yang berada di jalan Terusan Sulfat No.22 A-B. Toko yang dikelola Pak Haryanto sejak lama ini tidak memudarkan semangatnya untuk menyatakan pasrah pada nasib namun, dengan adanya Alfamart yang berdekatan dengan toko nya cara yang ditempuh oleh Pak Slamet dalam mempertahankan usaha agar tetap diminati konsumen dan demi mempertahankan pelanggan tetapnya yaitu dengan cara melengkapi jenis barang dagangannya yang ada di toko, menata tata letak yang disajikan dalam etalase kaca agar terlihat rapi, serta memberikan potongan harga pada pelanggan tetapnya saat berbelanja dalam jumlah yang cukup besar. Kedua toko ritel tersebut sangat bertentangan dengan peraturan pemerintah.

2. Bagaimana Peran Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang dalam memberikan perlindungan hukum terhadap toko tradisional di Kecamatan Blimbing di tengah maraknya toko ritel modern berbasis perjanjian waralaba perspektif Perda nomor 1 tahun 2014

Perlindungan hukum terhadap toko tradisional di tengah maraknya toko modern yang berbasis perjanjian waralaba bahwasannya toko kelontong semakin punah keberadaanya

dikarenakan banyaknya toko ritel modern dimana-mana dan menyebabkan orang yang mempunyai toko kelontong harus gulung tikar dan mereka kehilangan mata pencaharian dikarenakan banyaknya konsumen yang lebih memilih kepada toko ritel modern seperti Indomaret, Alfamart, dan lain sebagainya. Yang mempunyai nilai unggul di mata masyarakat karena para konsumen diberi fasilitas yang memadai.

Saat ini keberadaan minimarket telah menjadi magnet tersendiri bagi masyarakat khalayak umum dengan menawarkan banyak hal yang mampu menarik perhatian masyarakat. Selain karena fasilitas minimarket yang letaknya cenderung strategis, juga menyediakan cukup lengkap segala kebutuhan masyarakat sehari-hari. Minimarket ini menyediakan tempat yang nyaman, bersih, serta ruangan ber-AC. Sebagian juga menyediakan ATM untuk lebih menarik pembeli dengan keamanan yang cukup dengan fasilitas yang memadai, sehingga terhindar dari tindak kejahatan lainnya. Beberapa diantaranya memberlakukan sistem operasional selama 24 jam yang menjadi nilai plus tersendiri bagi toko modern di mata masyarakat luas, maka dari itu kebanyakan masyarakat lebih memilih ke minimarket di bandingkan ke toko kelontong pinggir jalan.

Minimarket adalah semacam swalayan yang berbasiskan ritel waralaba yang menjual segala macam barang, makanan dan peralatan rumah tangga lainnya, namun tidak selengkap dan

sebesar supermarket. Dimana pembeli mengambil sendiri barang yang sedang dibutuhkan dari rak-rak yang sudah disediakan disana dan langsung bayar di kasir. Sedangkan toko tradisional atau toko kelontong adalah toko yang dikelola dengan sistem konvensional atau kebiasaan antara penjual dan pembeli, dan menjual berbagai jenis barang secara eceran dan biasanya terjadi tawar-menawar di antara keduanya dan tidak menggunakan sistem seperti toko modern dan harga di sini lebih miring dibandingkan dengan toko modern. Dilihat dari keduanya ini toko modern lah yang lebih unggul dibandingkan toko kelontong karena masyarakat sekarang menginginkan pelayanan yang terbaik dan karyawannya bersikap ramah kepada setiap pembeli yang akan membeli dagangannya di toko tersebut.

Kecamatan Blimbing kini menjadi salah satu sasaran bagi para pebisnis lokal maupun asing, terbukti kini telah banyaknya toko modern yang kini semakin menjamur di mana-mana, baik daerah perumahan bahkan sampai memasuki pedesaan yang semakin padat penduduknya. Salah satu toko modern yang kini menjamur adalah hadirnya beberapa gerai minimarket.

Adapun peran Dinas Perindustrian dan Perdagangan dalam melakukan perlindungan pemberdayaan toko tradisional dan penataan toko modern, dalam melakukan perlindungan kepada toko tradisional, usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi serta pelaku-pelaku usaha yang ada di dalamnya, diantaranya adalah;

- a. Lokasi usaha yang strategis dan menguntungkan toko tradisional.
- b. Kepastian hukum dan jaminan usaha dari kemungkinan pengusuran yang tidak menguntungkan.
- c. Persaingan dengan pelaku usaha di toko modern baik dalam aspek lokasi maupun aspek lainnya.
- d. Kepastian hukum dalam status hak sewa, untuk menjamin keberlangsungan usaha, jika terjadi musibah yang menghancurkan harta benda yang diperdagangkan.

Perlindungan pemberdayaan toko tradisional dan penataan toko modern, dalam melakukan pemberdayaan pada toko tradisional, usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi serta pelaku-pelaku usaha yang ada di dalamnya, Dinas Perindustrian dan Perdagangan daerah berkewajiban melakukan pemberdayaan dalam berbagai aspek:

- a. Pembinaan terhadap toko tradisional, usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi serta pelaku-pelaku usaha yang ada di dalamnya.
- b. Pemberian subsidi kepada toko tradisional, usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi serta pelaku-pelaku usaha yang ada di dalamnya.
- c. Peningkatan kualitas dan sarana usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi serta pelaku-pelaku usaha yang ada di dalamnya.

- d. Pengembangan toko tradisional dan pelaku-pelaku usaha yang ada di dalamnya.
- e. Fasilitasi pembentukan wadah atau asosiasi pedagang sebagai sarana memperjuangkan hak dan kepentingan para pedagang.
- f. Mengarahkan dan sharing yang berasal dari pemerintah kepada pemerintah daerah dalam rangka membangun toko induk dan/atau toko penunjang.

Bahwa berdasarkan pertimbangan tersebut perlu menetapkan peraturan daerah tentang pengelolaan pusat perbelanjaan, toko modern, dan pemberdayaan toko tradisional. Tujuan Pengelolaan Pusat Perbelanjaan, toko modern, dan pemberdayaan toko tradisional, meliputi:

- a. Menata perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian pusat perbelanjaan, toko modern;
- b. Melindungi keberadaan toko tradisional agar mampu berkembang lebih baik;
- c. Menciptakan toko tradisional yang tertib, teratur, aman, bersih, dan sehat;
- d. Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat ;
- e. Menjadikan toko tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern sebagai penggerak roda perekonomian daerah dan;

- f. Menciptakan toko tradisional yang berdaya saing dengan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.⁶²

Peran Dinas Perindustrian dan Perdagangan dalam Pembinaan terhadap Toko Tradisional di Kota Malang mengatur bahwa jumlah Toko Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern serta jarak antara Pusat Perbelanjaan dan Toko modern dengan Toko Tradisional atau toko eceran tradisional ditetapkan oleh pemerintah daerah setempat. Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Pemerintah Kota Malang baik secara sendiri maupun bersama-sama sesuai dengan bidang tugasnya masing-masing diwajibkan melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap sektor perdagangan ritel (toko tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern). Pengusaha kecil (non formal) yang tidak punya izin tetap dibina atau diberi wawasan supaya kalau toko mereka maju dan bisa berkembang dapat mengurus izin seperti toko modern (formal) yang sudah memiliki surat izin.⁶³ Berdasarkan ketentuan tersebut di atas dapat dijelaskan bahwa pemerintah daerah diberikan kewenangan untuk mengatur keberadaan toko tradisional, toko modern, dan pusat perbelanjaan dalam hal jumlah, jarak, dan jam kerja.

Toko adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat

⁶²Pasal 2 ayat (1) Perda No.1 Tahun 2014.

⁶³Pasal 4 ayat (1) Perda No.1 Tahun 2014.

perbelanjaan toko tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.⁶⁴

Toko tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam lingkup social masyarakat. Bukan sekedar terjadinya proses jual beli yang dipahami dari segi ekonomis belaka, namun terdapat nilai kolektivitas (kebersamaan) yang terwujud dalam interaksi sosial masyarakat dari berbagai kalangan. Terdapat kedekatan emosional yang ditandai dengan proses tawar menawar, langganan, bahkan mengutang. Hal ini menandakan adanya keterikatan personal dan kepercayaan yang terbangun antara satu sama lain.

Dalam dunia perdagangan saat ini, toko barang kebutuhan sehari-hari dengan ruangan yang tidak terlalu luas (minimarket) bukan lagi merupakan istilah asing bagi masyarakat umum, terutama yang tinggal di kota-kota besar. Toko modern merupakan perantara pemasar antara produsen dan konsumen akhir dimana aktivitasnya adalah melaksanakan penjualan eceran. Menurut Hendri Ma'ruf, pengertian minimarket adalah toko yang mengisi kebutuhan masyarakat akan warung yang berformat modern yang dekat dengan pemukiman penduduk sehingga dapat mengguguli toko atau warung.⁶⁵

Adapun peraturan yang mengatur tentang jarak antara toko ritel modern dengan toko modern lainnya akan tetapi peraturan itu

⁶⁴Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 tahun 2007 tentang penataan dan Pembinaan Toko Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

⁶⁵Hendri Ma'ruf, *Pemasaran Ritel* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005).h.84

tidak dipakai/dihiraukan malah toko ritel ini berdekatan malah sampai berdempetan sebagaimana hasil wawancara yang di kemukakan oleh bapak Minto Rahardjo selaku kepala BP2T mengungkapkan bahwa:

“Disperindag sudah mengatur mbak jarak antara toko modern dengan tradisional berjarak sekitar 500 meter antar minimarket namun kenyataannya yang di lapangan mbak tidak sesuai dengan peraturan yang sudah kita buat malah toko mereka berdekatan atau berdempetan seperti contohnya alfamart dengan indomaret kita turun langsung ke lapangan melihat dan memberikan pembinaan kepada toko ritel. Kalaupun pusat tidak pernah memperlmasalahakan tentang jarak bagaimana otonomi daerah seperti ini membuat aturan. Dan sekarang yang dipermasalahakan adalah kedekatan antara toko ritel satu dengan yang lainnya. Namun kedekatan antara toko tradisional dengan toko modern tidak ada masalah. Dan adapun luas lantai penjualan toko modern itu mbak sudah kita atur sebagai berikut.”⁶⁶”

- a. Minimarket, kurang dari 400 m² (empat ratus meter persegi);
- b. Supermarket, lebih dari 400 m² (empat ratus meter persegi);
- c. Departement store, lebih dari 400 m² (empat ratus meter persegi);
- d. Hypermarket, lebih dari 5.000 m² (lima ribu meter persegi); dan
- e. Perkulakan, lebih dari 5.000 m² (lima ribu meter persegi).⁶⁷

Pada Perpres No. 112/2007 Pasal 1 Ayat 12 telah disebutkan bahwa zonasi, yaitu jarak minimarket dengan pedagang kecil/tradisional minimal 1 (satu) km,⁶⁸ namun pada kenyataannya yang ditemukan dilapangan adalah ritel modern tersebut jaraknya sangat dekat bahkan ada yang bersebelahan dengan pedagang toko tradisional. Ditambah lagi barang yang dijual oleh toko tradisional

⁶⁶Minto Rahardjo, *Wawancara* (Rabu,06 Juni 2016).

⁶⁷Pasal 6 ayat (1) Perda No.1 Tahun 2014.

⁶⁸Perpres No. 112/2007 Pasal 1 Ayat 12

pada umumnya sama dengan barang yang dijual pada ritel modern tersebut. Berkembangnya ritel modern tersebut menyebabkan keberadaan toko tradisional semakin tersisih. Terdapat persaingan yang tidak sehat diantara pelaku toko tersebut. Kelebihan yang dimiliki oleh ritel modern tersebut tidak dimiliki oleh para pedagang kecil, sehingga hal ini menyebabkan jurang pemisah dan kecemburuan sosial diantara keduanya.

Menjalankan suatu usaha diperlukan tempat usaha yang tidak bisa lepas dengan lokasi. Pemilihan lokasi usaha memang difokuskan pada tempat-tempat yang ramai dan banyak dikunjungi orang seperti tempat pariwisata, di sekitar toko, di dekat akses lalu lintas jalan raya, dan sebagainya. Dalam menentukan tempat usaha dipertimbangkan aspek efisiensi dan efektivitas. Lokasi usaha harus mudah dijangkau dan efisien baik oleh pedagang maupun konsumen atau pelanggan. Untuk menentukan lokasi usaha terdapat beberapa alternatif yang dapat dipilih diantaranya, membangun bila ada tempat yang strategis, membeli atau menyewa, ataupun kerjasama bagi hasil jika menguntungkan. Hal lain yang perlu dipertimbangkan adalah tempat usaha dekat dengan sumber tenaga kerja, akses bahan baku dan bahan penolong lainnya seperti alat pengangkut serta jalan raya. Dalam pemilihan tempat memerlukan perkembangan cermat terhadap beberapa faktor diantaranya sebagai berikut:

- a) Akses, misalnya tempat mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum
- b) Visibilitas, misalnya tempat mudah dilihat dari tepi jalan.

- c) Lalu lintas, (*traffic*), dimana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu banyaknya orang yang lalu lalang dapat memberikan peluang besar terjadinya peningkatan penjualan dan kepadatan dan kemacetan lalu lintas dapat pula menjadi hambatan.
- d) Tempat parkir yang luas dan aman
- e) Ekspansi, tersedia tempat yang cukup untuk perluasan usaha di kemudian hari.
- f) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
- g) Persaingan yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
- h) Peraturan pemerintah.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan analisis diatas terkait dengan perlindungan hukum terhadap toko tradisional di kota Malang di tengah maraknya toko ritel modern berbasis perjanjian waralaba persepektif perda Kota Malang Nomor 1 Tahun 2014 dan hokum islam, maka dapat ditarik kesimpulan seperti berikut:

1. Adapun perkembangan toko ritel modern yang semakin berkembang dan menjamur dimana-mana menyebabkan keberadaan toko tradisional semakin tersisih dan terdapat persaingan yang tidak sehat

diantara pelaku pasar tersebut. Kelebihan yang dimiliki oleh ritel modern tersebut tidak dimiliki oleh para pedagang kecil, sehingga hal ini menyebabkan jurang pemisah dan kecemburuan sosial diantara keduanya. Itu menurut pemilik toko tradisional yang tidak setuju dengan keberadaan toko ritel modern adapun toko tradisional yang setuju akan keberadaan toko ritel tersebut karena dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi anak muda yang sedang pengangguran. Namun dari hasil penelitian lebih banyak yang tidak setuju dibandingkan yang setuju tentang keberadaan toko modern tersebut. Sedangkan berdasarkan hukum Islam adalah untuk mengatur setiap kehidupan umat manusia yang berdasarkan pada kemaslahatan manusia di dunia maupun di akhirat. Akan tetapi keberadaan toko ritel modern ini menimbulkan kemadharatan yaitu merugikan toko tradisional.

2. Adapun peran Dinas Perindustrian dan Perdagangan dalam melakukan perlindungan pemberdayaan toko tradisional dan penataan toko modern, dalam melakukan perlindungan kepada toko tradisional, usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi serta pelaku-pelaku usaha yang ada di dalamnya, diantaranya adalah;

- e. Lokasi usaha yang strategis dan menguntungkan toko tradisional.
- f. Kepastian hukum dan jaminan usaha dari kemungkinan pengusuran yang tidak menguntungkan.

- g. Persaingan dengan pelaku usaha di toko modern baik dalam aspek lokasi maupun aspek lainnya.
- h. Kepastian hukum dalam status hak sewa, untuk menjamin keberlangsungan usaha, jika terjadi musibah yang menghancurkan harta benda yang diperdagangkan.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diutarakan oleh penulis yakni:

1. Bagi Pemerintah agar lebih meneliti dan turun ke lapangan langsung melihat apakah toko modern tersebut dekat atau tidak dengan toko tradisional sehingga tidak tersisih keberadaan toko tradisional dengan adanya keberadaan toko modern yang berdekatan dengan toko tradisional. Pemerintah dalam hal ini wajib berpedoman dengan Perda Kota Malang nomor 1 tahun 2014 tentang pengelolaan pusat perbelanjaan, toko modern dan pemberdayaan pasar tradisional.
2. Bagi pelaku usaha toko modern seharusnya memperhatikan peraturan yang sudah di buat oleh pemerintah tentang jarak toko modern dengan tradisional agar tidak berdekatan yang dapat menimbulkan kecemburuan sosial dikarenakan konsumen lebih memilih ke toko modern.
3. Pemerintah seharusnya mengerti tentang pendirian toko modern tersebut agar tidak melanggar tentang peraturan jarak yang sudah dibuat oleh pemerintah supaya memberikan sanksi yang tegas berupa pencabutan izin usaha.

4. Selaku pelaku usaha toko modern ataupun tradisional agar tidak menimbulkan kemadharatan antara keduanya, seharusnya menjaga kemaslahatan antar keduanya, karena rezeki itu sudah diatur sama Allah yang pastinya rezeki itu tidak akan tertukar.



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Al-Qur'an Karim

Achmadi Abu dan Cholid Narbuko, 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Ashshofa, Burhan. 2004. *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Rineka Cipta.

Ayuning, Dita Dyah R. 2013. *Aspek Hukum Bisnis Toko Modern Terhadap Keberlangsungan Usaha Kecil dan Pasar Tradisional Ditinjau dari Persaingan Usaha yang Sehat*. Jember: Universitas Negeri Jember.

Barkatulah, Abdul Halim, 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*. Bandung: Nus Media.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.

Hadi, Sutrisno. 1998. *Metodologi Research*, jilid 3, Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM.

J. Moloeng, Lexy, 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.

Johan Bahder Nasution, 2008. *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, Bandung: Mandar Maju.

Kuntjoro, Dorodjatun Jakti, 1998. *Perdagangan, Pengusaha Cina, Perilaku Pasar*. Jakarta: PT Pusaka Grafika Kita.

M. Frans Royan, 2006. *Kiat Sukses Mengelola Supermarket, Toko Tradisional, Minimarket* Semarang: Effar Offset.

M. Hadjon, Philipus, 1987. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*, Surabaya: Bina Ilmu.

Machmudah, Rif'atul. 2012. *Pendirian Minimarket di Dekat Toko Tradisional Perspektif Perda Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010 dan Maqashid Syariah (Studi di kelurahan Merjosari)* Malang: UIN Maliki Malang.

Ma'ruf, Hendri. 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Marmo, Sudjono Saukarto, 1997. *Pengantar Hukum Di Negara Pancasila*, Jakarta: Garuda Metropolis Press.

Meshvara, Kanjaya, Susilo-Yongky, 2010. *Retail Rules melihat keunggulan dan potensi bisnis ritel makanan di masa depan*, Jakarta: Esensi Erlangga Group.

Mortokusumo, Sudikno.2008. *Mengenal Hukum: Suatu Prngantar*, Yogyakarta: Liberty.

Narbuko Cholid dan Abu Achmadi, 2003. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Raharjo, Satjipto, 1991. *Ilmu Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti.

Rasjidi, Lili, 1993. *Apakah hukum itu?*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Rasjidi, Lili, 1993. *Hukum Sebagai Suatu Sistem*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Salim, 2013. *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis dan Disertasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sasongko, Wahyu, 2007. *Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandar Lampung: Penerbit Universitas Lampung.

Soekanto, Soerjono & Sri Mamudji, 2006. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Soekanto, Soerjono. 2008. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press.

Sudarto, 2002. *Metodologi Penelitian Filsafat*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Tim penyusun, 2013. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Fakultas Syariah*, Malang: UIN Press.

Tim Redaksi Forum Sahabat, 2010. *Pedoman Praktis Mengurus Izin Industri & Perdagangan*, Jakarta: Forum Sahabat.

Wahyu, Sari Aramiko. 2011. *Dampak Pasar Ritel Modern Terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Kota Tangerang Selatan dan Upaya Penanggulangannya (Studi Kasus di Kota Tangerang Selatan)*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Widjaja, Gunawan. 2004. *Lisensi Atau Waralaba*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Wawancara dengan Bpk. Mudjimun

Wawancara dengan Bpk. Minto Rahardjo

Wawancara dengan Ibu Prihatin selaku pedagang toko tradisional

Peraturan Perundang-Undangan:

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 tahun 2007 tentang penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 1 tahun 2014 tentang Pengelolaan Pusat Perbelanjaan, Toko Modern dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.

Internet:

Perbedaan Minimarket, <http://ridhass.blogspot.com/2011/03/perbedaan-minimarket.html>. diakses tanggal 20 Maret 2016.

<http://www.aprindo.org>. diakses tanggal 15 Mei 2016.

Sumber: Peraturan Presiden no. 112 th 2007, tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, Wishnu Basuki (ABNR) Transi.wbasuki@abnrlaw.com

<http://www.aprindo.org>. diakses tanggal 21 Januari 2016.

¹ *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*. Wishnu Basuki (ABNR) Transi.wbasuki@abnrlaw.com

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang



Wawancara dengan Bpk. Mudjimun selaku K.A Seksi Bina Usaha Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang



Wawancara dengan Bpk. Minto Rahardjo selaku kepala BP2T Kota Malang




Wawancara dengan Ibu Prihatin selaku pemilik toko tradisional Blimbing Malang



Wawancara dengan Ibu Slamet selaku pemilik toko tradisional Maju Jaya Blimbing Malang



DAFTAR KIWAYAT HIDUP

	Nama	:	Iin Mutmaina
	Tempat, tanggal lahir	:	Probolinggo, 04 Juli 1993
	Alamat	:	Desa Mangunharjo Rt. 004/Rw. 012

			Kec. Mayangan Kota. Probolinggo
	Hp	:	081231104342
	Facebook	:	Iin Mutmaina
	Email	:	linmuthmainnah230@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

No.	Jenjang Pendidikan	Nama dan Lokasi	Jurusan	Tahun Lulus
1.	SD	SDN Sukabumi 2 Probolinggo	-	2000-2006
2.	SMP	MTS AL-Ma'arif 01 Singosari-Malang	-	2006-2009
3.	SMA	MA Al-Ma'arif 01 Singosari-Malang	Ilmu Pendidikan Sosial (IPS)	2009-2012
4.	S1	Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang	Hukum Bisnis Syariah	2012-2016