

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Negara Indonesia pada tahun 2019 menempati urutan ketujuh dalam bidang perdagangan Internasional dari 20 Negara di dunia.<sup>1</sup> Untuk mendapatkan penilaian perdagangan yang tinggi tentu bergantung pada perdagangan di kota-kota besar salah satunya kota Medan.

Kota Medan merupakan salah satu kota yang memiliki peranan penting sebagai sumber kegiatan perdagangan strategis yang mempengaruhi perekonomian di Negara Indonesia yang bahkan dulunya dijuluki dengan nama “kota perdagangan”.

Perdagangan merupakan kegiatan pertukaran barang ataupun jasa. Pada zaman dahulu manusia hanya menggunakan cara barter yaitu dengan pertukaran barang dengan barang, pada zaman modern manusia menggunakan uang untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkannya. Perdagangan jasa berupa layanan yang diperdagangkan ke konsumen seperti pendidikan, wisata, hotel, tempat bermain, restoran, periklanan, kesehatan, investasi, dan lainnya. Sedangkan perdagangan barang berupa perdagangan benda baik yang bergerak ataupun tidak bergerak, berwujud ataupun tidak berwujud.

---

<sup>1</sup>Riset : Indonesia Tempati Peringkat 7 Potensi Pertumbuhan Dagang Terbesar Dunia  
<<https://www.merdeka.com/uang/riset-indonesia-tempati-peringkat-7-potensi-pertumbuhan-dagang-terbesar-dunia.html>> (diakses pada 14 Januari pukul 19:25 PM)

Kota Medan memiliki jumlah 3 juta orang penduduk dengan luas 265,1 km

2. Mengingat meningkatnya jumlah penduduk yang semakin banyak tentu kebutuhan sehari-hari juga semakin dibutuhkan dan menjadi salah satu faktor terpenting. Hal inilah yang mempengaruhi ketertarikan para investor ataupun masyarakat sendiri dalam memulai pasar modern seperti minimarket dan supermarket.

Minimarket pun menjadi bidang yang mempengaruhi perekonomian di Kota Medan karena peningkatan lebih pesat dibandingkan pasar tradisional. Sebelumnya kebutuhan dan keinginan masyarakat hanya dipenuhi oleh pasar tradisional. Minimarket merupakan penggabungan antara supermarket dan pasar tradisional. Salah satu alasan berkembangnya pasar modern seperti supermarket, hypermart, dan minimarket dikarenakan perkembangan teknologi. Juga adanya tuntutan pemenuhan kebutuhan dari masyarakat dalam perekonomian menyebabkan munculnya usaha-usaha mikro, kecil, menengah yang dalam pelaksanaannya saling menguntungkan para pelaksana dan masyarakat.<sup>2</sup>

Keberadaan pasar modern mengakibatkan tingkat persaingan antar pasar menjadi lebih ketat, bukan hanya persaingan ketat antara pasar tradisional dan pasar modern, bahkan persaingan antar pasar modern sendiri juga sangat ketat, seperti minimarket-minimarket yang saling berhadapan ataupun bersebelahan. Minimarket juga kini bukan hanya ada di kota-kota besar, namun telah sampai di pinggiran kota

---

<sup>2</sup> Chairi, Zulfi, Aflah, Utary Maharany. 2019. Aspek Hukum Keberadaan Waralaba Minimarket terhadap Toko Tradisional di Kota Medan. *Penegakan Hukum*, Vol 6, Nomor 2 Desember 2019, hal. 121

ataupun pedesaan. Sehingga para pedagang tradisional beranggapan bahwa minimarket yang merusak perekonomian mereka.<sup>3</sup>

Kehadiran pasar modern awalnya tidak mengancam pasar tradisional sekitarnya karena pasar modern hanya dinikmati oleh kalangan menengah atas, namun sekarang ini kondisinya sudah banyak berubah, minimarket-minimarket kini selain ada dimana-mana, juga memasang harga promosi ataupun hadiah-hadiah dengan minimal belanja yang banyak sehingga tidak kalah saing dengan pasar tradisional karena masyarakat dengan gaya hidup modern sudah semakin banyak. Kondisi pasar modern yang lebih memiliki banyak keunggulan dibanding pasar tradisional menjadi ancaman serius bagi pasar tradisional, walaupun sebenarnya pasar tradisional juga memiliki keunggulan.<sup>4</sup>

Para konsumen pasti lebih memilih tempat belanja yang menguntungkan harganya serta tempat yang nyaman dan tidak kumuh untuk berbelanja dan pasar modern biasanya banyak yang buka hingga 24 jam, sedangkan pasar tradisional buka sampai jam 6 sore atau bahkan yang menjual bahan makanan buka setengah hari saja sehingga konsumen dari kalangan atas ataupun bawah kini banyak lebih memilih berbelanja di pasar modern apalagi yang biasanya sibuk kerja dan hanya memiliki waktu pada malam hari.

Posisi pasar tradisional apabila selama beberapa tahun kedepan sama seperti saat ini, maka pasar tradisional yang dimiliki pedagang kecil dapat ditekan dan

---

<sup>3</sup> Aulia Rachman, "Kebijakan Penataan Minimarket (Studi Deskriptif Implementasi Peraturan Bupati Sidoarjo Nomor 20 Tahun 2011 Tentang Penataan Minimarket di Kabupaten Sidoarjo, Volume 3 Nomor 2, Mei-Agustus 2015, hal. 33

<sup>4</sup> Sadino, Joesron Alie Syahbana. 2014. "*Pasar Tradisional Versus Pasar Modern di Daerah Perkotaan (Studi Kasus: Kecamatan Gondokusuman Kota Yogyakarta)*" ,Volume 10 (2) , Juni 2014, hal. 206

hilang oleh penguasa pasar modern yang merupakan masyarakat menengah keatas. Karena permintaan konsumen ke pasar modern lebih meningkat sedangkan permintaan konsumen ke pasar tradisional semakin menurun. Persaingan antar pasar tentu meningkatkan keinginan kuat untuk mendapat konsumen lebih banyak, tetapi juga menimbulkan kecemburuan sosial. Persaingan yang positif dalam dunia usaha tentu memberikan manfaat untuk pencapaian penggunaan sumber daya manusia secara optimal.<sup>5</sup>

Menghindari penurunan penjualan pada pasar tradisional, ada banyak hal yang perlu diperhatikan, salah satunya lingkungan usaha, faktor internal seperti tenaga kerja, peralatan, bahan baku, sistem administrasi, dan faktor eksternal seperti pemasok, pesaing, dan pembeli.<sup>6</sup>

Kehadiran pasar modern tentu tidak mendapat pikiran positif dari semua masyarakat, ada juga kalangan masyarakat yang lebih memilih pasar tradisional karena disana menjadi titik temu untuk berinteraksi sosial antar penjual dan pembeli, serta antar pembeli yang berada dalam kawasan perumahan sekitar, serta bebas melakukan tawar-menawar harga.

Harga merupakan nilai suatu barang dapat diukur juga salah satu faktor utama dalam penentuan indikator jumlah konsumen, harga murah menarik ketertarikan konsumen untuk membeli, oleh karena itu, para minimarket membuat promosi, hadiah-hadiah, pengumpulan poin, ataupun undian berupa pengumpulan kupon dengan minimal belanja.

---

<sup>5</sup> Mustafa Kamal Rokan. Hukum Persaingan Usaha, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hal. 1

<sup>6</sup> Putra Sian Arimawa dan Feri Leasiwal, *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional di Kota Tobelo Kabupaten Halmahera Utara*, Vol. 02, Nomor 03, November 2018, hal 290

Aspek pembayaran, konsumen lebih memilih harga yang tertera langsung seperti di pasar modern dan tidak lagi tawar-menawar. Namun ada konsumen yang lebih memilih harga yang dapat ditawar, bahkan di pasar tradisional juga biasanya boleh dihutang dan dibayar keesokan harinya. Hal ini tidak mungkin dapat dilakukan di pasar modern. Transaksi di pasar modern hanya dapat dicicil jika menggunakan kartu kredit tetapi tidak berhutang.

Suasana dan lokasi yang bersih sangat menentukan masyarakat lebih nyaman di pasar modern atau supermarket serta adanya pendingin udara, tidak harus saling bersesak-sesakan, panas-panas, serta kehujaan. Kini minimarket tidak hanya harus diakses langsung oleh konsumen di alamat, tetapi bisa juga melalui pembelian online. Minimarket juga sering melakukan penawaran gratis pengantaran yang tidak kita dapatkan di pasar tradisional. Selain itu, peluang terjadinya pencopetan atau pencurian lebih banyak di pasar tradisional, karena pembeli cenderung berdesak-desakan, serta jarang memiliki CCTV (Closed Circuit Television). Di pasar modern tentu lebih aman dan dapat dilakukan pengawasan melalui CCTV (Closed Circuit Television).

Kualitas barang, tergantung jenis produk yang dicari oleh konsumen, bahan pangan seperti daging atau sayur, kesegaran makanan umumnya lebih terjamin di pasar tradisional, salah satunya sayur-sayuran biasanya didapati langsung dari pegunungan. Hasil jualan di pasar tradisional rata-rata juga akan dihabiskan dalam sehari, tidak seperti pasar modern yang biasanya makanannya akan ditaruh di ruang pendingin dan dijual dalam beberapa hari. Tetapi variasi barang dalam pasar

modern lebih banyak karena juga dilengkapi dengan barang impor. Secara kuantitas juga, minimarket banyak yang memiliki persediaan barang di gudang.

Pasar tradisional juga biasanya hanya menjual barang-barang atau jasa, tetapi di minimarket menyediakan fasilitas pembayaran tagihan elektronik seperti PLN (Perusahaan Listrik Negara) , PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum), PGN (Perusahaan Gas Negara, Telkom, pengisian pulsa, tiket kereta api, pengisian kartu e-toll, dan lainnya. Transaksi ini pun tidak tersedia di pasar tradisional.

Penetapan harga juga sangat mempengaruhi harga dari pelaku usaha serta jumlah pembeli. Perlunya perjanjian penetapan harga agar tidak terjadinya diskriminasi harga diskriminasi harga dari produsen ke setiap konsumen, atau keuntungan yang didapat produsen berbeda kepada setiap konsumen.<sup>7</sup> Apabila harga yang didapat pasar tradisional dengan minimarket dari produsen berbeda, tentu harga jual ke pembeli akan berbeda, karena harga merupakan faktor penentu jumlah permintaan masyarakat terhadap suatu barang.

Kepuasan, kebutuhan, dan keinginan konsumen juga menjadi tujuan utama para pemilik usaha, satu konsumen yang tidak puas dapat menyebarkan hal negatif satu orang ke orang lainnya. Sebaliknya, satu konsumen yang merasa puas dengan pelayanan ataupun produknya dapat menyebarkan ke para konsumen lainnya serta konsumen tersebut dapat menjadi langganan loyalitas. Oleh sebab itu, pelayanan (service) dari penjual atau sales kepada konsumen sangatlah diperlukan.

Banyaknya minimarket di kota Medan dikarenakan waralaba tersebut mudah dimulai karena tidak memerlukan modal yang besar serta mudah mendapat

---

<sup>7</sup> Alum Simbolon. *Hukum Persaingan Usaha*, Edisi Kedua, (Yogyakarta: Liberty, 2018), hal. 12-13



keuntungan, hanya berkisar kurang dari Rp. 1 Miliar sudah termasuk lokasi serta stok barang dagangannya, jadi pebisnis waralaba sudah dapat memulai dagangannya dengan mudah setelah mengurus perizinannya. Pada tahun 2017, Indonesia juga menjadi rumah Minimarket terbanyak di Asia Tenggara, “Laporan Nielsen’s What’s Next for Southeast Asia” menunjukkan, jumlah minimarket di Indonesia mencapai 43.826 toko pada 2017. Dari tahun ke tahun, pertumbuhan minimarket juga meningkat sekitar 3,2%.<sup>8</sup>

Pertumbuhan minimarket yang pesat tentu mendapat nilai positif bagi Negara karena menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang semakin baik serta dapat meningkatkan daya tarik bagi para investor.

Pertumbuhan minimarket di kota Medan terhitung pesat sehingga dalam peningkatan pelayanan dan pengawasan, pemerintah mengeluarkan kebijakan yang tertuang pertama adalah Peraturan Walikota Medan Nomor 20 Tahun 2011 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern mengatur persyaratan penentuan jarak pendirian Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern yaitu :

Khusus minimarket jarak minimal 500 M (lima ratus meter) dari minimarket yang sudah ada, dan minimal berjarak 500 M (lima ratus meter) dari jarak pasar tradisional.<sup>9</sup>

Pada perubahan pertama yaitu Peraturan Walikota Medan Nomor 23 Tahun 2012 Tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota Medan Nomor 20 Tahun 2011 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko

---

<sup>8</sup> Jumlah Minimarket Indonesia terbanyak di Asia Tenggara <<https://www.marketeers.com/jumlah-minimarket-indonesia-terbanyak-di-asia-tenggara/>> (diakses pada tanggal 3 Februari 2021 jam 11:35 AM)

<sup>9</sup> Peraturan Walikota Medan No. 20 Tahun 2011

Modern memuat penambahan ketentuan mengenai Persyaratan IUTM minimarket melampirkan KTP, Akta Pendirian Perusahaan yang berbadan hukum, IMB sesuai peruntukan, Surat Izin, Prinsip Usaha yang telah disahkan Dinas berdasarkan hasil kajian analisa dampak sosial ekonomi dari instansi dan atau lembaga yang kompeten, SITU dan Surat Izin Gangguan, mengenai keajiban pelaporan jumlah gerai, omset penjualan seluruh gerai, jumlah UMKM dan jumlah tenaga kerja yang terserap, serta larangan-larangan dalam pendirian minimarket.<sup>10</sup>

Pada perubahan kedua yaitu Peraturan Walikota Medan Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Walikota Medan Nomor 20 Tahun 2011 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern yang melakukan penghapusan ketentuan Pasal 7 ayat 3 Peraturan Walikota Medan Nomor 20 Tahun 2011 berisi jarak minimal khusus minimarket 500 M (lima ratus meter) dan hanya memuat agar memperhatikan jarak antara pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya.

Penghapusan ketentuan Pasal 7 ayat (3) dalam Peraturan Walikota Medan Nomor 20 Tahun 2011 di Peraturan Walikota Nomor 47 tahun 2012 mengakibatkan semakin berjamurnya minimarket-minimarket di dekat pasar tradisional ataupun yang saling berdekatan atau bersebelahan dikarenakan tidak adanya lagi pengaturan mengenai zonasi yang jelas pada tiap minimarket seperti sebelumnya diatur pada Peraturan Walikota Medan tahun 2011, maka tidak adanya sanksi terhadap para

---

<sup>10</sup>Chairi, Zulfi, Aflah, Utary Maharany, Op.Cit, hal. 123-124.



pendiri minimarket tersebut. Berdirinya gerai minimarket-minimarket ini tentu tidak lepas dari izin Pemerintah yang memberikan izin mendirikan minimarket.

Izin pendirian waralaba di kota Medan, menurut data dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu (DPM dan PPTSP) banyak waralaba-waralaba yang berdiri di kota Medan tidak sesuai dengan izin, salah satu yang menjadi alasan tidak mendapatkan izin adalah karena tidak sesuai dengan ketentuan dan syarat pendirian waralaba. Jadi, perlu adanya pengawasan dari Dinas Perdagangan dalam pendirian waralaba serta adanya kebijakan dari pemerintah mengenai pengaturan jarak dan lokasi antara toko tradisional dengan minimarket.<sup>11</sup>

Pedagang pasar tradisional berharap pemerintah daerah dapat mengatur zonasi pendirian pasar modern (minimarket) atau pembatasan pendirian pasar modern sehingga tidak berjamurnya pasar modern dimana-mana dan mengganggu jalannya usaha para pedagang kecil.

Etika dalam melakukan bisnis juga sangat diperlukan, karena etika adalah yang menentukan manakah nilai budaya yang relevan dengan tuntutan zaman, apakah etika tersebut harus ditinggalkan karena bertentangan dengan perkembangan zaman, ataupun dikembangkan.<sup>12</sup> Namun dalam halnya pasar modern dan pasar tradisional, ketika salah satu pihak memulai monopoli pasar, akan susah bagi pihak yang dirugikan untuk dapat memaksa pihak satu lagi tetap patuh jika tidak adanya aturan yang mengikat serta pemaksaan kepada pihak yang memonopoli.<sup>13</sup> Karena

---

<sup>11</sup> *Ibid.*

<sup>12</sup> Yosephus, L.Sinuor. *Etika Bisnis: Pendekatan Filsafat Moral terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer*, ( Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010), hal. 10

<sup>13</sup> Sembiring, Sentosa. 2017. *Hukum Dagang*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, hal.237.

pada dasarnya pebisnis memiliki keinginan untuk mendapat keuntungan lebih atau menggandakan keuntungan dengan upaya apapun.

Peneliti melakukan penelitian pada jarak minimarket seperti Indomaret dan Alfamart atau Alfamidi dengan pasar tradisional di kota Medan sebagai objek penelitian. Berdasarkan evaluasi peneliti pada minimarket di kota Medan, maka peneliti tertarik mengambil judul mengenai **“Pelaksanaan Peraturan Walikota Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Walikota Medan Nomor 20 Tahun 2011 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern terkait Pendirian Minimarket di Kota Medan”** dan menganalisis mengenai dampak pelaksanaan Peraturan Walikota Medan tersebut terhadap pasar tradisional.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Permasalahan dalam tugas akhir ini dapat dirumuskan sebagai berikut

- 1.2.1 Apa perubahan isi Peraturan Walikota Medan Nomor 47 Tahun 2012 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Walikota Medan Nomor 20 Tahun 2011 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern jika dibandingkan dengan Peraturan Walikota Nomor 20 Tahun 2011 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern terkait jarak pendirian minimarket?
- 1.2.2 Apa dampak pelaksanaan Peraturan Walikota Nomor 47 Tahun 2012 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Walikota Medan Nomor 20 Tahun

2011 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern terhadap Pasar Tradisional?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk memenuhi tugas akhir saya untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Pelita Harapan Medan. Namun selain tujuan diatas, tujuan lainnya yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perubahan isi Peraturan Walikota Nomor 47 Tahun 2012 dibandingkan dengan Peraturan Walikota Nomor 20 Tahun 2011 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern.
2. Untuk mengetahui dampak pelaksanaan Peraturan Walikota Medan Nomor 47 Tahun 2012 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Walikota Medan Nomor 20 Tahun 2011 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern terhadap pasar tradisional.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Bagi Peneliti, mengembangkan ilmu hukum mengenai penataan pasar modern serta dapat mengaplikasikannya ke masyarakat.
  - b. Bagi Masyarakat, untuk menambah wawasan dan arahan yang benar mengenai keberadaan antar pasar modern di kota Medan.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pemerintah, agar dapat membantu revitalisasi terhadap pasar tradisional dan dapat meningkatkan kebijakan dalam pembangunan pasar modern dan tidak merugikan pihak lainnya.
- b. Bagi pengusaha, sebagai bahan pertimbangan dalam menerapkan pengembangan usahanya serta mempertimbangkan dampak terhadap pasar yang lebih kecil daripada minimarket.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan dalam tugas akhir ini, disusun sebagai berikut:

#### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, dan Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan

#### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang tinjauan teori mengenai Pasar Modern

#### BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode pengumpulan data, waktu dan tempat penelitian, dan analisis data.

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Bab ini berisi analisis dari hasil pengolahan data dan pembahasan mengenai Pelaksanaan Peraturan Walikota mengenai Pasar Modern (Minimarket)

#### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini, berisikan beberapa kesimpulan dan saran pada hasil penelitian.