



**ANALISIS HUKUM PERSAINGAN USAHA DALAM PERSAINGAN ANTARA
MINIMARKET BERJARINGAN DENGAN UMKM**

**Studi Kasus: Alfamart dan Toko atau Warung Kelontong
di Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten**

SKRIPSI

**DISUSUN OLEH:
DEVY KUSUMA WATI
NIM 101160006**

**SEKOLAH TINGGI HUKUM INDONESIA JENTERA
JAKARTA
2020**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Pernyataan Penyusunan Skripsi

Saya, Devy Kusuma Wati,

dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

Bahasa Indonesia:

Analisis Hukum Persaingan Usaha dalam Persaingan antara Minimarket Berjaringan dengan UMKM

Studi kasus: Alfamart dan Toko atau Warung Kelontong di Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten

Bahasa Inggris:

*Analysis of the Competition Law in Competition between Integrated Minimarkets and UMKM
Case study: Alfamart and Grocery Stores in Polanharjo, Klaten Regency*

adalah benar hasil karya saya dan belum pernah diajukan sebagai karya ilmiah, sebagian atau seluruhnya, atas nama saya atau pihak lain.

Jakarta, 25 Agustus 2020



Devy Kusuma Wati

NIM. 101160006

PENGESAHAN PEMBIMBING

**ANALISIS HUKUM PERSAINGAN USAHA DALAM PERSAINGAN ANTARA
MINIMARKET BERJARINGAN DENGAN UMKM**

**Studi Kasus: Alfamart dan Toko atau Warung Kelontong
di Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten**

DEVY KUSUMA WATI

NIM 101160006

Jakarta, (25 Agustus 2020)

Mengetahui

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Gita Putri Damayana, S.H., LL.M.

Eryanto Nugroho, S.H., LL.M.

PERSETUJUAN PANITIA SIDANG SKRIPSI

**ANALISIS HUKUM PERSAINGAN USAHA DALAM PERSAINGAN ANTARA
MINIMARKET BERJARINGAN DENGAN UMKM**

**Studi Kasus: Alfamart dan Toko atau Warung Kelontong
di Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten**

DEVY KUSUMA WATI

NIM 101160006

Disetujui untuk diajukan dalam Sidang Ujian Skripsi

**Panitia Sidang Ujian Sarjana Hukum
Sekolah Tinggi Hukum Indonesia Jentera**

**Wakil Ketua Bidang Akademik dan Penelitian
Sekolah Tinggi Hukum Indonesia Jentera**

Giri Ahmad Taufik, S.H., LL.M., Ph.D.

FORMULIR PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Devy Kusuma Wati
Nomor Induk Mahasiswa : 101160006
Bidang Studi : Hukum Bisnis
Nomor Telepon : 085725362909
Email : devy.kusuma@jentera.ac.id

demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyerahkan karya ilmiah berupa skripsi, dengan judul:

“Analisis Hukum Persaingan Usaha dalam Persaingan antara Minimarket Berjaringan dengan UMKM” (Studi kasus: Alfamart Keprabon dengan Toko/Warung Kelontong di Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah)

Dan menyetujui memberikan kepada Sekolah Tinggi Hukum Indonesia Jentera Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini, Sekolah Tinggi Hukum Indonesia Jentera berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta, dengan menerapkan prinsip-prinsip, etika, dan aturan hukum yang berlaku tentang penggunaan informasi.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Sekolah Tinggi Hukum Indonesia Jentera atas segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah saya ini.

Jakarta, 25 Agustus 2020

Menyetujui,

Yang menyatakan,

Pembimbing I

Pembimbing II

Ketua Bidang Studi



Devy Kusuma Wati

Gita Putri Damayana,
S.H., LL.M.

Eryanto Nugroho,
S.H., LL.M.

M. Faiz Aziz,
S.H., LL.M.

ABSTRAK

Pada kurun waktu sepuluh tahun belakangan, perkembangan bisnis di Indonesia didominasi oleh waralaba jenis toko modern. Dari berbagai bentuk toko modern, perkembangan paling pesat terjadi pada minimarket. Seiring perkembangannya yang begitu pesat, tidak menafikkan terjadinya banyak konflik yang melibatkan minimarket dengan toko kelontong konvensional di sekitarnya. Secara umum, minimarket terbagi menjadi dua, yaitu minimarket yang berdiri sendiri dan minimarket berjaringan. Minimarket berjaringan umumnya termasuk dalam usaha besar, sementara toko kelontong konvensional adalah usaha mikro atau kecil. Konflik yang terjadi antara keduanya seringkali didasari karena pendirian minimarket berjaringan berlokasi sangat dekat dengan toko kelontong konvensional. Dalam penelitian ini juga dilakukan penelusuran regulasi mengenai pengaturan soal jarak pendirian minimarket di Jawa Tengah. Kemudian penulis tertarik untuk menganalisis bagaimana relasi persaingan usaha antara minimarket dengan toko kelontong konvensional. Apakah hanya dengan melihat bahwa salah satunya adalah usaha besar dan yang lain adalah usaha mikro atau kecil, lantas terdapat pelaku usaha yang menduduki posisi dominan. Studi kasus dalam penelitian ini dilakukan terhadap Alfamart (usaha besar) dan toko kelontong konvensional (UMKM) di Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah.

Kata kunci: minimarket berjaringan, toko kelontong konvensional, UMKM, pasar bersangkutan, posisi dominan.

ABSTRACT

In the past ten years, business development in Indonesia has been dominated by franchises with modern store types. Of the various forms of modern market, the fastest development has occurred in minimarkets. Along with its rapid development, it does not deny that there are many conflicts involving minimarkets and conventional grocery stores in the vicinity. In general, minimarkets are divided into two, namely independent minimarkets and integrated minimarkets. Integrated minimarkets are generally considered large businesses, while conventional grocery stores are micro or small businesses. The conflicts that occur between the two of them are often based on the establishment of minimarkets in Central Java. Then the authors are interested in analyzing how the business competition relationship between minimarkets and conventional grocery stores. Is it only by seeing that one of them is a large business and the other in a micro or small business, then there are business actors who occupy a dominant position. The case study in this research was conducted on Alfamart (large business) and conventional grocery stores (UMKM) in Polanharjo District, Klaten Regency, Central Java.

Key words: integrated minimarket, conventional grocery stores, UMKM, relevant market, dominant position

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, meski di tengah pandemi. Skripsi ini berjudul “Analisis Hukum Persaingan Usaha dalam Persaingan antara Minimarket Berjaringan dengan UMKM”. Penulisan skripsi ini berangkat dari fakta bahwa minimarket berjaringan yang merupakan usaha besar banyak ditemukan berdiri berdampingan dengan UMKM, yaitu toko kelontong konvensional. Padahal, secara umum keduanya sama-sama menjual barang-barang keperluan rumah tangga secara eceran. Lalu apakah jika lokasi usaha keduanya berdekatan, akan menimbulkan adanya masalah? Serta bagaimana jika ditinjau dari segi persaingan usaha? Maka, dalam skripsi ini, penulis akan mengkaji soal relasi antara minimarket berjaringan dengan toko kelontong konvensional dalam hukum persaingan usaha. Kemudian penulis juga akan melihat apakah keduanya berada dalam pasar bersangkutan yang sama dan terdapat adanya posisi dominan. Skripsi ini juga diawali dengan penelusuran penulis terhadap peraturan daerah tingkat kabupaten/kota mengenai ketentuan lokasi pendirian minimarket.

Penulis sangat menyadari bahwa selesainya penulisan skripsi ini juga tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Tanpa mengurangi rasa hormat, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang tentu tidak dapat penulis sebutkan semuanya. Akan tetapi, pada kesempatan ini penulis ingin menghaturkan terima kasih secara khusus kepada:

1. Orang tua penulis yang selalu mendoakan kebaikan bagi penulis dan menularkan semangatnya setiap harinya, serta selalu mengingatkan soal tanggung jawab penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini.
2. Gita Putri Damayana, S.H., LL.M., selaku Pembimbing I dan Eryanto Nugroho, S.H., LL.M., selaku Pembimbing II yang selalu bersedia meluangkan waktunya untuk berdiskusi dan memberikan banyak masukan serta arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Muhammad Faiz Aziz, S.H., S.IP., LL.M., selaku Ketua Bidang Studi Hukum Bisnis yang telah memberikan arahan baik substansi maupun teknis dalam pengerjaan skripsi ini.

4. Fajri Nursyamsi, S.H., M.H., selaku Pembimbing Akademik sejak pertama masuk di Jentera yang selalu meluangkan waktu setidaknya tiap awal semester untuk berdiskusi dan berkonsultasi mengenai perkembangan dan hambatan saat berkuliah di Jentera.
5. Emir Nurmansyah selaku pemberi beasiswa dalam kuliah yang ditempuh penulis di Jentera. Berkat beliau penulis bisa mendapatkan akses pendidikan jenjang S1 di Jentera ini yang tentunya akan mengantarkan penulis untuk merajut masa depan yang lebih baik.
6. Staf administrasi Jentera dan Staf Perpustakaan Daniel S. Lev, wa bil khusus kepada Mbak Aci, Kak Aca, Mbak Devi, Teh Tuti, Teh Putri dan Pak Farli yang telah membantu penulis untuk memenuhi segala persyaratan administratif dan teknis penelusuran kepustakaan dalam pengerjaan skripsi ini.
7. Silvia Nety Cahyaningsih (kakak penulis), Adi Irfan Budi Pratama (adik penulis), serta Keluarga besar Simbah Priyo Suparto dan Simbah Siti Markamah yang telah memberikan doa, semangat dan dukungan kepada penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
8. Fatchurrahman dan Nur Syahid sebagai guru (spiritual) penulis yang selalu memberikan nasehat dan dukungan sejak dulu, terutama saat berkuliah di Jentera dan dalam pengerjaan skripsi ini.
9. Salma Kusumawardani, Sherlyana Nugraheni, Febriana Kusumawati, Vindi Octaviani, Adelia Rahmawati, Kinnara Syamsu Dajanti, dan Wahid Nuril Firdaus selaku sahabat-sahabat saya yang sangat konsisten menjaga keharmonisan sekaligus kehumorisan dalam rumah tangga persahabatan kami dan selalu mendukung satu sama lain.
10. Fitriah (Fitritip/Fitrikim/Tiptop), selaku teman pertama penulis di Jentera yang kemudian menjadi teman berjuang dan bertumbuhkembang selama berkuliah sampai saat skripsi ini diselesaikan, serta selalu menjadi pendengar yang baik dan berhasil menularkan energi positifnya dengan cara yang unik.
11. Geng Otsus alias Otewe Sukses a.k.a Kak Dayat dan Fatma yang selalu bersedia berbagi keluh kesah serta mencari solusi bersama-sama, baik dalam pengerjaan skripsi ini atau setiap detik sejak bergabung dalam peminatan Hukum Bisnis.
12. Tante Reiny, Mami Surti, dan si kembar Ari dan Arif dari Geng Bisnis yang juga selalu saling menularkan semangat dalam menjalani perkuliahan dan pengerjaan skripsi ini.

13. Geng angkatan 2016 Jentera (Andri, Anita, Debby, Fazaa, Kakjo, Kimar, Leona, Masgun, Nufa, Sitiw dan Vita) yang telah kebersamai dalam berjuang, berbagi semangat dan pengetahuan dari awal kuliah sampai saat skripsi ini diselesaikan.
14. Geng Ciwi (Mbecuk, Mawardah, Kakdi, Mbajus, Jengak, Nisya, dan Yuplek) yang telah menjadi kawan seperjuangan sejak SMA dan telah memberikan dukungan serta dorongan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
15. Ucapan terima kasih yang terakhir namun spesial penulis haturkan kepada Isnaini Arif Wibowo yang telah banyak sabar memberi semangat dan dukungan kepada penulis dalam menjalani setiap tantangan, khususnya dalam perkuliahan dan pengerjaan skripsi ini.

Demikian yang penulis sampaikan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak. Sekali lagi, terima kasih.

DAFTAR ISI

ANALISIS HUKUM PERSAINGAN USAHA DALAM PERSAINGAN ANTARA MINIMARKET BERJARINGAN DENGAN UMKM	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PANITIA SIDANG SKRIPSI	iv
FORMULIR PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR SINGKATAN	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I: PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Pertanyaan Penelitian	18
I.3 Tujuan Penelitian	18
I.4 Kegunaan Penelitian	19
I.5 Kerangka Konseptual	19
I.5.1 Persaingan Usaha dan Posisi Dominan	19
I.5.2 Minimarket dan Minimarket Berjaringan	20
I.5.3 Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	21
I.6 Metodologi Penelitian	22
I.6.1 Metode Penelitian	22
I.6.2 Metode Pengumpulan Data	22
I.7 Sistematika Penulisan	23
BAB II: KONSEP DAN PENGATURAN SOAL MINIMARKET DAN UMKM	25
II.1 Konsep Dan Pengaturan Tentang Minimarket	25

II.2 Konsep Dan Pengaturan Tentang UMKM	29
BAB III: KONSEP DAN PENGATURAN SOAL POSISI DOMINAN	32
III.1 Posisi Dominan	32
III.2 Pasar Bersangkutan	33
III.3 Penentuan Posisi Dominan	35
III.4 Penyalahgunaan Posisi Dominan	37
III.5 Contoh Kasus Penyalahgunaan Posisi Dominan.....	47
III.5.1 Perkara No. 14/KPPU-L/2015	47
III.5.2 Perkara No. 10/KPPU-I/2016	48
BAB IV: ANALISIS POSISI DOMINAN TERHADAP ALFAMART KEPRABON	51
IV.1 Profil Para Pelaku Usaha	51
IV.1.1 Alfamart Keprabon	51
IV.1.2 Warung Pertiwi	52
IV.2 Pendefinisian Pasar Bersangkutan.....	53
IV.3 Penentuan Posisi Dominan	56
BAB V: PENUTUP	57
Kesimpulan	58
DAFTAR PUSTAKA	61

DAFTAR SINGKATAN

APRINDO	: Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia
BUMD	: Badan Usaha Milik Daerah
BUMN	: Badan Usaha Milik Negara
CV	: <i>Commanditaire Vennootschap</i>
IOM	: <i>Internal Office Memo</i>
KEMENDAG	: Kementerian Perdagangan RI
KPD	: Kantor Perwakilan Daerah
KPPU	: Komisi Pengawas Persaingan Usaha
PERDA	: Peraturan Daerah
PERMENDAG	: Peraturan Menteri Perdagangan
PERPRES	: Peraturan Presiden
STPW	: Surat Tanda Pendaftaran Waralaba
UMKM	: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
UU	: Undang-Undang

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Peraturan Daerah Tingkat Kabupaten/Kota di Jawa Tengah mengenai Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern	6
Tabel 2: Kriteria Usaha Mikro, Kecil, Menengah, dan Besar	31
Tabel 3: Pasal Terkait Penyalahgunaan Posisi Dominan	39
Tabel 4: Perbedaan Ritel Modern dengan Ritel Tradisional	54
Tabel 5: Perbedaan Pasar Modern dengan Pasar Tradisional.....	54

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Pada kurun waktu 10 (sepuluh) tahun belakangan ini, perkembangan bisnis di Indonesia didominasi oleh waralaba yang peningkatannya begitu pesat. Selama waktu tersebut, tercatat bahwa Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (Kemendag) telah menerbitkan 370 Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW).¹ Kemudian dari peningkatan bisnis waralaba tersebut, lebih didominasi oleh waralaba pada jenis usaha toko modern. Menurut data yang dihimpun *Katadata.co.id*, pertumbuhan industri toko modern pada 2018 mencapai 9-10%.² Toko modern merupakan toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, department store, hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.³ Dari berbagai bentuk toko modern tersebut, pertumbuhan paling pesat terjadi pada minimarket. Berdasarkan keterangan dari Roy N Mandey, Ketua Umum Asosiasi Perusahaan Ritel Indonesia (Aprindo), bahwa pertumbuhan minimarket di Indonesia mencapai 15% setiap tahun.⁴

Secara tersirat pada Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern (Perpres No. 112 Tahun 2007)⁵ serta tersurat pada beberapa peraturan daerah⁶ sebagai peraturan turunan dari Perpres No. 112 Tahun 2007, terdapat dua jenis minimarket yaitu yang dikelola secara mandiri dan minimarket yang berjaringan. Dalam Perpres No. 112 Tahun 2007, definisi minimarket berjaringan tidak diatur

¹ Mochamad Januar Rizki, "Permendag 71/2019 Dorong Pertumbuhan dan Daya Saing Waralaba", *Hukumonline.com*, 27 November 2019, <https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt5dde34a00aebc/permendag-71-2019-dorong-pertumbuhan-dan-daya-saing-waralaba/> diakses 28 Januari 2020

² Michael Reily dan Yuliawati, "Retail Minimarket Masih Tumbuh 1000 Gerai Tiap Tahun", *Katadata.co.id*, 27 Januari 2019, <https://katadata.co.id/opini/2019/01/27/retail-minimarket-masih-tumbuh-1000-gerai-tiap-tahun>, diakses 29 Januari 2020.

³ Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, Ps. 1 angka 5

⁴ Michael Reily dan Yuliawati, *supra note 2*.

⁵ Ps. 1 angka 5 dan angka 6

⁶ Misalnya Perda Bekasi No. 7 Tahun 2012 tentang Penataan dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, Ps. 1 angka 12 dan angka 20; Perda Pati No. 2 Tahun 2019 tentang Penataan Pasar Rakyat dan Toko Swalayan, Ps. 1 angka 7, angka 8 dan angka 9; dan Perda Jepara No. 3 Tahun 2010 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, Ps. 1 angka 21 dan angka 23.

secara eksplisit, karena peraturan ini hanya mendefinisikan pengelola jaringan minimarket. Pada Pasal 1 angka 6, bahwa “pengelola jaringan minimarket adalah pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha di bidang minimarket melalui satu kesatuan manajemen dan sistem pendistribusian barang ke outlet yang merupakan jaringannya”. Maka dapat dikatakan bahwa jaringan minimarket atau minimarket berjaringan adalah minimarket yang memiliki satu kesatuan manajemen dan sistem pendistribusian barang ke outlet yang merupakan jaringannya. Sama halnya dengan minimarket berjaringan sebagaimana didefinisikan Peraturan Daerah Pati No. 2 Tahun 2019 tentang Penataan Pasar Rakyat dan Toko Swalayan. Pada Pasal 1 angka 9 peraturan ini mengatur bahwa “minimarket berjaringan adalah minimarket yang melakukan kegiatan usaha melalui satu kesatuan manajemen dan sistem pendistribusian barang ke outlet yang merupakan jaringannya”.

Sebagai salah satu contoh minimarket yang mempunyai jaringan besar adalah Alfamart milik PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Perkembangan Alfamart sangat pesat. Sejak mulai berekspansi pada 2002, pada periode Januari sampai dengan Maret tahun 2019 tercatat telah mempunyai total 13.726 gerai di seluruh Indonesia.⁷ Pada gerai-gerai Alfamart tersebut, baik gerai milik Alfamart maupun gerai waralaba, terdapat sistem manajemen dan pendistribusian yang terintegrasi.⁸ Maka, hal-hal tersebut cukup untuk menyebut Alfamart sebagai minimarket yang berjaringan.

Dilihat dari cara penjualannya, minimarket termasuk dalam kegiatan usaha yang menjual barang secara eceran.⁹ Hal yang sama juga dilakukan oleh toko kelontong konvensional yang umumnya dimiliki sekaligus dikelola oleh pelaku usaha mikro atau kecil secara mandiri, baik toko yang berada dalam pasar tradisional, maupun di luar. Namun, biasanya masih dalam lingkungan pemukiman. Sementara itu, minimarket juga diperbolehkan untuk berlokasi di mana saja, termasuk pada sistem jaringan jalan lingkungan.¹⁰ Maka, pada nyatanya minimarket dan toko kelontong konvensional menjalankan usaha secara berdampingan. Akan tetapi, tidak jarang terjadi adanya konflik antara keduanya. Berikut adalah contoh konflik tersebut:

1. Konflik antara Alfamart dengan pemilik toko di Bontoa, Maros, Sulawesi Selatan

⁷ Viva Budi Kusnandar, “Berapa Jumlah Gerai Alfamart?”, *Katadata.co.id*, 9 Juli 2019, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/09/berapa-jumlah-gerai-alfamart>, diakses 5 Februari 2020.

⁸ Alfamart, “Kantor Pusat Alfamart dan 30 Kantor Cabang yang Tersebar di Seluruh Indonesia”, *Alfamartku.com*, <https://www.alfamartku.com/lokasi-kantor-alfamart>, diakses 05 Juni 2020.

⁹ Perpres No. 112 Tahun 2007, Ps. 1 angka 5 *jo*. Ps. 3 ayat (3) huruf a.

¹⁰ Perpres No. 112 Tahun 2007, Ps. 5 ayat (4).

Konflik ini terjadi pada Oktober tahun 2013 ketika adanya pembangunan gerai Alfamart di daerah tersebut yang hanya berjarak 200 meter dari pasar tradisional. Selain dengan pasar tradisional, gerai Alfamart tersebut juga dekat dengan toko atau warung kelontong milik warga sekitar. Kemudian para warga tersebut menyatakan penolakan mereka atas dibangunnya Alfamart tersebut. Menurut keterangan salah satu warga, Anwar Abdullah, yang kemudian diperkuat dengan pernyataan dari Ketua Komisi II DPRD Maros, HA Husain Rasul, bahwa telah ada peraturan pada tingkat daerah kabupaten yang mengatur soal jarak lokasi minimarket setidaknya 1000 meter dari pasar tradisional.¹¹ Akan tetapi pernyataan itu tidak dilengkapi dengan detail peraturan yang dimaksud, sehingga tidak jelas peraturan apa yang dirujuk.

Pasalnya, pada 28 September 2011, di Kabupaten Maros telah diadakan sebuah audiensi yang melibatkan Bupati Maros, KPD Makassar serta KPPU. Dalam acara tersebut, KPPU memberikan advokasi kepada Pemerintah Kabupaten Maros mengenai kebijakan penataan minimarket. Kemudian, dalam acara tersebut Pemerintah Kabupaten Maros juga dituntut agar sigap untuk dapat mengatur dan menata pasar modern dan pasar tradisional.¹² Jadi dapat disimpulkan bahwa pada saat diadakan audiensi tersebut, Pemerintah Kabupaten Maros belum melakukan pengaturan mengenai penataan minimarket sebagai salah satu toko modern. Penelusuran secara daring mengenai Peraturan Daerah Kabupaten Maros yang mengatur hal itu juga telah dilakukan, tetapi tidak ada. Hingga saat ini, belum diketahui apakah memang belum diterbitkan peraturannya, atau telah diterbitkan tetapi dokumennya tidak tersedia di berbagai media daring.

2. Konflik antara Alfamart dengan pemilik toko di Sawahan, Madiun, Jawa Timur

Konflik ini terjadi pada bulan Agustus tahun 2017 ketika sebuah gerai Alfamart akan dibuka di Kecamatan Sawahan, Kabupaten Madiun, Jawa Timur. Beberapa warga yang merupakan pemilik toko di Sawahan melakukan aksi protes. Mereka beranggapan bahwa dengan dibukanya Alfamart di daerah itu, maka masyarakat atau konsumen akan lebih memilih untuk berbelanja di Alfamart tersebut. Kemudian mereka juga berkesimpulan bahwa keberadaan Alfamart tersebut

¹¹ Najmi Limonu, "Warga Bontoa Tolak Pembangunan Alfamart", *Sindonews.com*, 2 Oktober 2013, <https://daerah.sindonews.com/read/789896/25/warga-bontoa-tolak-pembangunan-alfamart-1380700282>, diakses pada 4 Februari 2020.

¹² KPPU, "Audiensi Bupati Maros, Kota Makassar, Mengenai Kebijakan Penataan Minimarket yang Menganut Persaingan Usaha yang Sehat", *Kppu.go.id*, <https://www.kppu.go.id/id/blog/2011/10/audiensi-bupati-maros-kota-makassar/>, diakses 6 Juni 2020.

akan mematikan usaha mereka. Sementara pihak Alfamart menanggapi dengan menegaskan bahwa mereka telah memenuhi prosedur perizinan yang berlaku. Pihaknya juga mempersilahkan warga jika tetap ingin melakukan protes, asalkan menggunakan dasar yang jelas.¹³

Konflik yang terjadi pada kedua waktu yang berbeda tersebut serupa, yaitu adanya penolakan dari warga pemilik warung atau toko terhadap adanya gerai minimarket berjaringan yang akan beroperasi di daerah tersebut. Alasan dibalik penolakan tersebut adalah bahwa gerai minimarket tersebut berada dengan jarak sangat dekat dengan toko atau warung kelontong milik para warga. Kemudian muncul anggapan bahwa hal itu akan mematikan usaha mereka atau setidaknya akan mempengaruhi kelangsungan usaha mereka. Mengenai hal ini, telah ada penelitian yang dilakukan oleh Melita Iffah, Fauzul Rizal Sutikno, dan Nindya Sari dalam “Pengaruh Toko Modern terhadap Toko Usaha Kecil Skala Lingkungan (Studi kasus: Minimarket Kecamatan Blimbing, Kota Malang)”. Terdapat kesimpulan bahwa secara umum jangkauan pelayanan toko usaha kecil jauh lebih sempit jika dibandingkan dengan minimarket. Pangsa pasar toko usaha kecil cenderung hanya lingkungan sekitarnya saja, sementara minimarket memiliki pangsa pasar yang lebih luas dari itu. Bahkan, jangkauan pelayanan minimarket dapat mengiris atau menutupi jangkauan pelayanan toko kecil.¹⁴

Dengan demikian, apakah terdapat adanya isu soal persaingan usaha dalam konflik yang melibatkan Alfamart sebagai minimarket berjaringan dengan toko kelontong konvensional? Di Indonesia, persaingan usaha diatur dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (UU No. 5 Tahun 1999). Persaingan usaha dapat diartikan sebagai upaya yang dilakukan pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan dalam mekanisme pasar, yaitu dengan memenangkan preferensi konsumen. Maka hasil akhir dari upaya tersebut adalah hal-hal yang dapat dinikmati oleh konsumen, misalnya harga yang lebih murah, ketersediaan produk yang bervariasi, serta pelayanan yang baik.¹⁵ Dengan diberlakukannya UU No. 5 Tahun 1999, terlihat bahwa kegiatan usaha di Indonesia adalah terbuka bagi setiap pelaku

¹³ Sugeng Harianto, “Dianggap Matikan Usaha, Minimarket Ini Diprotes Pemilik Toko”, *Detik.com*, 29 Agustus 2017, <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-3620740/dianggap-matikan-usaha-minimarket-ini-diprotes-pemilik-toko>, diakses 26 Januari 2020.

¹⁴ Melita Iffah, Fauzul Rizal Sutikno, dan Nindya Sari, “Pengaruh Toko Modern terhadap Toko Usaha Kecil Skala Lingkungan (Studi kasus: Minimarket Kecamatan Blimbing, Kota Malang)”, *Jurnal Tata Kota dan Daerah Vol. 3* (2011): 62.

¹⁵ Andi Fahmi Lubis, dkk, *Hukum Persaingan Usaha* (Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2017), hlm. 24.

usaha. Setiap pelaku usaha tersebut dapat bersaing di pasar yang bersangkutan untuk menjadi pelaku usaha yang unggul dan memproduksi barang yang berkualitas serta memberikan pelayanan yang lebih baik. Meskipun demikian, dalam tataran implementasi harus tetap pro terhadap masyarakat kecil dan lemah karena pengimplementasian ekonomi pasar tersebut tetap harus memperhatikan Pasal 33 UUD 1945.¹⁶

Dalam hukum persaingan usaha, dikenal adanya posisi dominan. Pada pokoknya, posisi dominan adalah kedudukan bagi pelaku usaha yang paling unggul pada pasar yang bersangkutan. Kedudukan ini membuat pelaku usaha tersebut tidak mempunyai pesaing yang berarti dalam hal penguasaan pangsa pasar. Posisi unggul yang dimiliki adalah dalam kaitannya mengenai kemampuan keuangan, akses pada pasokan serta dalam penyesuaian pasokan atau permintaan barang atau jasa tertentu.¹⁷ Kemudian apakah konsep mengenai posisi dominan ini tepat untuk menggambarkan relasi antara minimarket berjaringan dengan toko kelontong konvensional? Pertanyaan ini akan menjadi penuntun bagaimana arah penelitian ini dilakukan. Jadi, penelitian ini adalah mengenai analisis hukum persaingan usaha khususnya soal posisi dominan antara minimarket berjaringan dengan toko kelontong konvensional.

Selanjutnya, untuk merumuskan studi kasus dalam penelitian ini, akan membahas kembali mengenai konflik terlebih dahulu. Dari paparan contoh konflik antara Alfamart dengan toko kelontong konvensional di atas, terlihat adanya isu mengenai jarak. Jarak yang dimaksud adalah antara keberadaan minimarket dengan toko kelontong konvensional yang umumnya berskala usaha mikro atau kecil. Pada tataran regulasi, belum ada pengaturan yang rigid pada tingkat nasional yang mengatur jarak pendirian minimarket dari toko kelontong konvensional milik warga setempat. Perpres No. 112 Tahun 2007 hanya mengatur secara umum bahwa pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern wajib memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tradisional, usaha kecil dan usaha menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan.¹⁸ Peraturan ini juga langsung mengkategorisasikan toko kelontong konvensional dalam usaha kecil. Selanjutnya, Peraturan Menteri Perdagangan No. 70/M-DAG/PER/12/2013 Tahun 2013 (Permendag No. 70/M-DAG/PER/12/2013) tentang Pedoman Penataan dan

¹⁶ Fakultas Hukum UGM, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia dan Perkembangannya* (Yogyakarta: CICODES FH-UGM, 2009), hlm. 5.

¹⁷ UU No. 5 Tahun 1999, Ps. 1 angka 4.

¹⁸ Perpres No. 112 Tahun 2007, Ps. 4 ayat (1) huruf a.

Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern mengatur bahwa pengaturan mengenai jumlah toko modern pada suatu wilayah serta jaraknya dengan pasar tradisional atau toko eceran tradisional ditetapkan oleh Pemerintah Daerah setempat.¹⁹

Berikut penulis akan menampilkan Peraturan Daerah tingkat Kabupaten/Kota di Jawa Tengah mengenai jarak pendirian minimarket. Alasan penulis memilih Jawa Tengah adalah karena pada 2018, persebaran toko modern²⁰ terbanyak kedua ditinjau dari jumlah gerainya berada di Jawa Tengah dengan total 161 gerai. Urutan pertama adalah Jawa Barat dengan total 232 gerai.²¹ Selain itu, penjabaran peraturan daerah ini akan digunakan penulis sebagai pertimbangan pengambilan studi kasus. Dalam menentukan studi kasus tentu perlu mempertimbangkan aksesibilitas dalam pengumpulan data. Dalam hal ini, penulis berdomisili di Jawa Tengah. Maka mengambil studi kasus di Jawa Tengah akan lebih memungkinkan bagi penulis, dibandingkan di Jawa Barat. Berikut adalah peraturan daerah tingkat Kabupaten/Kota di Jawa Tengah yang memuat aturan mengenai lokasi pendirian minimarket:

(Tabel 1)
Peraturan Daerah tingkat Kabupaten/Kota di Jawa Tengah mengenai Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern

No.	Nama Daerah	Peraturan Daerah	Pengaturan Jarak Lokasi Gerai	Keterangan
1.	Kabupaten Banjarnegara	Pasal 3 ayat (2) huruf a dan b Perda Nomor 5 Tahun 2015 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan	Paling sedikit 1000 meter	Lokasi toko swalayan dari pasar rakyat dan antar toko swalayan yang satu dengan yang lainnya

¹⁹ Permendag No. 70/M-DAG/PER/12/2013, Ps. 3 ayat (10).

²⁰ Penggunaan data persebaran toko modern secara umum dikarenakan belum adanya data yang menghimpun persebaran minimarket secara khusus.

²¹ Katadata, "2018, Terdapat 1131 Toko Modern di Indonesia", *Katadata.co.id*, 27 Maret 2019, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/03/27/2018-terdapat-1131-toko-modern-di-indonesia>, diakses 26 Februari 2020.

No.	Nama Daerah	Peraturan Daerah	Pengaturan Jarak Lokasi Gerai	Keterangan
2.	Kabupaten Banyumas	Pasal 9 huruf c Perda Nomor 3 Tahun 2010 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern	Paling sedikit 500 meter	Lokasi minimarket dari warung/toko terdekat yang telah ada, kecuali yang merupakan peningkatan usaha warung/toko oleh pemiliknya yang telah beroperasi paling sedikit 5 tahun
3.	Kabupaten Batang	Pasal 5 ayat (5) dan (6) Peraturan Bupati Nomor 37 Tahun 2014 tentang Perubahan Peraturan Bupati Batang Nomor 15 Tahun 2014 tentang Penataan Toko Modern di Kabupaten Batang	Minimal 1000 meter	Lokasi toko modern dengan pasar tradisional, toko modern lainnya, baik yang berstatus waralaba atau tidak
4.	Kabupaten Blora	Pasal 20 huruf a dan d Perda Nomor 2 Tahun 2012 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern	Minimal 0,5 kilometer	Lokasi minimarket dari pasar tradisional dan usaha kecil sejenis
5.	Kabupaten Boyolali	-	-	-
6.	Kabupaten Brebes	Pasal 5 ayat (3) huruf a Perda Nomor 1	Paling dekat 1000 meter	Lokasi toko modern dari pasar tradisional

No.	Nama Daerah	Peraturan Daerah	Pengaturan Jarak Lokasi Gerai	Keterangan
		Tahun 2014 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern di Kabuoaten Brebes		
7.	Kabupaten Cilacap	Pasal 6 ayat (3) Perda Nomor 23 Tahun 2012 tentang Penataan dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern di Kabupaten Cilacap	Paling dekat 500 meter	Lokasi pusat perbelanjaan dan toko modern dengan pasar tradisional
8.	Kabupaten Demak	Pasal 11 huruf b Perda Nomor 12 Tahun 2018 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern	Paling sedikit 1000 meter	Lokasi pusat perbelanjaan dan toko swalayan dari pasar rakyat
9.	Kabupaten Grobogan	Pasal 15 ayat (2) huruf c dan ayat (6) Perda Nomor 7 Tahun 2017 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Daerah Kabupaten Grobogan Nomor 14 Tahun 2012 tentang	Minimal 500 meter	Lokasi minimarket dari pasar tradisional, kecuali minimarket yang tidak berjaringan secara nasional

No.	Nama Daerah	Peraturan Daerah	Pengaturan Jarak Lokasi Gerai	Keterangan
		Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern		
10.	Kabupaten Jepara	Pasal 12 huruf a Perda Nomor 3 Tahun 2010 tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern	Minimal 0,5 kilometer	Lokasi minimarket dari pasar tradisional dan usaha kecil sejenis
11.	Kabupaten Karanganyar	-	-	-
12.	Kabupaten Kebumen	-	-	-
13.	Kabupaten Kendal	Pasal 6 ayat (1) Perda Nomor 22 Tahun 2011 tentang Penataan, Pembinaan, dan Perlindungan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern di Kabupaten Kendal	Paling sedikit 500 meter	Lokasi pusat perbelanjaan dan/atau toko modern dari pasar tradisional
			Paling sedikit 250 meter	Jarak antar pusat perbelanjaan dan/atau toko modern
		Pasal 6 ayat (2) Perda Nomor 22 Tahun 2011 tentang Penataan, Pembinaan, dan Perlindungan Pasar Tradisional, Pusat	Paling sedikit 500 meter	Lokasi toko modern berstatus waralaba dari pasar tradisional dan toko modern lainnya (baik waralaba atau tidak)

No.	Nama Daerah	Peraturan Daerah	Pengaturan Jarak Lokasi Gerai	Keterangan
		Perbelanjaan dan Toko Modern di Kabupaten Kendal		
14.	Kabupaten Klaten	Pasal 9 ayat (4) Perda Nomor 12 Tahun 2011 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern di Kabupaten Klaten	Sekurang-kurangnya 200 meter	Lokasi minimarket dari pasar tradisional
15.	Kabupaten Kudus	Pasal 8 ayat (4) Perda Nomor 12 Tahun 2017 tentang Penataan dan Pembinaan Toko Swalayan di Kabupaten Kudus	Paling sedikit 1000 meter	Lokasi minimarket dengan pasar rakyat
16.	Kabupaten Magelang	Pasal 44 ayat (5) huruf a dan b Perda Magelang Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern	Minimal 2000 meter	Lokasi minimarket dengan ukuran luas lantai penjualan di atas 75 m ² dari pasar tradisional
			Minimal 1000 meter	Lokasi minimarket dengan ukuran luas lantai penjualan di bawah 75 m ² dari pasar tradisional

No.	Nama Daerah	Peraturan Daerah	Pengaturan Jarak Lokasi Gerai	Keterangan
17.	Kabupaten Pati	Pasal 9 ayat (1) Perda Nomor 2 Tahun 2019 tentang Penataan Pasar Rakyat dan Toko Swalayan	Paling dekat 500 meter	Lokasi minimarket berjejing dari pasar rakyat yang telah ada
			Paling dekat 50 meter	Lokasi minimarket berjejing di jalan arteri ²² dari toko sejenis yang lebih kecil yang telah ada
			Paling dekat 100 meter	Lokasi minimarket berjejing di jalan kolektor ²³ , lokal ²⁴ , dan lingkungan ²⁵ dari toko lebih kecil yang telah ada
18.	Kabupaten Pekalongan	Pasal 11 huruf b Perda Nomor 1 Tahun 2014 sebagaimana telah diubah dengan Perda Nomor 10 Tahun 2015 tentang Penataan, Pembinaan dan Pengawasan Pasar	Minimal 1000 meter	Lokasi minimarket berjejing dari pasar tradisional
			Minimal 500 meter	Lokasi minimarket non berjejing dari pasar tradisional, kecuali pengembangan dari

²² Jalan arteri sebagaimana diatur pada Pasal 8 ayat (2) Undang-undang Nomor 38 Tahun 2004 tentang Jalan (UU No. 38 Tahun 2004), merupakan “jalan umum yang berfungsi melayani angkutan utama dengan ciri perjalanan jarak jauh, kecepatan rata-rata tinggi, dan jumlah jalan masuk dibatasi secara berdaya guna”.

²³ Jalan kolektor sebagaimana diatur pada Pasal 8 ayat (3) UU No. 38 Tahun 2004, merupakan “jalan umum yang berfungsi melayani angkutan pengumpul atau pembagi dengan ciri perjalanan jarak sedang, kecepatan rata-rata sedang, dan jumlah jalan masuk dibatasi”.

²⁴ Jalan lokal sebagaimana diatur pada Pasal 8 ayat (4) UU No. 38 Tahun 2004, merupakan jalan umum yang berfungsi melayani angkutan setempat dengan ciri perjalanan jarak dekat, kecepatan rata-rata rendah, dan jumlah jalan masuk tidak dibatasi”.

²⁵ Jalan lingkungan sebagaimana diatur pada Pasal 8 ayat (5) UU No. 38 Tahun 2004, merupakan jalan umum yang berfungsi melayani angkutan lingkungan dengan ciri perjalanan jarak dekat, dan kecepatan rata-rata rendah”.

No.	Nama Daerah	Peraturan Daerah	Pengaturan Jarak Lokasi Gerai	Keterangan
		Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern		toko non modern yang telah ada
19.	Kabupaten Pemalang	Pasal 13 ayat (2) huruf a Perda Nomor 4 Tahun 2013 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern	Paling sedikit 1000 meter	Lokasi minimarket dari pasar tradisional
20.	Kabupaten Purbalingga	-	-	-
21.	Kabupaten Purworejo	Pasal 9 ayat (2) Perda Nomor 6 Tahun 2014 tentang Perlindungan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional, Penataan dan Pengendalian Pasar Modern	Paling sedikit 500 meter	Lokasi minimarket berjaringan dengan pasar tradisional
			Paling sedikit 50 meter	Lokasi minimarket berjaringan yang berlokasi di jalan arteri dengan toko lebih kecil yang telah ada
			Paling sedikit 100 meter	Lokasi minimarket berjaringan yang berlokasi di jalan kolektor, jalan lokal dan jalan lingkungan dengan toko lebih kecil yang telah ada

No.	Nama Daerah	Peraturan Daerah	Pengaturan Jarak Lokasi Gerai	Keterangan
22.	Kabupaten Rembang	Pasal 30 Perda Nomor 7 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern di Kabupaten Rembang	Sekurang-kurangnya 2000 meter	Lokasi toko modern dengan pasar tradisional
23.	Kabupaten Semarang	Pasal 33 ayat (2) Perda Nomor 2 Tahun 2018 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan	Paling sedikit 500 meter	Lokasi toko swalayan dengan pasar rakyat
24.	Kabupaten Sragen	-	-	-
25.	Kabupaten Sukoharjo	Pasal 5 ayat (3) huruf a dan b Perda Sukoharjo Nomor 3 Tahun 2011 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern di Kabupaten Sukoharjo	Minimal 1000 meter	Lokasi toko modern dengan pasar tradisional dan dengan toko modern lainnya, kecuali di kawasan strategis
26.	Kabupaten Tegal	-	-	-

No.	Nama Daerah	Peraturan Daerah	Pengaturan Jarak Lokasi Gerai	Keterangan
27.	Kabupaten Temanggung	-	-	-
28	Kabupaten Wonogiri	Perda Nomor 2 Tahun 2019 tentang Penataan dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan	-	Pada Pasal 6 ayat (4) hanya diatur bahwa jarak dan jumlah pendirian pusat perbelanjaan dan toko swalayan akan ditetapkan dalam peraturan bupati, tetapi produk hukum dimaksud tidak ditemukan.
29.	Kabupaten Wonosobo	-	-	-
30.	Kota Magelang	Perwalkot Magelang Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Pasar Tradisional dan Penataan, Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern	-	Hanya diatur pada Pasal 20 ayat (4) huruf a bahwa pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern wajib mempertimbangkan lokasi pusat perbelanjaan dan toko modern dengan pusat perbelanjaan dan toko modern atau pasar tradisional yang sudah ada sebelumnya, tetapi tidak ada ketentuan

No.	Nama Daerah	Peraturan Daerah	Pengaturan Jarak Lokasi Gerai	Keterangan
				spesifik mengenai jarak.
31.	Kota Pekalongan	Pasal 3 ayat (3) huruf a Perwalkot Nomor 23 Tahun 2010 tentang Perubahan atas Peraturan Walikota Pekalongan Nomor 38 Tahun 2009 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern	Minimal 0,5 kilometer	Lokasi minimarket dari pasar tradisional dan usaha kecil sejenis di pinggir kolektor/arteri
32.	Kota Salatiga	Pasal 9 ayat (1) Perda Nomor 3 Tahun 2015 tentang Penataan dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan	Paling sedikit 500 meter	Lokasi pusat perbelanjaan dan toko swalayan dengan pasar rakyat
33.	Kota Semarang	Pasal 5 ayat (2) Perwalkot Nomor 39 Tahun 2014 tentang Pelaksanaan Penataan Toko Swalayan	Paling dekat 500 meter	Lokasi minimarket dari pasar rakyat
34.	Kota Surakarta	Pasal 7 ayat (3) Perda Nomor 5 Tahun 2011 tentang Penataan dan Pembinaan Pusat	Paling dekat 500 meter	Lokasi pusat perbelanjaan dan toko modern dengan pasar tradisional

No.	Nama Daerah	Peraturan Daerah	Pengaturan Jarak Lokasi Gerai	Keterangan
		Perbelanjaan dan Toko Modern		
35.	Kota Tegal	Pasal 5 ayat (3) Perda Nomor 6 Tahun 2017 tentang Penataan dan Pembinaan Toko Eceran, Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Swalayan	Paling dekat 500 meter	Lokasi toko swalayan dengan pasar rakyat dan toko swalayan lainnya

Dilihat dari berbagai peraturan daerah di Jawa Tengah tersebut, terdapat adanya perbedaan di berbagai daerah dalam mengatur hal ini. *Pertama*, mengenai istilah. Ada beberapa daerah yang menyebut dengan toko modern, tetapi ada juga daerah yang menyebutnya dengan toko swalayan. Kemudian mengenai pasar tradisional, ada juga yang menyebutnya dengan pasar rakyat. *Kedua*, mengenai pengaturan soal jarak. Beberapa daerah hanya mengatur jarak antara minimarket dengan pasar tradisional, tetapi ada beberapa daerah lainnya yang mengatur tidak hanya jarak dengan pasar tradisional namun juga dengan warung, toko atau usaha kecil sejenis lainnya.

Ketiga, mengenai spesifikasi pengaturan. Ada beberapa daerah yang spesifik mengatur mengenai jarak minimarket dengan pasar tradisional atau usaha kecil sejenis lainnya, tetapi ada juga yang hanya mengatur secara umum yaitu pusat perbelanjaan dan toko modern. Minimarket sudah termasuk dalam aturan itu karena minimarket adalah salah satu dari toko modern. Selain itu, mayoritas daerah hanya mengatur lokasi minimarket secara umum, tetapi ada beberapa daerah yang mengaturnya secara terpisah. Terpisah maksudnya pengaturan jarak dilakukan berdasarkan letak gerai minimarket tersebut berada di jalan apa, misalkan jalan kolektor, jalan arteri atau lainnya seperti yang diatur di Kabupaten Pati dan Purworejo. Kemudian, mayoritas daerah hanya mengatur minimarket secara umum, tetapi ada juga beberapa daerah yang mengatur secara spesifik yaitu minimarket yang berstatus waralaba. *Keempat*, mengenai jenis regulasi. Ada beberapa daerah yang mengaturnya dengan peraturan daerah, tetapi ada juga yang mengaturnya melalui peraturan wali kota, serta peraturan bupati.

Provinsi Jawa Tengah terdiri dari 29 kabupaten dan 6 kota. Dari jumlah tersebut, hanya berhasil ditemukan 21 kabupaten dan 6 kota yang mengatur mengenai penataan dan perlindungan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern. Akan tetapi, peraturan daerah yang secara spesifik menentukan jarak lokasi pendirian minimarket hanya pada 20 kabupaten dan 5 kota. Kemudian, dari daerah yang telah ditemukan peraturannya tersebut, mayoritas mengatur jarak lokasi minimarket dengan pasar tradisional atau usaha kecil sejenis lainnya adalah 500 meter atau 1000 meter. Namun, hanya Kabupaten Klaten, Kabupaten Pati dan Kabupaten Purworejo yang aturan jaraknya lebih dekat.

Di Kabupaten Klaten, diatur lokasi minimarket berjarak paling dekat 200 meter dari pasar tradisional. Lalu, Kabupaten Pati dan Kabupaten Purworejo mengatur jarak pendirian minimarket menjadi 3 aturan yang berbeda. *Pertama*, yaitu bagi minimarket berjejeran paling dekat 500 meter dari pasar tradisional yang telah ada. *Kedua*, bagi minimarket berjejeran yang akan didirikan di jalan arteri yaitu berjarak paling dekat 50 meter dari toko sejenis yang lebih kecil yang telah ada. *Ketiga*, bagi minimarket berjejeran yang akan didirikan di jalan kolektor, jalan lokal, dan jalan lingkungan yaitu paling dekat berjarak 100 meter dari toko lebih kecil yang telah ada. Meskipun demikian, Kabupaten Pati dan Kabupaten Purworejo masih mengakomodasi toko-toko yang lebih kecil dari minimarket, sementara Kabupaten Klaten tidak. Maka, Kabupaten Klaten menjadi satu-satunya daerah yang mengatur jarak pendirian minimarket dengan pasar tradisional paling dekat, serta tidak dibarengi aturan jarak pendirian minimarket dengan toko usaha kecil sejenis lainnya.

Hal tersebut menjadi ketertarikan tersendiri untuk menjadikan Kabupaten Klaten sebagai lokasi penentuan studi kasus. Jadi, dalam penelitian ini, penulis akan melakukan analisis hukum persaingan usaha untuk melihat bagaimana relasi persaingan yang terjadi antara minimarket berjejeran dengan toko kelontong konvensional. Adapun spesifikasi studi kasus yang akan dikaji adalah Alfamart Keprabon dengan toko kelontong konvensional di Kecamatan Polanharjo, dengan alasan sebagai berikut:

1. Dari segi pengaturan mengenai lokasi pendirian minimarket yang tertuang dalam Perda Klaten No. 12 Tahun 2011, bahwa pendirian minimarket sekurang-kurangnya 200 meter dari pasar tradisional. Aturan jarak tersebut adalah yang paling dekat jika dibandingkan dengan pengaturan yang dilakukan daerah-daerah lain. Selain itu, pengaturan tersebut

juga tidak mengakomodasi jarak minimarket dengan usaha sejenis minimarket yang berskala kecil.

2. Berdasarkan pengetahuan pribadi penulis, pernah terjadi adanya konflik di Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten. Konflik ini bermula dengan adanya pendirian minimarket berjaringan, yaitu Alfamart, di Desa Keprabon. Pendirian minimarket ini berada di seberang jalan dari toko atau warung kelontong milik warga setempat. Kemudian ada keberatan dari warga karena jarak Alfamart sangat dekat dengan warung mereka yang dianggap akan menggerus eksistensi warung mereka.²⁶
3. Mengingat penulis berdomisili di Desa Kebonharjo, Kecamatan Polanharjo, yaitu dekat dengan lokasi studi kasus, maka dimungkinkan akan lebih mudah aksesnya dalam proses penelitian, terutama dalam pengumpulan data.

I.2. Pertanyaan Penelitian

Untuk membuat arah penelitian ini lebih jelas, maka penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep dan pengaturan mengenai minimarket dan UMKM di Indonesia?
2. Bagaimana konsep dan pengaturan mengenai posisi dominan dalam hukum persaingan usaha di Indonesia?
3. Bagaimana analisis posisi dominan terhadap persaingan usaha antara Alfamart di Desa Keprabon dengan pelaku UMKM di sekitarnya?

I.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan mengulas konsep serta pengaturan di Indonesia mengenai minimarket dan UMKM;
2. Mengidentifikasi dan mengulas konsep serta pengaturan mengenai posisi dominan dalam hukum persaingan usaha di Indonesia;

²⁶ Konflik ini tidak diliput oleh media, sehingga untuk memperjelas kronologi serta melakukan klarifikasi atas pengetahuan pribadi penulis tersebut, dalam penelitian ini juga akan dilakukan wawancara dengan pihak terkait mengenai hal tersebut.

3. Menganalisis dari segi posisi dominan terhadap persaingan usaha antara Alfamart di Desa Keprabon dengan pelaku UMKM di sekitarnya.

I.4. Kegunaan Penelitian

Secara umum, penelitian ini dimaksudkan untuk mendorong kelancaran usaha minimarket berjaringan dan juga pelaku usaha mikro atau kecil yang berbentuk toko atau warung kelontong. Kemudian secara khusus, penelitian ini dilakukan untuk membuat analisis secara akademik mengenai hubungan persaingan usaha antara Alfamart di Desa Keprabon dengan pelaku usaha mikro atau kecil di sekitarnya. Maka diharapkan penelitian ini akan dapat berguna bagi pihak-pihak sebagai berikut:

1. Pemerintah, baik Pemerintah Pusat yaitu dalam hal ini Kementerian Perdagangan dan Pemerintah Daerah Kabupaten Klaten. Hal ini dikarenakan analisis dalam penelitian ini juga dilakukan terhadap peraturan-peraturan yang dikeluarkan pemerintah. Maka diharapkan hasil analisis dari penelitian ini dapat berguna dan menjadi bahan untuk pemerintah, baik dalam melakukan kajian terhadap peraturan yang sudah ada, atau pertimbangan saat membuat peraturan-peraturan lain di masa mendatang.
2. Para pelaku usaha, atau masyarakat secara umum. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan edukasi untuk terus melakukan persaingan usaha secara sehat; dan
3. Akademisi. Penelitian ini dilakukan secara akademik sehingga diharapkan materi, bahan, atau hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai rujukan akademik.

I.5. Kerangka Konseptual

I.5.1. Persaingan Usaha dan Posisi Dominan

Persaingan usaha dapat diartikan sebagai upaya yang dilakukan pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan dalam mekanisme pasar, yaitu dengan memenangkan preferensi konsumen. Maka hasil akhir dari upaya tersebut adalah yang akan dinikmati oleh konsumen, misalnya harga yang lebih murah, ketersediaan produk yang bervariasi, serta pelayanan.²⁷ Persaingan usaha di Indonesia diatur dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (UU No. 5 Tahun 1999). Sistem

²⁷ Andi Fahmi Lubis, dkk, *supra note 15*, hlm 24.

ekonomi di Indonesia adalah sistem ekonomi pasar (*market economy*).²⁸ Persaingan dalam sistem ekonomi pasar akan memacu pelaku usaha untuk berinovasi dan menghasilkan berbagai variasi produk dengan harga bersaing namun tetap menguntungkan bagi produsen maupun konsumen.²⁹

Kemudian mengenai posisi dominan, dalam Pasal 1 angka 4 UU No. 5 Tahun 1999 diartikan sebagai

“keadaan dimana pelaku usaha tidak mempunyai pesaing yang berarti di pasar bersangkutan dalam kaitan dengan pangsa pasar yang dikuasai, atau pelaku usaha mempunyai posisi tertinggi di antara pesaingnya di pasar bersangkutan dalam kaitan dengan kemampuan keuangan, kemampuan akses pada pasokan penjualan, serta kemampuan untuk menyesuaikan pasokan atau permintaan barang atau jasa tertentu”.

Titik berat pada posisi dominan adalah adanya independensi dan kekuatan. Independensi di sini maksudnya adalah bahwa pelaku usaha tersebut bebas dalam melakukan tindakan-tindakan, tanpa terpengaruh oleh para pesaingnya. Kemudian kekuatan berarti kekuatan dalam menentukan harga.³⁰ Akan tetapi, UU No. 5 Tahun 1999 juga telah memberikan syarat agar pelaku usaha dapat dikatakan menempati posisi dominan. Bagi satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha, dapat dikatakan sebagai pemegang posisi dominan apabila mampu menguasai pangsa pasar minimal 50% atas satu jenis barang atau jasa tertentu. Sementara bagi dua atau tiga pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha, penguasaan pangsa pasar minimal adalah 75% atas barang atau jasa tertentu.³¹ Hal yang perlu digarisbawahi adalah bahwa menempati posisi dominan sama sekali tidak dilarang oleh undang-undang, khususnya UU No. 5 Tahun 1999. Akan tetapi undang-undang tetap melarang apabila terjadi adanya penyalahgunaan posisi dominan, karena akan berakibat pada terganggunya stabilitas pasar yang bersangkutan, bahkan akan merugikan konsumen.³²

I.5.2. Minimarket dan Minimarket Berjaringan

Berdasarkan Pasal 1 angka 5 Perpres No. 112 Tahun 2007, bahwa “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”. Dalam peraturan ini, tidak diatur secara spesifik mengenai pengertian

²⁸ Fakultas Hukum UGM, *supra note 16*, hlm 1.

²⁹ Andi Fahmi Lubis, dkk, *supra note 15*.

³⁰ Fakultas Hukum UGM, *supra note 16*, hlm 76-77.

³¹ UU No. 5 Tahun 1999, Ps. 25 ayat (2).

³² Andi Fahmi Lubis, *supra note 15*, hlm 240

minimarket. Akan tetapi pengertian minimarket dapat ditemukan pada beberapa peraturan daerah, salah satunya adalah Perda Pati Nomor 2 Tahun 2019 tentang Penataan Pasar Rakyat dan Toko Swalayan.

Pada Pasal 1 angka 8 Perda tersebut, ditentukan bahwa “minimarket adalah toko swalayan yang menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya dengan luas lantai sampai dengan 400m²”. Kemudian mengenai minimarket berjaringan, pada Pasal 1 angka 9 Perda Pati Nomor 2 Tahun 2019 ini, ditentukan bahwa “minimarket berjejaring adalah minimarket yang melakukan kegiatan usaha melalui satu kesatuan manajemen dan sistem pendistribusian barang ke outlet yang merupakan jaringannya”. Sementara pada Perpres 112 Tahun 2007 hanya ditentukan mengenai pengelola jaringan minimarket, yaitu pada Pasal 1 angka 6, bahwa “pengelola jaringan minimarket adalah pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha di bidang minimarket melalui satu kesatuan manajemen dan sistem pendistribusian barang ke outlet yang merupakan jaringannya”. Maka secara tersirat dari ketentuan Pasal 1 angka 6 tersebut, setidaknya dapat dikatakan bahwa minimarket berjaringan adalah minimarket yang dijalankan melalui satu kesatuan manajemen dan sistem pendistribusian.

I.5.3. Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM di Indonesia diatur melalui Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UU UMKM). Usaha mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Pasal 6 ayat (1) UU UMKM.³³ Kemudian, sama halnya dengan usaha mikro, bahwa usaha kecil juga merupakan usaha ekonomi produktif yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan dalam UU UMKM, yaitu pada Pasal 6 ayat (2). Perbedaannya adalah bahwa pada usaha mikro disebutkan mengenai kepemilikannya, yaitu orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan. Sementara pada usaha kecil hanya disebutkan bahwa ia berdiri sendiri serta dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang tidak terafiliasi dengan usaha menengah atau besar. Afiliasi di sini maksudnya adalah badan usaha tersebut bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau bagian dari usaha menengah dan usaha besar.³⁴ Kemudian dalam hal usaha menengah, konsep dasarnya sama dengan usaha kecil tersebut. Namun

³³ UU UMKM, Ps. 1 angka 1.

³⁴ UU UMKM, Ps. 1 angka 2.

berbeda pada bagian afiliasi dan kriterianya. Jika usaha kecil dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang tidak terafiliasi dengan usaha menengah dan besar, maka usaha menengah dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang tidak terafiliasi dengan usaha kecil dan besar. Selanjutnya mengenai kriteria usaha menengah diatur dalam Pasal 6 ayat (3) UU UMKM.³⁵

Kriteria usaha mikro, kecil dan menengah dibedakan dari segi kekayaan bersih (yang tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) atau hasil penjualan tahunan dari masing-masing pelaku usaha. *Pertama*, pelaku usaha yang tergolong sebagai usaha mikro adalah yang mempunyai kekayaan bersih maksimal lima puluh juta rupiah, atau hasil penjualan tahunan paling banyak tiga ratus juta rupiah. *Kedua*, pelaku usaha kecil adalah pelaku usaha yang mempunyai kekayaan bersih diatas lima puluh juta rupiah dan paling banyak lima ratus juta rupiah, atau hasil penjualan tahunan diatas tiga ratus juta rupiah sampai dengan dua milyar lima ratus juta rupiah. *Ketiga*, kriteria pelaku usaha menengah adalah yang memiliki kekayaan bersih diatas lima ratus juta rupiah dan tidak lebih dari sepuluh milyar rupiah, atau memiliki hasil penjualan tahunan diatas dua milyar lima ratus juta rupiah sampai dengan lima puluh milyar rupiah.³⁶

I.6. Metodologi Penelitian

I.6.1. Metode Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dengan metode kualitatif karena tujuan dari penelitian ini adalah menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang akan mendorong penulis untuk mengidentifikasi isi atau konsep dari suatu peraturan. Peraturan yang dimaksud dalam hal ini adalah peraturan mengenai minimarket, UMKM, serta posisi dominan dalam hukum persaingan usaha di Indonesia. Kemudian, penulis juga akan melakukan eksplorasi atas implementasi peraturan tersebut terhadap studi kasus. Hasil eksplorasi ini selanjutnya akan dianalisis dengan konsep posisi dominan dalam persaingan usaha.

I.6.2. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan pengumpulan data dengan setidaknya 4 (empat) cara, yaitu kajian normatif, kajian kepustakaan, observasi, serta wawancara. *Pertama*, dalam menjawab pertanyaan penelitian pertama, penulis akan menggunakan metode kajian normatif dan kepustakaan. Kajian dilakukan untuk mengulas konsep dan pengaturan mengenai

³⁵ UU UMKM, Ps. 1 angka 3.

³⁶ UU UMKM, Ps. 6.

minimarket dan UMKM di Indonesia. *Kedua*, untuk menjawab pertanyaan penelitian kedua, penulis juga akan menggunakan metode kajian normatif dan kepustakaan untuk mengulas konsep dan pengaturan mengenai posisi dominan dalam hukum persaingan usaha di Indonesia. *Ketiga*, untuk menjawab pertanyaan penelitian ketiga, penulis akan menggunakan metode observasi, kajian kepustakaan, serta wawancara. Observasi dan wawancara dilakukan untuk mengetahui implementasi pengaturan mengenai minimarket dan UMKM terhadap studi kasus. Kemudian dalam melakukan analisis posisi dominan terhadap studi kasus, penulis akan menggunakan metode wawancara dan kajian kepustakaan. Wawancara dimungkinkan untuk menggali lebih dalam mengenai konsep posisi dominan dan pandangan ahli atau akademisi di bidang hukum bisnis atau hukum persaingan usaha.

I.7. Sistematika Penulisan

Hasil dari penelitian ini akan dituliskan dalam naskah skripsi dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. Bab I

Pada Bab I akan diuraikan pendahuluan dari penelitian ini, yaitu terdiri dari Latar Belakang Masalah, Pertanyaan Penelitian, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Kerangka Konseptual, dan Metodologi Penelitian.

2. Bab II

Pada Bab II akan diuraikan mengenai konsep dan pengaturan soal minimarket dan UMKM. Mengenai pengaturan, akan dipaparkan pada tingkat nasional dan daerah.

3. Bab III

Pada Bab III akan diuraikan mengenai konsep dan pengaturan soal posisi dominan dalam persaingan usaha. Penguraian konsep posisi dominan ini juga meliputi pendefinisian pasar bersangkutan, syarat atau dasar penentuan posisi dominan dan bentuk-bentuk penyalahgunaan posisi dominan.

4. Bab IV

Pada Bab IV akan diuraikan hasil analisis posisi dominan dalam persaingan usaha terhadap studi kasus yang diambil, yaitu Alfamart Keprabon dan pelaku UMKM di sekitarnya.

5. Bab V

Pada Bab V akan diuraikan mengenai kesimpulan dan saran (jika ada) yang didapatkan dari penelitian ini serta daftar pustaka.