

## **BAB II**

### **KONSEP DAN PENGATURAN SOAL MINIMARKET DAN UMKM**

Seperti yang telah penulis sampaikan sebelumnya bahwa sepuluh tahun belakangan perkembangan bisnis di Indonesia terutama pada sektor perdagangan didominasi oleh minimarket. Terlebih adalah minimarket yang berjaringan. Salah satu contoh minimarket berjaringan besar dan tersebar luas di seluruh Indonesia adalah Alfamart. Lantas apakah dengan pesatnya perkembangan Alfamart sebagai salah satu bentuk toko modern kemudian akan menggerus eksistensi pedagang eceran konvensional (sebagai UMKM)? Bagaimana upaya negara untuk turut hadir dalam menjaga keseimbangan iklim usaha antara kedua pihak? Jika melalui peraturan atau kebijakan, bagaimana negara mengaturnya? Maka dalam Bab II ini penulis akan memaparkan hasil identifikasi dan ulasan mengenai konsep dan pengaturan mengenai minimarket dan UMKM di Indonesia.

#### **II.1. Konsep dan Pengaturan tentang Minimarket**

Minimarket merupakan salah satu bentuk dari toko modern, sebagaimana diatur dalam Perpres No. 112 Tahun 2007. Meskipun pada ketentuan umum peraturan ini tidak secara khusus memberikan definisi soal minimarket, namun setidaknya peraturan ini memberikan definisi toko modern secara umum. Disebutkan bahwa toko modern merupakan toko yang menerapkan sistem pelayanan mandiri. Sistem penjualan toko modern terbagi menjadi dua, yaitu penjualan secara eceran dan grosir. Penjualan secara eceran dilakukan oleh toko modern yang berbentuk minimarket, supermarket, department store, dan hypermarket. Sementara toko modern yang melakukan penjualan secara grosir adalah perkulakan.<sup>37</sup> Kemudian, gambaran umum mengenai minimarket dapat dilihat dengan cara membandingkan kelima bentuk toko modern tersebut berdasarkan batasan luas lantai, lokasi pendirian gerai, sistem penjualan dan jenis barang dagangan.

*Pertama*, dari segi batasan luas lantai. Minimarket merupakan bentuk toko modern dengan luas paling kecil, yaitu harus di bawah 400 m<sup>2</sup>. Hal ini dikarenakan rumusan pasal 3 ayat (2) huruf a ini menggunakan frasa “kurang dari 400 m<sup>2</sup>”, sehingga tidak boleh seluas 400m<sup>2</sup> atau lebih. Sementara batasan luas lantai supermarket adalah 400 m<sup>2</sup> sampai dengan 5000 m<sup>2</sup>, department

---

<sup>37</sup> Perpres No. 112 Tahun 2007, Ps. 1 angka 5.

store diatas 400 m<sup>2</sup>, lalu hypermarket dan perkulakan yaitu diatas 5000 m<sup>2</sup>.<sup>38</sup> Jika dilihat sekilas, terdapat adanya irisan pada batasan luas lantai antara supermarket dengan department store yang sama-sama membatasi dengan angka minimal 400 m<sup>2</sup>. Akan tetapi, jika dilihat lebih jeli, keduanya diatur dengan berbeda. Pada batasan luas lantai supermarket, frasa yang digunakan adalah “400 m<sup>2</sup> sampai dengan 5000 m<sup>2</sup>”, sehingga pada luas lantai paling kecil masih diperbolehkan seluas 400 m<sup>2</sup> dan luas paling besar diperbolehkan mencapai 5000 m<sup>2</sup>. Berbeda dengan department store yang menggunakan frasa “didas 400m<sup>2</sup>”, sehingga luas lantai paling kecil tidak boleh sampai 400m<sup>2</sup>. Kemudian, sama halnya dengan hypermarket dan perkulakan, department store juga tidak dikenai batasan luas lantai maksimal.

*Kedua*, mengenai lokasi pendirian gerai. Perpres No. 112 Tahun 2007 juga mengatur batasan-batasan lokasi pendirian toko modern melalui Pasal 5 dengan rincian sebagai berikut:

a. Perkulakan

Toko modern dengan bentuk perkulakan hanya diperbolehkan untuk berlokasi pada sistem jaringan jalan arteri atau kolektor primer atau arteri sekunder. Berdasarkan Pasal 7 ayat (1) UU Jalan, diatur bahwa “sistem jaringan jalan terdiri atas sistem jaringan jalan primer dan sistem jaringan jalan sekunder”. Kemudian pada ayat selanjutnya diatur bahwa sistem jaringan jalan primer merupakan “sistem jaringan jalan dengan peranan pelayanan distribusi barang dan jasa untuk pengembangan semua wilayah di tingkat nasional, dengan menghubungkan semua simpul jasa distribusi yang berwujud pusat-pusat kegiatan”. Sementara yang dimaksud jalan sekunder diatur pada Pasal 7 ayat (3) UU Jalan, bahwa sistem jaringan jalan sekunder merupakan “sistem jaringan jalan dengan peranan pelayanan distribusi barang dan jasa untuk masyarakat di dalam kawasan perkotaan”.

b. Hypermarket dan pusat perbelanjaan

Hypermarket dan pusat perbelanjaan hanya boleh berlokasi pada sistem jaringan jalan arteri atau kolektor. Kemudian juga ditegaskan bahwa toko modern dengan format ini tidak diperbolehkan untuk berada pada kawasan pelayanan lokal atau lingkungan di dalam kota/perkotaan.

c. Supermarket dan department store

---

<sup>38</sup> Perpres No. 112 Tahun 2007, Ps. 3 ayat (2).

Lokasi pendirian supermarket dan department store tidak diperbolehkan berada pada sistem jaringan jalan lingkungan dan kawasan pelayanan lingkungan di dalam kota/perkotaan.

d. Minimarket

Minimarket diperbolehkan untuk berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam kota/perkotaan.

*Ketiga*, mengenai sistem penjualan dan barang yang diperdagangkan. Dalam hal ini dapat dikelompokkan menjadi tiga, sebagai berikut:

- a. Sistem penjualan secara eceran dengan barang yang diperdagangkan adalah produk makanan dan produk rumah tangga lainnya, dilakukan oleh minimarket, supermarket dan hypermarket.
- b. Sistem penjualan secara eceran dengan barang yang diperdagangkan adalah produk sandang atau pakaian dan perlengkapan lainnya. Kemudian barang yang diperdagangkan tersebut juga ditata berdasarkan jenis kelamin dan/atau tingkatan usia konsumen. Sistem ini dilakukan oleh department store.
- c. Sistem penjualan barang-barang konsumsi secara grosir. Sistem ini dilakukan oleh perkulakan.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Perpres No. 112 Tahun 2007 menggambarkan minimarket sebagai toko modern dengan luas lantai toko paling kecil dibandingkan dengan bentuk toko modern lainnya, yaitu kurang dari 400m<sup>2</sup>. Dengan ketentuan batasan luas lantai yang kecil itu, minimarket diperbolehkan untuk berlokasi pada setiap jaringan jalan. Serta dengan menawarkan barang-barang berupa produk makanan dan kebutuhan rumah tangga lainnya. Sementara berdasarkan analisis produk market dalam Putusan KPPU No. 02/KPPU-L/2005 sebagaimana dikutip dalam Putusan KPPU No. 09/KPPU-L/2009, minimarket sebagai salah satu bentuk dari toko modern mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Jenis barang dagangan yang dijual merupakan barang-barang kebutuhan rumah tangga sehari-hari seperti produk makanan dan minuman dalam kemasan yang siap saji
- b. Penjualan dilakukan secara eceran dan cara pelayanan dilakukan secara sendiri oleh konsumen dengan menggunakan keranjang jinjing atau peralatan lain (kereta dorong yang telah disediakan)

- c. Luas lantai usahanya maksimal 200 m<sup>2</sup>
- d. Harga barang dagangan yang dijual dicantumkan secara jelas dan pasti
- e. Jumlah item produk yang dijual antara 2000 sampai dengan 3000 item produk
- f. Keberadaan lokasi gerai di sekitar perumahan
- g. Memiliki cash register maksimal dua mesin

Mengenai batasan luas lantai penjualan, terdapat perbedaan dengan yang diatur dalam Perpres No. 112 Tahun 2007, yaitu 400m<sup>2</sup>. Hal ini dikarenakan putusan KPPU diatas dibuat pada 2005, yaitu sebelum diterbitkannya Perpres No. 112 Tahun 2007. Meskipun demikian, pada praktiknya analisis produk market tersebut masih dikutip KPPU dalam pertimbangannya pada Putusan KPPU No. 09/KPPU-L/2009.

Selanjutnya, pendirian pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern wajib mematuhi ketentuan yang ditetapkan oleh pemerintah daerah setempat.<sup>39</sup> Maka pengaturan yang lebih rinci dan spesifik mengenai penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern diatur oleh masing-masing daerah, baik kabupaten atau kota. Bahkan mengenai definisi minimarket biasanya peraturan di tingkat daerah juga memberikan definisinya secara khusus. Misalnya pada peraturan-peraturan daerah tingkat kabupaten atau kota di Jawa Tengah. Dari peraturan daerah tentang penataan dan perlindungan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern yang ditemukan pada 27 daerah di Jawa Tengah, terdapat 17 peraturan daerah yang secara khusus memberikan definisi mengenai minimarket. Secara umum, 17 peraturan daerah tersebut mendefinisikan minimarket sebagai tempat usaha yang menjual produk kebutuhan sehari-hari kepada konsumen terakhir dengan pelayanan swalayan. Pelayanan swalayan maksudnya adalah konsumen dapat memilih dan mengambil barang yang akan dibeli secara mandiri.

Selanjutnya mengenai minimarket berjaringan, dalam pengaturan secara nasional, baik dalam Perpres No. 112 Tahun 2007 atau Permendag No. 70/M-DAG/PER/12/2013, tidak mengatur mengenai konsep minimarket berjaringan itu secara langsung. Pada Pasal 1 angka 6 Perpres No. 112 Tahun 2007 ditentukan definisi dari pengelola jaringan minimarket, 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

---

<sup>39</sup> Permendag No. 70/M-DAG/PER/12/2013, Ps. 3 ayat (2).

merupakan jaringannya”. Meskipun demikian, dari pasal tersebut dapat ditafsirkan bahwa yang dimaksud dengan minimarket berjaringan adalah terdapat minimarket yang mempunyai lebih dari satu gerai kemudian dikelola dengan satu kesatuan sistem manajemen dan pendistribusian barang. Sementara itu, pada Permendag No. 70/M-DAG/PER/12/2013 justru diatur lebih luas. Peraturan ini tidak memberikan definisi khusus mengenai minimarket berjaringan ataupun pengelola jaringan minimarket, melainkan pengelola jaringan toko modern. Pada Pasal 1 angka 7, bahwa “pengelola jaringan toko modern adalah pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha melalui satu kesatuan manajemen dan sistem pendistribusian barang ke outlet/gerai yang merupakan jaringannya”. Meskipun definisi yang diberikan sama dengan definisi pengelola jaringan minimarket dalam Perpres No. 112 Tahun 2007, akan tetapi Permendag No. 70/M-DAG/PER/12/2013 terbuka kemungkinan untuk semua jenis toko modern mempunyai jaringan.

## **II.2. Konsep dan Pengaturan tentang UMKM**

Sebagai bentuk kegiatan usaha yang tumbuh pesat<sup>40</sup> di tengah masyarakat Indonesia, UMKM turut berkontribusi besar dalam menopang perekonomian di Indonesia. Kontribusi yang dilakukan UMKM diantaranya adalah sebagai sarana pemerataan ekonomi rakyat kecil, sarana pengentas kemiskinan, dan sarana pemasukan devisa negara. UMKM dinilai dapat menjadi sarana pemerataan ekonomi bagi rakyat kecil karena tersebar di berbagai tempat sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat untuk pemenuhan kebutuhan. Kemudian, sebagai sarana pengentas kemiskinan karena UMKM banyak menyerap tenaga kerja.<sup>41</sup> Selanjutnya UMKM dianggap sebagai sarana pemasukan devisa negara karena terdapat banyak juga UMKM yang jangkauan pasarnya tidak hanya nasional saja, tetapi juga ke berbagai negara lain.<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2018 terdapat 64.194.057 unit usaha UMKM. Jumlah tersebut adalah 99,99% dari total unit usaha di Indonesia. Sementara usaha besar hanya terdapat 0,01% yaitu sebanyak 5.550 unit usaha. Diakses dari [http://www.depkop.go.id/uploads/laporan/1580223129\\_PERKEMBANGAN%20DATA%20USAHA%20MIKRO,%20KECIL,%20MENENGAH%20\(UMKM\)%20DAN%20USAHA%20BESAR%20\(UB\)%20TAHUN%202017%20-%20202018.pdf](http://www.depkop.go.id/uploads/laporan/1580223129_PERKEMBANGAN%20DATA%20USAHA%20MIKRO,%20KECIL,%20MENENGAH%20(UMKM)%20DAN%20USAHA%20BESAR%20(UB)%20TAHUN%202017%20-%20202018.pdf), pada 08 Juli 2020.

<sup>41</sup> Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2018 UMKM mampu menyerap 116.978.631 tenaga kerja, yaitu 97% dari total tenaga kerja. Sementara usaha besar menyerap sebanyak 3%, yaitu 3.619.507 tenaga kerja. Diakses dari [http://www.depkop.go.id/uploads/laporan/1580223129\\_PERKEMBANGAN%20DATA%20USAHA%20MIKRO,%20KECIL,%20MENENGAH%20\(UMKM\)%20DAN%20USAHA%20BESAR%20\(UB\)%20TAHUN%202017%20-%20202018.pdf](http://www.depkop.go.id/uploads/laporan/1580223129_PERKEMBANGAN%20DATA%20USAHA%20MIKRO,%20KECIL,%20MENENGAH%20(UMKM)%20DAN%20USAHA%20BESAR%20(UB)%20TAHUN%202017%20-%20202018.pdf), pada 08 Juli 2020.

<sup>42</sup> Arum Sutrisni Putri, “Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia”, *Kompas.com*, 20 Desember 2019, <https://www.kompas.com/skola/read/2019/12/20/120000469/peran-umkm-dalam-perekonomian-indonesia?page=all> diakses 08 Juli 2020.

Di Indonesia, UMKM diatur secara khusus dengan Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UU UMKM). Dalam penjelasan umum UU UMKM ini, dijelaskan bahwa memang UMKM merupakan kegiatan usaha yang menjadi salah satu pilar utama ekonomi nasional. Meskipun demikian, dalam perjalanannya, UMKM masih mendapati adanya hambatan dan kendala. Hambatan dan kendala tersebut meliputi persoalan produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, desain dan teknologi, permodalan, serta iklim usaha. Dengan begitu, UMKM perlu diberdayakan dengan adanya penumbuhan iklim usaha yang lebih mendukung serta adanya pengembangan dan pembinaan. Maka dalam upaya pemberdayaan UMKM ini, pemerintah menerbitkan UU UMKM tersebut.

Klasifikasi usaha mikro, kecil, menengah atau besar dilakukan berdasarkan skala usaha. Dalam ketentuan umum UU UMKM, usaha mikro, kecil, menengah dan besar diartikan sebagai berikut:

a. Usaha mikro

Pada Pasal 1 angka 1, bahwa “usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini”.

b. Usaha kecil

Pada Pasal 1 angka 2, bahwa “usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini”.

c. Usaha menengah

Pada Pasal 1 angka 3, bahwa “usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini”.

d. Usaha besar

Pada Pasal 1 angka 4, bahwa “usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan udaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha

menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia”.

Dalam menentukan apakah suatu usaha berskala mikro, kecil, menengah, atau besar, selain dilihat dan dinilai berdasarkan definisinya pada Pasal 1 tersebut, penilaian juga dilakukan dengan mengidentifikasi pemenuhan kriteria yang telah diatur UU UMKM. Kriteria UMKM dan usaha besar adalah sebagai berikut:<sup>43</sup>

(Tabel 2)

**Kriteria Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Besar**

Jenis Usaha	Kriteria	
	Kekayaan bersih	Hasil penjualan tahunan
Mikro	Paling banyak Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah)	Paling banyak Rp300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)
Kecil	Lebih dari Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah)	Lebih dari Rp300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan Rp2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah)
Menengah	Lebih dari Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah)	Lebih dari Rp2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah)
Besar	Lebih dari Rp10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah)	Lebih dari Rp50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah)

Kriteria-kriteria skala usaha mikro, kecil, menengah dan besar tersebut bersifat alternatif. Artinya adalah pembuktiannya dapat terhadap kekayaan bersih saja atau hasil penjualan tahunan saja. Hal ini dikarenakan rumusan pada Pasal 6 UU UMKM menggunakan kata “atau”, bukan “dan”. Jadi, memenuhi salah satunya saja sudah cukup untuk mengklasifikasiannya sebagai usaha berskala mikro, kecil, menengah, atau besar.

<sup>43</sup> UU UMKM, Ps. 6 *jo.* Ps. 1 angka 4.