**PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT ANTARA MINIMARKET
DENGAN KELOMPOK USAHA KECIL DAN MENENGAH
DI KABUPATEN CIANJUR**

Mumuh M. Rozi
Fakultas Hukum Universitas Suryakencana
E-mail: rozimumuh06@gmail.com

Masuk: Maret 2019	Penerimaan: April 2019	Publikasi: Juni 2019
-------------------	------------------------	----------------------

ABSTRAK

Bertumbuhnya minimarket di Kabupaten Cianjur belakangan ini, dianggap secara tidak langsung mengancam dan melumpuhkan pedagang tradisional. Karena itu pemerintah daerah Kabupaten Cianjur diminta memikirkan nasib pedagang kecil yang dapat saja kehilangan mata pencaharian akibat tergilas perusahaan besar. Pemerintah diwajibkan mengkaji ulang pemberian izin pendirian minimarket-minimarket tersebut. Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Tujuan penelitian untuk mengetahui dampak dari pendirian Minimarket bagi iklim usaha kecil dan mikro serta kebijakan Pemerintah Daerah Kabupaten Cianjur dalam menciptakan iklim usaha yang sehat. Perlindungan hukum terhadap usaha kecil atau mikro atas kehadiran Minimarket di Kabupaten Cianjur. Metode penelitian yaitu penelitian yuridis normatif merupakan penelitian yang difokuskan untuk mengkaji penerapan kaidah-kaidah atau norma-norma dalam hukum positif yang dilakukan dengan cara mengkaji berbagai aturan hukum. Hasil penelitian, kebijakan pembatasan usaha waralaba ini sudah sesuai dengan sasaran kebijakan itu sendiri, akan tetapi hasil dari kebijakan tersebut tidak dapat secara langsung berdampak besar terhadap kegiatan usaha toko kelontong dan warung tradisional. Hal ini disebabkan juga oleh faktor eksternal di luar pengaruh kebijakan itu sendiri yaitu selera dan kecenderungan konsumen untuk lebih memilih berbelanja di minimarket daripada di toko kelontong ataupun warung tradisional. Sedangkan dari sisi internal UMKM itu sendiri kurang tersentuh dari adanya peraturan ini yaitu mengenai pemberdayaan UMKM dan menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan UMKM menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.

Kata Kunci : Minimarket; Persaingan Usaha; Usaha Mikro Kecil Menengah.

ABSTRACT

The recent growth of minimarkets in Cianjur Regency, is considered to have indirectly threatened and paralyzed, traditional traders. Therefore, the regional government of Cianjur Regency was asked to think about the fate of small traders who could lose their livelihoods due to being run over by large companies. The government is required to review the issuance of permits for the establishment of these minimarkets. Shopping Malls and Modern Stores. The research objective was to determine the impact of the

establishment of a mini-market on the climate of small and micro businesses and the policies of the Cianjur Regency Government in creating a healthy business climate. Legal protection for small or micro businesses for the presence of Minimarket in Cianjur Regency. The research method of normative juridical research is research that is focused on examining the application of the norms or norms in positive law which is carried out by examining various legal rules. The results of this research show that the franchise policy limitation is in accordance with the policy objectives, but the results of this policy cannot directly have a major impact on the business activities of grocery stores and traditional shops. This is also caused by external factors beyond the influence of the policy itself, namely the taste and tendency of consumers to prefer shopping at minimarkets rather than at grocery stores or traditional stalls. Meanwhile, from the internal side, the UMKM itself is less touched by the existence of this regulation, namely regarding the empowerment of MSMEs and growing and increasing the capacity of MSMEs to become strong and independent businesses.

Keywords: *Business Competition, Minimarket, Micro, Small and Medium Enterprises.*

I. PENDAHULUAN

Toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri yang menjual berbagai jenis barang secara eceran. Toko modern dibedakan menjadi minimarket, supermarket, hypermarket, *department store*. Perbedaan toko modern tersebut didasarkan atas luas lantai dan variasi barang dagangan. Minimarket, supermarket dan hypermarket menjual barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya secara eceran. *Department Store* menjual barang konsumsi utamanya produk sandang dan perlengkapannya secara eceran. Perkulakan menjual secara grosir

barang konsumsi.¹

Minimarket memiliki luas lantai yang paling kecil di antara jenis-jenis toko modern, yaitu kurang dari 400 (empat ratus) meter². Minimarket saat ini semakin marak di Indonesia, terlebih lagi dengan adanya jaringan minimarket dengan sistem *franchise* atau waralaba. Investor lokal dapat dengan mudah mendirikan minimarket *franchise* karena modal yang dibutuhkan tidak terlalu besar.²

¹ Saraswati, Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Indomaret dan Alfamart Terhadap UKM dalam Kaitannya dengan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern (Studi di Kota Pontianak), *Jurnal Nestor*, Vol. 4, No. 4, 2017, hlm. 1-24.

² Juajir Sumardi, 1995, *Aspek-Aspek Hukum*

Fenomena yang terjadi adalah munculnya minimarket-minimarket *franchise* di Kabupaten dalam kurun waktu 4 (empat) tahun terakhir. Mengenai jarak antar-minimarket tersebut dengan pasar tradisional yang saling berdekatan, hal tersebut berkaitan dengan masalah perijinan pendirian toko modern (minimarket). Suatu toko modern (minimarket) harus memiliki ijin pendirian yang disebut dengan Izin Usaha Toko Modern (IUTM) yang diterbitkan oleh Bupati. Kemudian kewenangan untuk menerbitkan Izin Usaha Toko Modern (IUTM) ini dapat didelegasikan kepada Kepala Dinas atau Unit yang bertanggung jawab di bidang perdagangan atau pejabat yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan Pelayanan Terpadu Satu Pintu setempat.³

Meningkatkan ekonomi, masyarakat Indonesia mencoba peluang bisnis dengan membuka usaha, baik secara individu maupun kelompok. Namun, seiring dengan berkembangnya

teknologi dan informasi yang diiringi dengan meningkatnya kebutuhan mendorong manusia untuk memenuhi kebutuhannya dengan berbagai cara salah satunya dengan cara yang instan. Berdasarkan hal itu masyarakat membutuhkan suatu wadah yang dapat memenuhi kebutuhan hidup secara lengkap atau yang disebut dengan pasar. Pasar dalam kehidupan sehari-hari didefinisikan sebagai tempat umum yang melayani jual beli.

Minimarket ini tersebar hampir diseluruh Indonesia, di Kabupaten dan Kabupaten besar jumlahnya mencapai puluhan. Hal ini juga dapat dijumpai di Kabupaten Cianjur, dimana kedua usaha ritel modern ini berdiri berdampingan saling bersaing untuk menarik minat konsumen. Minimarket tersebut terletak di tempat yang strategis, selain itu tempat yang bersih dan dilengkapi pendingin ruangan membuat tempat-tempat ini lebih diminati oleh konsumen. Untuk menghindari terjadinya penguasaan pasar dalam Pasal 17 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan

Franchise dan Perusahaan Transnasional, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 67.

³ Ahmadi Miru Yodo Sutarman, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan ke 6, Raja Grafindo Persada. Jakarta. hlm. 23.

Persaingan Usaha Tidak Sehat, mengatur Tentang larangan penguasaan pasar yang menyatakan bahwa: “Pelaku usaha dilarang melakukan penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa.”⁴

II. METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai dampak dari pendirian Minimarket bagi iklim Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Penelitian ini menggunakan aspek deskriptif analisis atau jenis penelitian hukum non doktrinal yang didukung dengan penelitian secara *legal research*, dengan teknik pendekatan penelitian yang Penulis gunakan adalah pendekatan yuridis normatif. Penelitian yuridis normatif merupakan penelitian yang difokuskan untuk mengkaji penerapan kaidah-kaidah atau norma-norma dalam hukum positif yang dilakukan dengan cara mengkaji berbagai aturan hukum yang bersifat formil seperti undang-undang, peraturan serta literatur yang berisi

konsep teoritis yang kemudian dihubungkan dengan permasalahan yang akan dibahas yaitu dampak dari pendirian Minimarket bagi iklim Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).⁵

III. PEMBAHASAN

1. Persaingan usaha Minimarket dengan kelompok usaha kecil dan menengah di hubungan dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Jumlah toko modern di Kabupaten Cianjur mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Setelah SK pendirian minimarket dikeluarkan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Cianjur pada tahun 2005, jumlah ritel modern bertambah pesat dari jumlah kurang dari lima surat keputusan pendirian minimarket menjadi dua puluh delapan surat keputusan pendirian minimarket. Beberapa merk waralaba berjejaring yang menjadi target kebijakan pembatasan ini antara lain Indomaret

⁴ Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

⁵ Lexy. J. Moelong, 1998, *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosda Karya, Bandung, hlm. 13.

milik PT. Indomarco, Alfamart milik PT. Sumber Alfaria Jaya. Dua merk waralaba berjejaring yaitu minimarket.

Tindakan penyelesaian dikoordinasikan dengan pemerintah daerah masing-masing. Menjalin kemitraan dengan UMKM merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh penyelenggarausaha pasar skala besar, menengah dan kecil (khusus minimarket). Selain itu, pengelola pusat perbelanjaan diwajibkan menyisihkan sebagian dari keuntungannya kepada lingkungan sekitar sebagai wujud tanggung jawab sosial. Selain menjalin kemitraan dengan UMKM setempat, usaha waralaba berjejaring juga dituntut untuk menyediakan pelayanan yang baik bagi konsumen dan lingkungan sekitar supaya tidak menjadi penyelewengan penggunaan tempat usaha seperti misalnya untuk transaksi narkoba dan menjual minuman keras.

Tujuan dari Pemerintah Kabupaten membatasi jumlah usaha waralaba di Cianjur yaitu: Memberdayakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di wilayah Daerah;

mencegah pembentukan struktur pasar yang dapat melahirkan persaingan yang tidak wajar dalam bentuk monopoli, Oligopoli dan monopsoni yang merugikan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah; Mencegah terjadinya penguasaan pasar dan pemusatan usaha oleh orang-perseorangan atau kelompok orang atau badan tertentu yang dapat merugikan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah; Menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri; Meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam perluasan kesempatan kerja, berusaha serta peningkatan dan pemerataan pendapatan yang seimbang, berkembang serta berkeadilan.⁶

Penjatuhan sanksi terhadap pelanggaran tersebut lebih menurut kepada Peraturan Daerah Tentang Izin Gangguan (HO) yaitu Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2005. Penegakkan Peraturan Bupati Nomor 79 tahun 2010 cukup terakomodir dengan adanya pengawasan yang juga dilakukan oleh

⁶ *Ibid*, hlm.51

Dinas Ketertiban secara berkala di wilayah Kabupaten Cianjur, bersama pengawasan Perda-Perda lainnya. Pengawasan tersebut dilakukan sebulan sekali di tiap-tiap usaha waralaba berjejaring yang ada di Kabupaten Cianjur dengan pengecekan izin HO di masing-masing toko modern tersebut, sesuai dengan yang dikatakan oleh Bapak AB dari salah satu staf usaha waralaba berjejaring yaitu “setiap bulan ada pengecekan HO dari Dinas Ketertiban untuk kegiatan usaha waralaba berjejaring di Kabupaten Cianjur. Pembatasan usaha waralaba yang dibatasi oleh Pemerintah Kabupaten Cianjur hanyalah minimarket, karena disesuaikan dengan Permendag Nomor 53 dan Peraturan Presiden Nomor 112. Selain itu, sesuai dengan tujuan yang ada dalam Perwal 79 Tahun 2010, juga sebagai perlindungan terhadap UMKM, supaya tidak kalah bersaing dengan monopoli usaha minimarket apabila tidak dibatasi. Bentuk-bentuk usaha waralaba yang lain tidak dibatasi keberadaannya karena dirasa tidak mengancam keberadaan UMKM di Kabupaten

Cianjur, karena komoditi barang-barang yang dijual juga berbeda antara satu dengan yang lain. Kemudian komoditi yang jual juga biasanya hanya satu macam, tidak seperti yang dijual di minimarket dan toko kelontong yang menjual berbagai barang kebutuhan sehari-hari.

2. Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Kecil atau Mikro atas Kehadiran Minimarket di Kabupaten Cianjur

Implementasi Kebijakan Pembatasan Waralaba, maraknya pendirian usaha waralaba terutama minimarket berjejaring membuat Pemerintah Kabupaten Cianjur tidak tinggal diam, mengingat dampak yang timbul dari adanya minimarket tersebut bagi kelangsungan UMKM di Kabupaten Cianjur terutama di sektor perdagangan. Berbagai permasalahan yang timbul antara lain yaitu keberadaan warung-warung tradisional yang semakin terpinggirkan, adanya kecenderungan masyarakat yang memilih berbelanja di minimarket, fasilitas dan barang-barang dari warung tradisional yang kurang mampu

bersaing dengan strategi pemasaran dari minimarket. Kemudian dari Peraturan Bupati tersebut telah diimplementasikan selama kurang lebih dua tahun sejak 2010 oleh dinas-dinas terkait kebijakan yaitu Dinas Perizinan, Dinas Perindagkoptan dan Dinas Ketertiban.

Dari koordinasi implementor kebijakan tersebut maka akan dibahas mengenai implementasi kebijakan pembatasan usaha waralaba sampai saat ini, kemudian dinilai efektivitas kebijakan dari tujuan yang telah ditetapkan dalam tujuan Peraturan Bupati Nomor 79 Tahun 2010. Jarak implementasi Peraturan Bupati 89 tahun 2009 dan Peraturan Bupati 79 Tahun 2010, hanya sebentar yaitu sekitar satu tahun. Menurut penjelasan yang diberikan oleh perwakilan dari Dinas Perizinan, hal tersebut disebabkan karena kesalahan teknis dalam pembuatan Peraturan Bupati 89 Tahun 2009.⁷

Keberadaan Tim Teknis ini menyebabkan pembatasan minimarket menjadi tidak paten sesuai dengan

jumlah kuota yang ditetapkan. Akan tetapi lebih ke pengaturan pendirian minimarket berjejaring di Cianjur, karena masih diperbolehkannya pendirian gerai baru usaha waralaba berjejaring setelah melakukan beberapa kajian yang telah ditetapkan. Pada akhirnya pemerintah Kabupaten Cianjur kembali ke konsep pembatasan berdasarkan kuota, karena terjadi *overlapping* kewenangan antara Bupati dan Tim Teknis dalam persetujuan untuk memberikan izin usaha. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa masih ada beberapa usaha waralaba berjejaring yang tidak melakukan prosedur perizinan di wilayah masyarakat secara normal. Adanya beberapa keluhan dari pedagang kelontong dan warung tradisional dengan dapat berdirinya usaha waralaba berjejaring di sekitar wilayah usaha, padahal tidak memberikan izin. Namun karena adanya kekuasaan tertentu, maka usaha tersebut dapat berdiri. Seharusnya pemerintah juga turut mengatur jarak usaha waralaba berjejaring terutama dalam bentuk minimarket terhadap toko kelontong

⁷ Sujana. 2005. *Manajemen Ritel Modern*. Graha Ilmu, Yogyakarta, hlm. 24.

dan warung tradisional. Bukan berarti toko kelontong dan warung tradisional tidak mampu untuk bersaing, tetapi belum mampu untuk bersaing dengan peritel modern dikarenakan modal dan sistem manajemen usaha yang masih tradisional.

Kebijakan ini bersifat melindungi UMKM-UMKM terutama pedagang kelontong yang memiliki komoditas barang yang dijual sama dengan minimarket. Melalui berbagai penelitian dan survei yang pernah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa keberadaan minimarket mengancam eksistensi warung-warung tradisional dan toko kelontong. Apalagi saat ini juga kecenderungan konsumen yang lebih memilih untuk berbelanja di minimarket yang disebabkan oleh berbagai faktor seperti kenyamanan tempat berbelanja, harga yang lebih murah, kualitas barang yang lebih terjamin dan pelayanan yang lebih baik. Oleh karena berbagai alasan tersebut, pemerintah Kabupaten Cianjur berusaha tetap melindungi keberadaan warung tradisional dan toko kelontong yang menjadi mata pencaharian utama

sebagian besar masyarakat kecil Kabupaten Cianjur.

Jadi pertimbangan utama kebijakan ini adalah pada ekonomi masyarakat lokal. Masyarakat ekonomi kelas bawah yang masih cukup besar jumlahnya yaitu UMKM. Namun, dalam pelaksanaannya tujuan yang diharapkan dari adanya kebijakan pembatasan usaha waralaba ini hanya sedikit meminimalisir dari dampak negatif yang ditimbulkan oleh adanya usaha waralaba berjejaring bagi toko kelontong dan warung tradisional. Kurangnya perhatian pemerintah di sisi pengembangan dan pemberdayaan toko kelontong dan warung tradisional menyebabkan tergerusnya eksistensi usaha ekonomi masyarakat lokal terutama toko kelontong dan warung tradisional.

3. Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Kecil Atau Mikro Atas Kehadiran Minimarket di Kabupaten Cianjur

Kebijakan pembatasan usaha waralaba ini memiliki sasaran utama yaitu perlindungan terhadap kegiatan UMKM di Kabupaten Cianjur yang

memiliki komoditas barang yang dijual dengan minimarket dan mencegah terjadinya monopoli oleh usaha toko modern terutama minimarket yang terletak di sekitar pemukiman. Hal ini berkaitan dengan pertimbangan dari dampak negatif dari kegiatan usaha toko modern terutama minimarket yang berada di sekitar pemukiman masyarakat dan bersaing dengan keberadaan toko kelontong dan warung-warung tradisional.

Dampak negatif yang ditimbulkan dari keberadaan minimarket dilihat dari sudut pandang pedagang kelontong dan warung tradisional antara lain: Konsumen turun, Omset turun, Kalah bersaing harga.

Kebijakan pembatasan usaha waralaba ini sudah sesuai dengan sasaran kebijakan itu sendiri, akan tetapi hasil dari kebijakan tersebut tidak dapat secara langsung berdampak besar terhadap kegiatan usaha toko kelontong dan warung tradisional. Hal ini disebabkan juga oleh faktor eksternal di luar pengaruh kebijakan itu sendiri yaitu selera dan kecenderungan konsumen untuk lebih memilih

berbelanja di minimarket daripada di toko kelontong ataupun warung tradisional. Sedangkan dari sisi internal UMKM itu sendiri kurang tersentuh dari adanya peraturan ini yaitu mengenai pemberdayaan UMKM dan menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan UMKM menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan lain untuk mengimbangi kebijakan pembatasan usaha waralaba ini untuk mencakup segala aspek untuk mencapai tujuan yang lebih luas lagi baik dari sisi internal maupun eksternal kebijakan. Selain itu, ditemukan celah kurang lengkapnya kebijakan pembatasan usaha waralaba berjejaring ini, yaitu dari tujuan pemberdayaan UMKM terutama pedagang kelontong dan warung tradisional yang belum tercantum upayanya dari Pemerintah Kabupaten Cianjur.

Laporan-laporan atas adanya pelanggaran tersebut disampaikan kepada dinas-dinas terkait untuk penindakan lebih lanjut, untuk selanjutnya menyesuaikan dengan peraturan kebijakan yang berlaku.

Sedangkan kerjasama pemerintah dengan swasta dilakukan dengan pengaturan pelaksanaan kebijakan. Apabila ada investor yang ingin mengadakan pendirian usaha minimarket berjejaring, menghargai akan adanya kebijakan pembatasan usaha waralaba tersebut. Kuota yang telah ditetapkan sudah penuh maka tidak diperkenankan untuk mendirikan usaha minimarket di Kabupaten Cianjur. Namun, hal tersebut mendapat pengecualian apabila mendapat persetujuan dari Tim Teknis sehingga boleh mendirikan usaha tersebut dan begitu pula sebaliknya.

Kebijakan pengembangan sektor UMKM ini secara umum dapat dipilah menjadi dua yaitu kebijakan yang merupakan implementasi dari kebijakan pemerintah pusat dan kebijakan yang didesain oleh pemerintah Kabupaten sendiri. Sebagai implementasi dari kebijakan pusat, beberapa kegiatan telah dilaksanakan oleh pemerintah Kabupaten, salah satunya ialah melakukan sosialisasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 kepada pelaku UMKM. Perlunya

adanya pelatihan Tentang manajemen usaha dalam bersaing dengan toko modern minimarket. Pemerintah Kabupaten dapat melakukan penyuluhan terhadap pedagang toko kelontong dan warung tradisional misal Tentang manajemen keuangan, penampilan toko, pelayanan yang baik, barang-barang yang berkualitas sampai sistem penjualan yang dilakukan minimarket, sehingga dapat dilaksanakan pemilik usaha tradisional untuk bersaing dengan minimarket.⁸

Upaya untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut, maka perlu adanya iklim usaha yang kondusif agar usaha yang jalankan dapat berkembang. Pada konteks ini kebijakan-kebijakan yang dilakukan pemerintah perlu didukung dengan upaya pendampingan secara terus menerus sehingga terwujud sebuah proses pemberdayaan yang terintegratif. Selama ini persoalan konsistensi dan kontinuitas program seringkali menjadi titik lemah dalam kegiatan pemberdayaan UMKM.

⁸ Rokan, Mustafaa Kamal. 2010. *Hukum Persaingan Usaha*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta, hlm.22.

Lemahnya pendampingan terhadap pelaku UMKM menyebabkan program-program pemberdayaan UMKM masih tampak sekedar sebagai proyek pembangunan yang kurang memberikan kemanfaatan bagi masyarakat.⁹

IV. PENUTUP

1. Kesimpulan

Keberadaan UMKM di Kabupaten Cianjur Kabupaten Cianjur dapat dikatakan memiliki geliat perekonomian yang lebih besar diantara yang lain. Hal tersebut berkaitan erat dengan lokasi wilayahnya yang mudah dijangkau serta keberadaan potensi-potensi wisata dan banyaknya perguruan tinggi yang ada. Jumlah UMKM di Cianjur setiap tahun mengalami peningkatan. Pada tahun 2018 jumlah UMKM sebanyak 1.082 unit, kemudian pada tahun 2019 pada data terakhir menunjukkan peningkatan menjadi 1.116 unit. Selain itu UMKM Cianjur juga memberikan kontribusi yang besar bagi Provinsi Daerah Istimewa Cianjur.

Implementasi Kebijakan Pembatasan Waralaba, maraknya pendirian usaha waralaba terutama minimarket berjejaring membuat Pemerintah Kabupaten Cianjur tidak tinggal diam, mengingat dampak yang timbul dari adanya minimarket tersebut bagi kelangsungan UMKM di Kabupaten Cianjur terutama di sektor perdagangan. Berbagai permasalahan yang timbul antara lain yaitu keberadaan warung-warung tradisional yang semakin terpinggirkan, adanya kecenderungan masyarakat yang memilih berbelanja di minimarket, fasilitas dan barang-barang dari warung tradisional yang kurang mampu bersaing dengan strategi pemasaran dari minimarket.

Dampak negatif yang ditimbulkan dari keberadaan minimarket dilihat dari sudut pandang pedagang kelontong dan warung tradisional antara lain: Konsumen turun, Omset turun, Kalah bersaing harga. Kebijakan pembatasan usaha waralaba ini sudah sesuai dengan sasaran kebijakan itu sendiri.

⁹ *Ibid* hlm.56.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka Penulis memberikan saran sebagai berikut. Diharapkan untuk tidak mudah memberikan izin pendirian toko waralaba, terlebih apabila izin tersebut sengaja didekatkan dengan pasar tradisional atau toko-toko kelontong kecil milik masyarakat. Ketidaksesuaian antara data jumlah waralaba minimarket di Kabupaten Cianjur di setiap ruas penggal jalan yang ada di setiap kecamatan, maka masih diperlukan kontrol ketat dan mempertegas peraturan yang berlaku dengan implementasi kebijakan tersebut. Perlu adanya evaluasi data ulang terkait keberadaan waralaba minimarket di Kabupaten Cianjur, karena banyaknya ketidakcocokan antara data yang diperoleh dengan yang ada di lapangan

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Ahmadi Miru Yodo Sutarmam, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen, Cetakan ke 6*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Juajir Sumardi, 1995, *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan*

Transnasional, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.

Lexy. J. Moelong, 1998, *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosda Karya, Bandung.

Rokan, Mustafaa Kamal. 2010. *Hukum Persaingan Usaha*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Sujana, 2005. *Manajemen Ritel Modern*. Graha Ilmu, Yogyakarta.

B. Peraturan Perundang-Undangan Undang-Undang Dasar 1945.

Undang-Undang No 1 Tahun 1946
Tentang Kitab Undang-Undang
Hukum Pidana.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999
Tentang Perlindungan Konsumen.

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

Undang-Udang Nomor 20 T ahun
2008 Tentang Usaha Mikro
Kecil Menengah (UMKM).

Undang-undang Nomor 7 tahun 2014
Tentang Perdagangan.

Peraturan Presiden Republik Indonesia
Nomor 112 tahun 2007 Tentang
Penataan dan Pembinaan Pasar
Tradisional Pusat Perbelanjaan
dan Toko Modern.

C. Jurnal, Skripsi, Tesis, Internet, dll

Saraswati, 2017, Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Indomaret dan Alfamart Terhadap UKM dalam Kaitannya dengan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern (Studi di Kota Pontianak), *Jurnal Nestor*, Vol. 4, No. 4.