

Persaingan Usaha Para Pelaku Usaha Pasar Retail Di Kabupaten Tabanan

I Dewa Agung Gede Mahardhika Martha, Ni Made Puspasutari Ujianti dan Ni Made Sukariyati Karma

Fakultas Hukum Universitas Warmadewa, Denpasar, Bali-Indonesia

fozzielboxer.gbloyalty@gmail.com

Published: 28/02/2019

How To Cite: Martha, I, D, A, G.M., Ujianti, N, M, P., Karma, N, M, S.2019. *Persaingan Usaha Para Pelaku Usaha Pasar Retail Di Kabupaten Tabanan*. Volume 13, Nomor 1. Hal 45 - 50. <http://dx.doi.org/10.22225/kw.13.1.927.45-50>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pelaku usaha yang termasuk pesaing dari toko retail modern waralaba dalam melakukan kegiatan usaha di tengah persaingan pasar retail modern dengan pasar retail tradisional dan untuk mengetahui perilaku yang dilakukan oleh toko retail modern waralaba dalam menjalankan usahanya yang dapat mengakibatkan praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat, serta untuk mengetahui perlindungan hukum yang diberikan oleh Undang Undang No. 5 Tahun 1999 terhadap kelangsungan usaha dari pelaku usaha di pasar tradisional sehubungan dengan semakin maraknya pelaku usaha di pasar modern. Penelitian hukum ini merupakan jenis penelitian empiris, yang bersifat deskriptif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Lokasi penelitian di Kabupaten Tabanan, yakni di Pasar Retail Modern (toko retail modern waralaba Alfamart dan Indomaret) maupun Pasar Retail Tradisional (Toko kelontong dan Pasar tradisional). Hasil penelitian menunjukkan bahwa toko retail waralaba dalam menjalankan usaha melakukan tindakan-tindakan yang dapat mengakibatkan praktik monopoli sehingga segera perlu dibentuk perlindungan hukum yang diberikan terhadap pasar tradisional. Aturan-aturan perlindungan hukum preventif dari pemerintah perlu diterapkan guna menunjang keberhasilan perlindungan hukum preventif terhadap pelaku usaha tradisional.

Keyword : Persaingan Usaha; Pasar Retail; Waralaba

Abstract

This study aims to identify business actors including competitors from modern franchise retail stores in conducting business activities in the midst of modern retail market competition with traditional retail markets and to find out the behavior of modern franchise retail stores in conducting their businesses which can lead to monopolistic practices and/or unfair business competition, and to find out the legal protection provided by Law No. 5 of 1999 concerning the business continuity of business actors in traditional markets due to the increasingly widespread business in modern markets. Legal research is a type of empirical research, which is descriptive in nature. The type of data used in this study are primary data and secondary data. Research locations in Tabanan Regency, namely in the Modern Retail Market (modern retail stores Alfamart and Indomaret franchises) and Traditional Retail Markets (Grocery Stores and traditional Markets). The results of the study show that franchise retail stores carry out actions that can lead to monopolistic practices so that legal protection needs to be provided immediately for traditional markets. Preventive legal protection regulations from the government need to be implemented to support the success of preventive legal protection for business actors. traditional.

Keywords: Business; Competition; franchises Retail market

I. PENDAHULUAN

Pasar berdasarkan ilmu ekonomi adalah suatu mekanisme dimana para penjual dan pembeli melakukan interaksi atas barang dan jasa. Sementara pasar dalam kehidupan sehari-hari jamak diartikan sebagai tempat umum yang melayani jual beli. Sehubungan dengan itu, kita mengenal istilah pasar retail, pasar retail pada prinsipnya dapat diartikan sebagai tempat usaha

yang didalamnya terdapat mekanisme antara pedagang eceran dengan konsumen akhir atas barang-barang tertentu dalam partai (jumlah) kecil/satuan. Menurut perkembangannya, pasar ini dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu pasar retail modern dan pasar retail tradisional. Pasar retail modern terdiri dari tiga bentuk, yaitu: minimarket, supermarket, dan *hypermarket*. Sedangkan Pasar retail tradisional terdiri dari

warung dan pedagang kelontong (Suseno, 2007). Usaha toko retail waralaba berkembang sangat pesat melalui sistem waralaba. Sebagai pelaku usaha, persaingan antara toko retail waralaba mulai terlihat jelas, terutama dari mendirikan dan membangun gerai toko retail waralaba. Tidak hanya satu gerai tapi di setiap kabupaten di Bali khususnya di Tabanan. Sepertinya toko retail waralaba sudah berhasil merebut hati masyarakat di Bali, hal ini dapat dibuktikan dengan semakin banyaknya gerai yang dibuka di berbagai tempat di Tabanan.

Ketika toko retail waralaba modern telah mencapai puncak kejayaannya, terdapat satu pihak yang merasa dirugikan, pihak tersebut adalah para pelaku usaha dari toko retail tradisional dan pasar tradisional. Kekhawatiran para pelaku usaha di pasar tradisional semakin bertambah seiring dengan menurunnya transaksi jual beli yang ada di lingkungan pasar tradisional. Hal itu disebabkan karena konsumen mulai berpindah untuk melakukan transaksi jual beli di gerai toko retail waralaba. Kekhawatiran ini dapat diterima dengan akal sehat, mengingat gerai pasar ritel modern letaknya sangat berdekatan dengan lokasi pasar tradisional, sehingga mengancam keberadaan pasar tradisional. Apalagi jika dilihat perang harga promosi toko retail waralaba dengan spanduk atau baliho besar bertuliskan nama barang dan harga yang fantastis rendah. Dibandingkan dengan harga yang ada di warung atau toko kelontong, harga yang ditawarkan toko retail waralaba memang jauh lebih murah. Dewi (2018) mengatakan bahwa Masuknya investasi untuk berinvestasi di sektor pasar modern, menjadi tantangan tersendiri bagi aktivitas dan perkembangan ekonomi rakyat kecil dalam hal ini adalah usaha mikro, kecil dan menengah di pasar tradisional. Lebih daripada itu, keberadaan pasar tradisional di perkotaan semakin memprihatinkan dan bahkan terancam gulung tikar dengan semakin pesatnya pertumbuhan dan perkembangan pembangunan pasar modern (Komang & Dewi, 2018). Lebih lanjut disampaikan bahwa masuknya investasi untuk berinvestasi di sektor pasar modern, menjadi tantangan tersendiri bagi aktivitas dan perkembangan ekonomi rakyat kecil dalam hal ini adalah usaha mikro, kecil dan menengah di pasar tradisional. Dalam perkembangannya, keberadaan pasar tradisional di perkotaan semakin memprihatinkan dan bahkan terancam gulung tikar dengan semakin pesatnya pertumbuhan dan perkembangan pembangunan pasar modern. Masuknya investasi

untuk berinvestasi di sektor pasar modern, menjadi tantangan tersendiri bagi aktivitas dan perkembangan ekonomi rakyat kecil dalam hal ini adalah usaha mikro, kecil dan menengah di pasar tradisional.

Kekhawatiran sebenarnya tidak hanya dirasakan oleh pedagang tradisional saja, tetapi antara toko retail waralaba juga merasakannya. Kekuatan pasar memang sudah dimiliki oleh toko retail waralaba, tapi jika dibandingkan dengan supermarket ataupun hypermarket, keberadaan toko retail waralaba bukanlah termasuk pesaing yang berat. Toko retail waralaba memang belum bisa memenangkan persaingan usaha yang terjadi antara toko retail waralaba dengan supermarket dan hypermarket.

Berdasarkan latar belakang masalah yang peneliti utarakan agar arah dan tujuan penelitian ini tidak menyimpang dari pokok bahasan, maka peneliti mengemukakan rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini (1) apakah toko retail waralaba dalam menjalankan usaha dapat mengakibatkan praktik monopoli? Dan (2) bagaimana bentuk perlindungan hukum yang diberikan terhadap pasar tradisional sehubungan dengan semakin maraknya pelaku usaha toko retail waralaba ?

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian empiris dengan pengumpulan data di lapangan di mana dengan menganalisa Perda Tabanan dengan perda Bali yang terkait dengan perijinan usaha toko retail modern dengan pendekatan keadilan distributif. Peneliti akan melakukan teknik pengumpulan data dengan cara studi kepustakaan, dan wawancara langsung kadis perdagangan kabupaten Tabanan dan jajarannya. Pendekatan yang digunakan didalam penelitian hukum adalah pendekatan peraturan perundang-undangan (*statue opprach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual opprach*).

III. PEMBAHASAN

Klasifikasi Praktik Monopoli Menurut Hukum Persaingan Usaha

Menurut Usman (2006), terdapat empat bentuk perbuatan yang dianggap sebagai kegiatan atau praktik monopoli yang dilarang oleh Undang-undang anti monopoli, yakni :

Horizontal Merger.

Tindakan ini dilakukan antara dua perusahaan

besar yang melakukan *merger* (penggabungan usaha) untuk dapat menguasai pasar. Semula kedua perusahaan besar ini bersaing ketat dalam upaya merebut pasar. Hasil merger tersebut adalah untuk menghapuskan persaingan diantara mereka guna menghadapi pengusaha lain.

Joint Monopolization.

Praktik monopoli ini tidak harus dilakukan oleh satu perusahaan saja. Dua atau lebih perusahaan yang berbeda dapat bekerja sama dengan memiliki kekuatan yang cukup besar untuk menciptakan monopoli. Misalnya, tiga perusahaan secara sendiri-sendiri tidak akan mampu untuk melakukan monopoli di pasar, tetapi adanya *merger* yang dilakukan oleh ketiga perusahaan tersebut, hal ini kemudian akan dapat menimbulkan praktik monopoli dalam kegiatan bisnis.

Predatory.

Tindakan dalam kegiatan bisnis yang membuat pelaku ekonomi baru tidak dapat memasuki pasar dengan bebas atau menimbulkan kerugian kepadanya, sehingga ia tidak dapat bersaing dengan baik.

Price Discrimination (diskriminasi harga).

Pelaku monopoli dapat memiliki kekuasaan dengan insentif untuk melakukan diskriminasi harga. Melalui berbagai cara, pelaku monopoli dapat memisah-misahkan pembeli dalam kelas berlainan dan menetapkan harga dengan ongkos lebih besar dari satu pihak kepada pihak lain. Para pelaku monopoli melakukan secara terbuka, misalnya dengan menawarkan harga yang relatif lebih rendah kepada anak-anak muda, pensiunan, mahasiswa, pegawai pemerintah atau menjual produk yang sama dengan merk berlainan atau model biasa dengan model luks. Diskriminasi harga dapat juga dilakukan secara rahasia dengan menawarkan diskon lebih besar dari ongkos atau harga jual yang dihemat para pembeli besar sebagai hasil jumlah penjualan. Diskriminasi harga demikian bertujuan untuk dapat memaksimalkan atas *benefits* (keuntungan) yang akan diperoleh seorang pengusaha atau mematikan usaha dari produsen lain yang secara potensial mampu menyaingi kegiatan usahanya (Usman, 2006).

Praktek Monopoli Dalam Persaingan Antar Toko Modern dengan Pasar Tradisional

Persaingan bisnis dalam dunia usaha memaksa setiap pelaku bisnis untuk dapat bertahan bahkan

mengembangkan usahanya, hal ini disebabkan kebutuhan konsumen yang semakin beragam sehingga para pebisnis harus jeli dalam menggunakan strategi untuk menarik pelanggan. Usaha kecil merupakan salah satu pelaku bisnis yang ikut serta dalam persaingan ini. Salah satu persaingan yang harus di hadapi pebisnis kecil antara lain, pesatnya pembangunan pasar modern yang dirasakan oleh banyak pihak berdampak terhadap keberadaan pasar tradisional yang sebagian besar adalah usaha kecil perorangan. Disatu sisi, pasar modern dikelola secara professional dengan fasilitas yang serba lengkap. Di sisi lain pasar tradisional masih disibukkan dengan permasalahan klasik seputar pengelolaan yang kurang profesional dan ketidak nyamanan berbelanja. Pasar modern dan pasar tradisional bersaing dalam pasar yang sama, yaitu pasar ritel. Hampir semua produk yang dijual dipasar tradisional seluruhnya dapat ditemui di pasar modern, khususnya hypermarket. Bisnis ritel memang dinilai prospektif sehingga menimbulkan persaingan yang luar biasa, persaingan lain yang juga menjadi permasalahan baru bagi usaha kecil (kali ini toko-toko) adalah pesatnya pertumbuhan minimarket dengan sistem waralaba yang juga bersaing pangsanya pasar yang sama yakni pasar ritel.

Minimarket dengan sistem waralaba pertama adalah Indomart pada 1988, pada awalnya memang tidak menyolok karena masyarakat cenderung mengandalkan toko-toko kelontong di sekitar pemukimannya untuk belanja sehari-hari. Perkembangan luar biasa ritel waralaba dengan pangsanya pasar hingga kini mencapai hampir 70% (khusus Alfamart dan Indomaret) tentu mempunyai dampak bagi usaha ritel serupa yang memiliki skala lebih kecil seperti pada toko-toko yang ada di pemukiman. Bagaimana tidak jika kebiasaan belanja masyarakat yang pada awalnya di warung yang berada di dekat pemukimannya untuk kebutuhan sehari-hari, beralih menjadi kebiasaan belanja di warung ber-AC atau mini market yang lebih memberikan kenyamanan dan kebebasan berbelanja. Dampak yang diberikan mungkin dapat berupa dampak positif atau negatif, dampak positif seperti peningkatan kemampuan bersaing, sedangkan dampak negatif dapat berupa penurunan omzet penjualan (Salim Kartono, 2007). Adanya kemungkinan dampak negatif terhadap keberlangsungan kegiatan usaha perlu diantisipasi. Demikian pula halnya dengan yang terjadi di Kabupaten Tabanan, yang merupakan

salah satu kabupaten dengan tingkat pertumbuhan toko modern yang cukup tinggi jika dibandingkan dengan kabupaten yang ada di Bali, selain Kota Denpasar dan Kabupaten Badung. Berdasarkan data yang diperoleh terdapat 311 toko modern yang beroperasi di Tabanan. Dari 311 toko modern tersebut hanya 28 toko yang mengantongi izin, bahkan diantaranya banyak yang sangat berdekatan pasar tradisional yang tentu saja hal ini sangat dikhawatirkan mematikan keberlangsungan ekonomi rakyat tersebut (Hartono, 2007).

Perda Kabupaten Tabanan Nomor 1 Tahun 2016 tentang Penataan Toko Swalayan, pada Bab IV Bagian Kesatu Pasal 6 yang mengatur jarak pendirian minimarket menentukan sebagai berikut:

Minimarket dengan ukuran luas lantai pejualan sampai dengan 200 M² dan bukan minimarker berjejaring paling dekat dalam radius 1.000 M dari pasar rakyat dan minimal 250 M dari minimarket lainnya.

Minimarket dengan ukuran luas lantai penjualan diatas 200 M² dan semua minimarket berjejaring paling dekat dalam radius 1.000 M dari pasar rakyat dan minimal 250 M dari minimarket lainnya.

fakta dilapangan, sepanjang jalur Denpasar-Singaraja banyak terdapat minimarket dan minimarket berjejaring yang jaraknya kurang dari 250 M baik dari sesama minimarket dan minimarket berjejaring, bahkan di seputaran pasar tradisional juga tersebar minimarket dan minimarket berjejaring yang jaraknya kurang dari 1000 M. Ketika hal ini dikonfirmasi, dinyatakan bahwa banyak minimarket yang belum mengantongi izin. Menurut Bapak Suryadi, makin liarnya pendirian toko modern yang belum mengantongi izin lantaran adanya izin lokasi yang lolos dikeluarkan oleh kepala desa dan bendesa adat setempat. Tidak dipatuhinya pengaturan pembatasan jarak antara minimarket dengan pasar tradisional semakin mendesak pedagang pasar tradisional dan toko tradisional khususnya dalam bentuk menurunnya omset penjualan. Hal ini apabila dibiarkan terus-menerus tanpa ada pengaturan tentu jangka panjang akan dapat memarjinalkan, bahkan mematikan pasar tradisional di wilayah tersebut.

Berdasarkan wawancara mendalam dengan pejabat terkait diketahui ternyata terdapat perbedaan sikap pemerintah kabupaten dan di

desa yang mana pihak desa seolah-olah menutup mata terhadap Perda yang berlaku karena dengan adanya minimarket dan minimarket di wilayah mereka itu berarti ada pemasukan bagi kas desa. Jika hal ini tetap dibiarkan maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi persaingan tidak sehat antara minimarket yang dikelola secara pribadi oleh masyarakat dengan minimarket berjejaring yang notabene mempunyai pendanaan yang lebih besar. Persoalannya, ketika pasar tradisional harus berkompetisi dengan toko modern dengan posisi status, modal, manajemen yang tidak seimbang, apabila dibiarkan bersaing secara bebas tanpa campur tangan pemerintah, maka distorsi dan eksploitasi oleh pihak yang kuat terhadap pihak yang lemah tidak dapat dihindari. Pasar tradisional dengan karakteristik lemah modal, lemah manajemen pada akhirnya akan menanggung kekalahan dalam kompetisi. Berdasarkan teori keadilan John Rawls, setiap orang yang masuk kedalam pasar dengan bakat dan kemampuan yang alamiah yang berbeda-beda, peluang sama yang dibiarkan pasar tidak akan menguntungkan semua peserta. Keadaan itu akan menimbulkan distribusi yang tidak adil atas kebutuhan-kebutuhan hidup, justru karena perbedaan bakat dan kondisi-kondisi sosial yang kebetulan tadi, apabila kondisisosial yang kebetulan tadi diperbaiki sehingga sama bagi semua orang, namun tidak berarti bahwa pasar bebas dengan sendirinya akan mendistribusikan kekayaan ekonomi secara sama, justru sebaliknya, terlepas dari perbaikan kondisi sosial yang ada, pasar bebas akan melahirkan kepincangan-kepincangan karena perbedaan bakat dan kemampuan alamiah antara orang yang satu dengan orang yang lainnya. Oleh karena itu, Rawls berpandangan bahwa pasar adalah justru merupakan pranata ekonomi yang tidak adil. Menurut Rawls, sistem sosial harus diatur sedemikian rupa, sehingga distribusi yang dihasilkannya adil apapun yang terjadi (Gaffar, 2006).

Dalam rangka mewujudkan tujuan ini, proses sosial dan ekonomi perlu diatur dalam lingkungan pranata politik dan hukum yang sesuai. Tanpa pengaturan pranata-pranata latar belakang tersebut secara tepat hasil proses distribusi ini akan tidak adil. Adanya situasi ketidaksamaan mengakibatkan hukum (negara) harus memberikan keuntungan dalam arti memberikan perlindungan kepada golongan masyarakat yang paling kurang beruntung (pasar tradisional), sehingga terwujud keadilan secara sosial ekonomi

dalam masyarakat. ini dilakukan dalam rangka menjaga keseimbangan kepentingan, bukan hanya kepentingan toko modern dengan konsumen, tetapi juga keseimbangan kepentingan dan kemajuan dalam kesatuan ekonomi. Kehadiran legislasi daerah tentang penataan toko modern dan pasar tradisional menjadi sangat urgen, khususnya terkait dengan penetapan lokasi dan jumlah, pembatasan jam buka, pembagian produk yang dijual, dan pengaturan perijinan toko modern. Semuanya dilakukan dalam rangka memberikan perlindungan dan kepastian hukum bagi kompetisi pasar tradisional dengan toko modern, karena Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) hanya berwenang menegakkan Perda dan tidak berwenang menegakkan Perpres maupun Permendag. Pada tataran yang lebih tinggi, problema yang muncul dalam praktik hukum, sebenarnya tidak dapat dilepaskan dari kekaburan asas yang menjadi landasan pembentukan UU Anti Monopoli, sehingga sangat urgensi untuk menuangkan asas keadilan dan perlindungan dalam UU Anti Monopoli. Terdapat pendapat bahwa asas atau prinsip adalah meta norma yang berarti bahwa asas tidak dirumuskan dalam undang-undang karena hakikatnya adalah meta norma, sehingga asas cukup dituangkan dalam Penjelasan Umum. Namun, ternyata kedudukan Penjelasan Umum masih menimbulkan perdebatan apakah merupakan norma atau bukan. Penulis berpandangan bahwa sudah saatnya asas keadilan dan asas perlindungan dituangkan dalam UU Anti Monopoli, sehingga dapat mengakomodasi kepentingan pasar tradisional serta dapat menghindari perbedaan penafsiran dalam implementasinya. Penerapan asas keadilan dan asas perlindungan dalam UU Anti Monopoli, distorsi dan kesewenang-wenangan pasar dapat dihindari, sehingga tujuan pembentukan UU Anti Monopoli dalam rangka menciptakan kesejahteraan masyarakat dapat dicapai. Berdasarkan hal tersebut, keberadaan tokomodern seharusnya memperhitungkan rasio jumlah dengan struktur penduduk serta ketahanan dan pertumbuhan pasar tradisional. Berdasarkan studi dokumen, diketahui bahwa pendirian minimarket selain harus memiliki ijin, juga harus memperhatikan kepadatan penduduk, perkembangan pemukiman baru, aksesibilitas wilayah (arus lalu lintas), dukungan/ ketersediaan infrastruktur serta memperhatikan keberadaan pasar tradisional dan warung/ toko di wilayah sekitar yang lebih kecil daripada minimarket tersebut. Pendirian minimarket diutamakan untuk

diberikan kepada pelaku usaha yang domisilinya sesuai dengan lokasi minimarket dimaksud.

Bentuk Perlindungan Hukum Yang Diberikan Terhadap Pasar Tradisional

Perlindungan terhadap eksistensi pasar tradisional mutlak untuk dilakukan dengan melakukan upaya untuk menyelaraskan kekuatan pasar modern dengan kelemahan pasar tradisional. Keberadaan pasar modern harus tetap dapat menjaga eksistensi pasar tradisional dan bukan sebaliknya (Sulistia, 2006). Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pemerintah adalah dengan menerbitkan beberapa peraturan perundang-undangan yang secara substansial mengatur pola hubungan antara pasar tradisional dengan pasar modern. Pengaturan pola hubungan pasar moder dengan pasar tradisioal tersebut diharapkan ekspansi dan perkembangan pasar modern bukan lagi merupakan ancaman terhadap eksistensi pasar tradisional sehingga hukum yang berbentuk peraturan perundang-undangan tersebut mampu mewujudkan perlindungan terhadap pasar tradisional.

1) Perlindungan Hukum Preventif

Konsep perlindungan terhadap pasar tradisional sesungguhnya sudah diupayakan oleh pemerintah melalui Perpres No. 112 Tahun 2007. Dalam pasal 4 disebutkan tentang persyaratan pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern. Berkaitan dengan ketentuan-ketentuan pada Perpres tersebut, Menteri Perdagangan menerbitkan Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Dalam Peraturan Menteri Perdagangan tersebut dijelaskan bahwa hal-hal yang dianalisa berkaitan dengan pendirian pasar ritel modern adalah kondisi sosial ekonomi masyarakat dan keberadaan pasar tradisional sebagaimana disebutkan dalam Perpres no. 112 Tahun 2007.

Dalam era otonomi sekarang, pemerintah Daerah mempunyai peran yang besar karena dia bertanggungjawab untuk mewujudkan keberlangsungan pasar tradisional di daerahnya dengan lebih memperhatikan lokasi dari ritel modern yang ingin melakukan kegiatan usahanya. Keberadaan pasar-pasar modern atau minimarket yang berdekatan menunjukkan lemahnya pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah daerah terhadap perkembangan pasar modern, salah satunya adalah pembatasan jam

operasional. Pembatasan jam operasional pasar modern harus diperketat dan dilakukan pengawasan yang sungguh-sungguh.

Disamping itu, untuk memberikan perlindungan terhadap keberadaan pasar tradisional adalah dengan memberlakukan zonasi pasar sebagaimana ditentukan dalam Perpres No. 112 Tahun 2007 dan juga untuk menerapkan aturan-aturan perlindungan hukum preventif, pemerintah mencanangkan beberapa program guna menunjang keberhasilan perlindungan hukum preventif berupa:

- a) Revitalisasi dan rehabilitasi Pasar Tradisional
 - b) Pembinaan dan Pelatihan
 - c) Legalisasi usaha dan tempat
 - d) Kebijakan Pendirian Pasar Modern
- 2) Perlindungan Hukum Represif

Segala bentuk perlindungan kepada para pedagang di pasar tradisional telah ada dalam Perda. Hal tersebut tak terkecuali untuk mencabut izin dari pasar modern (pasal 14 Perda Kabupaten Tabanan No. 1 Tahun 2016).

- 3) Perlindungan Fungsional Bentuk perlindungan yang dilakukan oleh PD Pasar Tabanan adalah:
- a) Menjaga kebersihan pasar
 - b) Menjaga keamanan dan ketertiban pasar
 - c) Menyelenggarakan air bersih dan penerangan.

IV. SIMPULAN

Usaha kecil merupakan salah model persaingan usaha yang terus berkembang sesuai dengan jaman. Persaingan usaha ini banyak mengorbankan pelaku usaha kecil tradisional, yang mana dirasakan dengan makin banyaknya bermunculan usaha kecil modern dimana pelaku usaha kecil modern ini memiliki keunggulan dari fasilitas yang lebih modern atau dengan kata lain lebih memberikan pelayanan lebih profesional dan nyaman ketimbang pelaku usaha kecil tradisional. Padahal pelaku usaha kecil tradisional yang berjuang di pasar tradisional harus sama-sama bersaing dengan pelaku usaha modern atau pasar modern dalam bidang pasar ritel. Kekalahan pasar tradisional pun diperparah dengan sistem waralaba yang bisa diterapkan pada pasar modern di era jaman sekarang ini. Upaya perlindungan

terhadap pelaku usaha kecil di pasar tradisional diperlukan saat ini dengan pentingnya adanya regulasi peraturan perundang-undangan yang perlu ditambahkan dengan jelas dalam peraturan perundang-undangan persaingan usaha sekarang sehingga ekspansi dan perkembangan pasar modern dapat terkontrol lebih jelas tanpa harus mematikan eksistensi dari pasar tradisional di era jaman sekarang ini.

Daftar Pustaka

- Gaffar, F. (2006). *Hukum Acara Persaingan Usaha*. Jakarta: Yayasan Pengembangan Hukum Bisnis.
- Hartono, H (2007). *Sukses Mengelola Bisnis Toko retail waralaba*. Indonesia cerdas.
- Kartono, S. (2007). *5 Jurus Sukses Berbisnis Retail di Modern Market*. Jakarta: Trans Media.
- Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 75 Tahun 1999 Tanggal 8 Juli 1999 tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha.
- Keputusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 05/KPPU/Kep/IX/2000 tentang Tata Cara Penyampaian Laporan dan Penanganan Dugaan Pelanggaran Terhadap Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.
- Kitab Undang Undang Hukum Perdata.
- Komang, N., & Dewi, D. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Pasar Tradisional Di Era Liberalisasi Perdagangan. *Jurnal Law Reform*, 14(1), 1–14.
- Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 Tentang Zonasi
- Peraturan Pemerintah Nomor 13 Tahun 1995 tentang Ijin Usaha Industri
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba
- Peraturan Daerah Kabupaten Tabanan No. 1 Tahun 2016 tentang Pengaturan Pasar Swalayan
- Sulistia, T (2006). *Aspek Hukum Usaha Kecil Dalam Ekonomi Kerakyatan*. Padang: Andalas University Press.
- Suseno, D, B. (2007). *Sukses Usaha Waralaba*. Yogyakarta: Cakrawala.
- Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil.
- Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Usman, R. (2006). *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.