**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Penelitian**

Pasar mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Dari yang bersifat tradisional menjadi modern. Perkembangan ini terjadi di kota-kota dunia. Keberadaan pasar modern dewasa ini tidak dapat dibendung seiring dengan perubahan pemikiran dan perilaku konsumsi masyarakat. Namun keberadaanya dikhawatirkan dapat mempengaruhi peran pasar tradisional dalam kehidupan masyarakat. Kendatipun keberadaan pasar tradisional tidak dapat dikesampingkan dalam menopang perekonomian masyarakat menengah ke bawah. Keberadaan pasar modern mempengaruhi pendapatan pedagang pasar tradisional. Setelah adanya pasar modern, pendapatan pedagang jadi berkurang atau menurun.

Manusia, apabila ditinjau dari sisi sejarah, telah mengenal dan melakukan kegiatan jual beli sejak mengenal peradaban sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan. Keberadaan pasar merupakan tempat jual beli sedangkan tradisional dimaknai sikap dan cara berpikir serta bertindak yang selalu berpegang kepada norma dan adat kebiasaan yang ada secara turun temurun. Berdasarkan arti di atas, maka pasar tradisional adalah tempat orang berjual beli yang berlangsung di suatu tempat berdasarkan kebiasaan.[[1]](#footnote-1)

Kegiatan sosial ekonomi tersebut dilakukan penduduk untuk mempertahankan hidupnya sebagai perseorangan dan sebagai kelompok. Secara naluri manusia mempunyai kebutuhan dan keinginan, dimana kebutuhan seseorang harus dapat dipenuhi untuk mempertahankan hidupnya, sedangkan keinginannya dapat dipenuhi untuk pemuasan hasrat atau seleranya. Dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan itulah manusia melakukan kegiatan sosial dan kegiatan ekonomi.[[2]](#footnote-2)

Kegiatan sosial dan kegiatan ekonomi mencirikan perkembangan suatu daerah di samping aktivitas lain yang ada. Salah satu indikasi dari dinamika perkembangan daerah dapat dilihat dari kondisi perekonomian daerah tersebut (*urban economic*). Secara umum, ciri perkembangan daerah dapat ditentukan oleh kapasitas prasarana dan sarana yang ada di daerah itu. Kondisi tersebut mengindikasikan prasarana dan sarana menjadi bagian yang sangat vital dalam perkembangan suatu daerah. Kapasitas prasarana dan sarana daerah ini secara umum dapat dilihat dari jenisnya, daya tampung atau daya dukung dan sistem pengelolaannya serta kesesuaiannya dengan kondisi daerah atau daerah baik secara fisik, sosial dan ekonomi. Prasarana atau infrastruktur adalah alat yang paling utama dalam kegiatan sosial dan kegiatan ekonomi atau dengan kata lain bahwa dalam meningkatkan perkembangan kegiatan sosial dan kegiatan ekonomi, prasarana merupakan hal yang penting.[[3]](#footnote-3)

Dinamika perekonomian suatu daerah ditentukan oleh seberapa jauh efisiensi penggunaan ruang atau pola penggunaan ruang untuk aktivitas perekonomian di daerah tersebut. Perkembangan perekonomian daerah ini secara spesifik akan ditentukan oleh dinamika sistem perdagangan yang ada di daerah itu dan juga di kawasan sekitarnya. Salah satu sarana perdagangan yang ada di daerah adalah pasar, baik pasar tradisional maupun pasar modern. Keberadaan sarana perdagangan ini berfungsi sebagai:[[4]](#footnote-4) Sub sistem dari sistem pelayanan prasarana dan sarana daerah; tempat kerja dan sumber pendapatan masyarakat; Salah satu pusat retail dalam sistem perdagangan daerah; dan sumber pendapatan asli daerah.

Aktivitas yang terjadi pada suatu pusat perdagangan secara umum dan pasar tradisional sebagai salah satu sub sistem pusat perdagangan di suatu daerah, merupakan salah satu parameter yang dapat digunakan untuk mengukur pertumbuhan dan dinamika ekonomi suatu daerah. Intensitas dan ragam kegiatan yang terjadi di suatu pasar mencirikan bagaimana aktivitas perekonomian di suatu daerah berjalan. Semakin tinggi aktivitas yang terjadi di pasar merupakan salah satu indikator semakin dinamisnya perputaran roda perekonomian daerah.

Perdagangan Pasar merupakan kegiatan usaha yang mampu memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, perdagangan adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan usaha besar.

Pasar tradisional mempunyai fungsi dan peranan yang tidak hanya sebagai tempat perdagangan tetapi juga sebagai peninggalan kebudayaan yang telah ada sejak zaman dahulu. Saat ini perlu disadari, bahwa pasar tradisional bukan satu-satunya pusat perdagangan. Semakin banyaknya pusat perdagangan lain seperti pasar modern, baik dalam bentuk *minimarket*, *hypermart* maupun *mall* yang pada gilirannya dapat membuat pasar tradisional harus mampu bertahan dalam persaingan agar tidak tergilas oleh arus modernisasi.

Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial. Para ahli ekonomi mendiskripsikan sebuh pasar sebagai kumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu.[[5]](#footnote-5) Secara umum, masyarakat mengenal dua jenis pasar yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Keduanya mempunyai ciri yang berbeda jika dilihat dari bangunan, tempat berjualan, dan sistem jual beli yang dilakukan. Pasar tradisonal umumnya terdiri dari los atau tenda, tidak permanen, dan lingkungannya tidak nyaman karena becek, kotor, bau, dan tidak aman. Sedangkan pasar modern biasanya memiliki bangunan megah dan permanen, fasilitas memadai, nyaman, aman, banyaknya diskon yang ditawarkan dan harga yang tercantum pasti.

Perkembangan globalisasi, laju kondisi sosial ekonomi masyarakat, dan perubahan sistem nilai telah membawa perubahan. Perubahan terhadap pola kehidupan dan kebutuhan masyarakat. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat muncul berbagai fasilitas perbelanjaan. Pasar sebagai salah satu fasilitas perbelanjaan selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat penting dalam kehidupan masyarakat. Bagi masyarakat, pasar bukan sekedar tempat bertemunya penjual dan pembeli. Pasar juga wadah interaksi sosial dan representasi nilai-nilai tradisional. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung.

Pasar tradisional merupakan ciri pada negara berkembang. Tingkat pendapatan dan perekonomian masyarakat kurang begitu tinggi. Hal ini menyebabkan masyarakat lebih suka berbelanja ke pasar tradisional.Akan tetapi seiring dengan perkembangan zaman, budaya masyarakat Indonesia sudah mulai bergeser. Kegiatan-kegiatan besar dan lebih modern telah memasuki banyak perkotaan di Indonesia. Banyak investor yang masuk ke Indonesia untuk membangun pasar-pasar modern yang menampung kegiatan-kegiatan besar. Era globalisasi ini banyak bermunculan pasar-pasar modern. Dibangun dengan segala kelebihan dan fasilitasnya serta kelengkapannya dalam memperjualbelikan barang-barang kebutuhan masyarakat.

Kehadiran pasar modern, terutama *supermarket* dan *hypermart* dianggap oleh berbagai kalangan telah menyudutkan keberadaan pasar tradisional. Di Indonesia, berdasarkan harian Bussiness News terdapat 13.450 pasar tradisional dengan sekitar 12,6 juta pedagang kecil. Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional. Pasar jenis ini penjual dan pembelinya tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (*barcode*).[[6]](#footnote-6)

Di Indonesia, supermarket lokal telah ada sejak 1970an. Meskipun masih terkonsentrasi di kota-kota besar. Supermarket bermerek asing mulai masuk ke Indonesia pada akhir 1990-an. Semenjak kebijakan investasi asing langsung dalam sektor usaha ritel dibuka pada 1998. Meningkatnya persaingan telah mendorong kemunculan supermarket di kota-kota  kecil dalam rangka  mencari pelanggan baru dan terjadi perang harga. Akibatnya, bila supermarket Indonesia hanya melayani masyarakat kelas menengah-atas pada era 1980-an sampai  awal 1990-an , penjamuran supermarket hingga ke kota-kota kecil dan adanya praktik monopoli melalui strategi pemangkasan harga memungkinkan konsumen kelas menengah-bawah untuk mengakses supermarket.[[7]](#footnote-7)

Pada beberapa tahun terakhir memang tidak bisa dipungkiri bahwa keberadaan pasar modern sudah menjadi tuntutan dan gaya hidup modern yang berkembang dimasyarakat kita. Tidak hanya di kota metropolitan tetapi sudah merambah di kota-kota kecil di Indonesia, sangat mudah dijumpai pasar modern. Hal ini terjadi karena pasar modern mulai bersaing dengan harga produk yang lebih murah dari pada dipasar tradisional. Pasar Modern adalah tempat penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga (termasuk kebutuhan sehari-hari), dimana penjualan dilakukan secara eceran dan dengan cara swalayan (konsumen mengambil sendiri barang dari rak dagangan dan membayar ke kasir). Secara persentase dari tahun 2007 hingga 2008, pertumbuhan pasar modern lebih tinggi dibandingkan dengan persentase pasar tradisional, yaitu pasar modern tumbuh 14 persen, sedangkan pasar tradisional hanya 3 persen. Namun, dalam hitungan jumlah, pasar tradisional jumlahnya masih lebih banyak, yaitu 5 8.855 unit, sementara pasar modern hanya 1.061 unit.[[8]](#footnote-8)

Maraknya pembangunan sejumlah *hypermart* dan *minimarket* di sejumlah daerah membuat pedagang pasar tradisonal khawatir. *Minimarket* yang menjamur di perumahan, rasanya hampir bisa ditemui disetiap Rukun Warga. Pasar yang tadinya dikuasai toko kelontongan dan makanan ringan, kini diambil alih oleh *minimarket*. Kehadiran pasar modern memang membuat belanja menjadi suatu wisata keluarga yang memberi pengalaman tersendiri. Pasar modern kini juga dikemas dalam tata ruang yang apik, terang, lapang, sejuk dan tidak lagi disuguhi dengan suasana yang kotor, panas, sumpek, dan becek. Dengan kelebihan yang ditawarkan, tentu saja dengan mudah pasar modern akan menarik perhatian masyarakat. Meskipun informasi gaya hidup modern dengan mudah diperoleh dan perkembangan pasar modern semakin hebat, tetapi tampaknya masyarakat masih memiliki dan mempunyai budaya untuk tetap berkunjung dan berbelanja ke pasar tradisional. Disatu sisi terdapat perbedaan yang mendasar antara pasar tradisional dan pasar modern, perbedaan itu adalah bahwa di pasar tradisional masih terdapat proses tawar menawar harga, sedangkan di pasar modern harga sudah pasti ditandai dengan label harga.[[9]](#footnote-9)

Maraknya pembangunan pasar-pasar modern justru dipertanyakan kemanfaatan secara meluas, karena melahirkan ketimpangan. Pasar modern mengambilalih keuntungan pedagang kecil, dan mengalir ke pasar modern dengan berbagai bentuknya. Berdasarkan data AC Nielsen, kontribusi penjualan pasar tradisional memang terus merosot. Bila pada tahun 2002, dominasi penjualan di segmen pasar ini mencapai 75%, maka pada tahun 2007 lalu turun menjadi hanya 70%.[[10]](#footnote-10) Dengan demikian, pasar tradisional juga semakin tersingkirkan. Tidak heran apabila muncul sengketa dan resistensi para pedagang tradisional yang telah lama menghuni pasar-pasar desa atau perkampungan. Bahkan model restrukturisasi pasar tradisional yang dibangun “atas nama kelayakan” juga melahirkan persoalan baru, karena makin mahalnya pengelolaan pasar bergaya modern itu dan akibatnya harga sewa tidak terjangkau oleh pedagang.[[11]](#footnote-11)

Ada beberapa ancaman yang muncul dari keberadaan pasar modern. *Pertama*, mematikan warung-warung tradisional karena adanya pergeseran kebiasaan konsumen. Posisi yang berdekatan antar supermarket, *hypermarket* atau *minimarket* melalui keunggulan yang dimiliki dibandingkan dengan pasar tradisional di kota-kota besar telah menyebabkan berpindahnya para pembeli pasar tradisional ke pasar modern. *Kedua*, terkait permasalahan perekonomian lokal. Perputaran uang di daerah, awalnya sebagian besar perputaran uang tersebut merupakan konstribusi dari usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), namun seiring dengan relatif berkurangnya UMKM dan pasar tradisonal akibat kalah bersaing dengan pasar modern.[[12]](#footnote-12)

Berkaitan dengan pendirian pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan pasar modern telah ditentukan dalam Perpres No. 112 Tahun 2007, harus mengacu pada rencana tata ruang wi1ayah kabupaten/kota, dan rencana detail tata ruang kabupaten/kota, termasuk peraturan zonasinya. Lebih lanjut berkaitan dengan zonasi pasar tradisional, Pasal 4 huruf a dan huruf b Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan Pasar dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, menentukan bahwa pendirian pusat perbelanjaan dan pasar modern wajib memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tradisional, usaha kecil dan usaha menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan dan memperhatikan jarak antara *hypermart* dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya.[[13]](#footnote-13)

Pembentukan Peraturan presiden ini dilatarbelakangi bahwa dengan semakin berkembangnya usaha perdagangan eceran dalam skala kecil dan menengah, usaha perdagangan eceran modern dalam skala besar, maka pasar tradisional perlu diberdayakan agar dapat tumbuh dan berkembang serasi, saling memerlukan, saling memperkuat serta saling menguntungkan dan untuk membina pengembangan industri dan perdagangan barang dalam negeri serta kelancaran distribusi barang, perlu memberikan pedoman bagi penyelenggaraan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern, serta norma-norma keadilan, saling menguntungkan dan tanpa tekanan dalam hubungan antarapemasok barang dengan toko modern serta pengembangan kemitraan dengan usaha kecil, sehingga tercipta tertib persaingan dan keseimbangan kepentingan produsen, pemasok, toko modern dan konsumen.[[14]](#footnote-14)

Selain memberikan dampak positif seperti penyerapan tenaga kerja dan kemudahan berbelanja, maraknya hipermarket maupun minimarket modern juga menimbulkan dampak negatif. Banyak pihak menilai mereka berpotensi mematikan pasar atau usaha tradisional, beberapa daerah dalam rangka melindungi pasar tradisional dengan mengeluarkan peraturan daerah, dimana dalam peraturan daerah terdapat pengaturan mengenai jarak antara pasar tradisional, toko modern dan *hypermart*. Sedangkan yang jadi permasalahan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, tidak ada pengaturan secara implisit mengenai pengaturan jarak antara pasar tradisional dengan toko modern dan *hypermart*.

Pengelolaan pasar memerlukan desain kebijakan yang komprehensif dan multisektoral, karena itu perlu dilakukan pengkajian dengan menggunakan metode analisis kebijakan (*policy analysis method*), sehingga hasil studi dapat menjadi pertimbangan utama bagi perumus kebijakan dalam formulasi kebijakan. Sebagai salah satu ciri sarana perekonomian daerah, keberadaan pasar menjadi salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang cukup potensial, pengelolaan pasar di daerah dilakukan dengan maksud untuk mengelola perkembangan pasar agar dapat meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dan sekaligus peningkatan perekonomian masyarakat.

Aspek perizinan ini menjadi sangat penting dan strategis dalam pengaturan terkait dengan perkembangan pasar modern atas pasar tradisional di daerah kabupaten, kota atau provinsi sekalipun. Karena dengan adanya kewenangan pusat yang kemudian diserahkannya kewenangan tersebut kepada daerah berdasarkan adanya “otonomi daerah” sebenarnya diharapkan akan lebih baik karena daerah itu sendirilah yang sebenarnya dianggap paling tahu mengenai rencana tata ruangnya. Akan tetapi juga perlu diketahui bahwa ini sekaligus menjadi permasalahan hukum yang perlu di cari jalan keluarnya.

Berdasarkan hal tersebut di atas, pembangunan toko modern, *hypermart* dapat berdampak pada eksistensi pasar tradisional dan pasar modern ditengah arus liberalisasi menjadi suatu hal yang penting untuk dilakukan, hal ini mendorong pemerintah daerah untuk mengelola pasar tradisional dan pasar modern secara berkesinambungan, sehingga masyarakat kecil, khususnya usaha kecil menengah tidak dirugikan dengan keberadaan pasar modern. Analisis tersebut akan dituangkan kedalam tesis yang berjudul: **“Analisis Terhadap Penerapan Penentuan Jarak Antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern Dalam Rangka Peningkatan Perokonomian Daerah”**.

1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka dalam penelitian ini masalah-masalah pokok yang akan menjadi kajian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penentuan jarak antara pasar tradisional dan pasar modern dalam peningkatan perekonomian daerah?
2. Bagaimana peranan pemerintah daerah dalam penentuan jarak antara pasar tradisional dan pasar modern?
3. Kendala-kendala yang dihadapi dalam penerapan penentuan jarak antara pasar tradisional dan pasar modern berdasarkan peraturan perundang-undangan?
4. **Tinjauan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui, mengkaji, meneliti dan menganalisis bagaimana penentuan jarak antara pasar tradisional dan pasar modern dalam peningkatan perekonomian daerah.
2. Untuk mengetahui, memahami, mengkaji, meneliti dan menganalisis bagaimana peranan pemerintah daerah dalam penentuan jarak antara pasar tradisional dan pasar modern.
3. Untuk mengetahui, mengkaji, meneliti dan menganalisis kendala-kendala yang dihadapi dalam penerapan penentuan jarak antara pasar tradisional dan pasar modern di peraturan daerah berdasarkan peraturan perundang-undangan.
4. **Kegunaan Penelitian**

Setelah mengetahui tujuan penelitian di atas, dari penelitian ini diharapkan akan dapat memperoleh kegunaan, sebagai berikut:

* 1. Secara teoritis, penulis berharap untuk dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap Ilmu Pengetahuan Hukum pada umumnya dan Hukum Ekonomi pada khususnya, terutama mengenai penerapan penentuan jarak antara pasar tradisional dan pasar modern dalam peningkatan perokonomian daerah.
  2. Secara praktis, penulis berharap untuk dapat memberikan masukan terhadap peranan pemerintah daerah dalam penentuan jarak antara pasar tradisional dan pasar modern dalam peningkatan perokonomian daerah.

1. **Kerangka Pemikiran**

Pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur yang merata material dan spiritual berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 dalam wadah Negara Kesatuan Republik Indonesia yang merdeka, bersatu, dan berkedaulatan rakyat dalam suasana perikehidupan bangsa yang aman, tertib, dan dinamis dalam lingkungan yang merdeka, bersahabat, dan damai. Pembangunan nasional yang mencakup seluruh aspek kehidupan bangsa diselenggarakan bersama oleh masyarakat dan pemerintah. Masyarakat menjadi pelaku utama pembangunan, dan pemerintah berkewajiban mengarahkan, membimbing, melindungi, serta menumbuhkan suasana dan iklim yang menunjang.[[15]](#footnote-15)

Kegiatan usaha perdagangan di daerah dalam pembangunan ekonomi harus sesuai dengan pembangunan nasional yang bertujuan untuk mewujudkan masyarakat Indonesia yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 Amandemen Keempat, yang dijelaskan dalam Pasal 33 yang menyatakan bahwa:

* 1. Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan.
  2. Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara.
  3. Bumi, air, dan kekayaan alam yang terkandung didalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.
  4. Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional.
  5. Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan pasal ini diatur dalam undang-undang.

Sejalan dengan makna Pasal 33 UUD 1945 di atas, maka pembangunan ekonomi dalam kegiatan usaha perdagangan di Indonesia yang sedang giat dilaksanakan, ditujukan untuk kesejahteraan masyarakat. Kesejahteraan masyarakat adalah tujuan dari berfungsinya sebuah negara. Perdagangan merupakan salah satu bagian dari kegiatan ekonomi atau kegiatan yang akhir-akhir ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, perhatian dunia usaha terhadap kegiatan bisnis juga semakin meningkat, hal ini terlihat dari semakin berkembangnya arus peredaran barang, jasa, modal, dan tenaga kerja.[[16]](#footnote-16)

Sistem hukum menurut Lawrence Meir Friedmann, “teori tentang sistem hukum terdiri dari tiga elemen adalah elemen struktur *(structure)*, substansi *(substance)*, dan budaya hukum *(legal culture)*.[[17]](#footnote-17) Sedangkan pembaharuan hukum menurut Mochtar Kusumaatmadja adalah usaha pembaharuan hukum sebaiknya dimulai dengan konsepsi bahwa hukum merupakan sarana pembaharuan masyarakat. Hukum harus dapat menjadi alat untuk mengadakan pembaharuan dalam masyarakat (*social engineering*), artinya hukum dapat menciptakan suatu kondisi yang mengarahkan masyarakat kepada keadaan yang harmonis dalam memperbaiki kehidupannya.[[18]](#footnote-18)

Sejalan dengan pendapat Mochtar Kusumaatmadja di atas, Sunaryati Hartono berpendapat bahwa makna dari pembangunan hukum akan meliputi hal-hal sebagai berikut:[[19]](#footnote-19)

1. Menyempurnakan (membuat sesuatu lebih baik);
2. Mengubah agar menjadi lebih baik;
3. Mengadakan sesuatu yang sebelumnya belum ada; atau
4. Meniadakan sesuatu yang terdapat dalam sistem lama, karena tidak diperlukan dan tidak cocok dengan sistem baru.

Apabila konsep Mochtar Kusumaatmadja dan Sunaryati Hartono tersebut dikaitkan dengan penentuan jarak antara pasar tradisional, toko modern dan *hypermart*, maka yang perlu diperbaharui tidak saja peraturan-peraturan yang mendasarinya, tetapi pola pikir masyarakatnya juga harus dirubah menjadi pola pikir yang berpandangan jauh ke depan (*futuristik*), serta para penegak hukumnya juga perlu lebih mampu lagi menggali nilai-nilai keadilan yang ada dalam masyarakat melalui kebijakan pemerintahan daerah dalam penataan pasar dapat meningkatkan pembangunan dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat itu sendiri. Jadi hukum harus memberikan kepastian, keadilan dan perlindungan.

Semenjak Indonesia mengalami krisis moneter tahun 1998 yang berujung pada ditandatanganinya *letter of intent* dengan IMF yang memberikan peluang besar kepada investasi asing untuk masuk di Indonesia.[[20]](#footnote-20) Salah satunya di bidang industri ritel. Sejak saat itu, peritel-peritel asing atau pasar modern mulai berdatangan dan meramaikan industri ritel Indonesia. Pengusaha pasar modern sangat aktif untuk melakukan investasi baik itu dalam skala *Hypermarket*, *Supermarket* dan *Minimarket*.

Dunia usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.[[21]](#footnote-21) Dalam pemberdayaan pasar tradisional dan pasar modern oleh pemerintah harus berdasarkan prinsip pemberdayaan usaha Mikro, Kecil dan Menegah, sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, yang menyatakan:

* + - 1. penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk berkarya dengan prakarsa sendiri;
      2. perwujudan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan;
      3. pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;
      4. peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah; dan
      5. penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.

Kemajuan dunia usaha ritel di Indonesia pada saat ini, masyarakat perkotaan kini dimanjakan oleh kehadiran berbagai pusat perbelanjaan. Bahkan lokasinya kadang-kadang di satu kawasan. Kondisi ini sangat menguntungkan karena masyarakat tinggal memilih gerai mana yang akan dimasukinya. Ritel menurut Euis Soliha, mengemukakan bahwa:[[22]](#footnote-22)

“Ritel merupakan mata rantai yang penting dalam proses distribusi barang dan merupakan mata rantai terakhir dalam suatu proses distribusi. Melalui ritel, suatu produk dapat bertemu langsung dengan penggunanya. Industri ritel di sini didefinisikan sebagai industri yang menjual produk dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, kelompok, atau pemakai akhir. Produk yang dijual kebanyakan adalah pemenuhan dari kebutuhan rumah tangga termasuk sembilan bahan pokok”.

Berabad-abad lamanya kegiatan ekonomi silih berganti diatur oleh mekanisme pasar atau oleh pemerintah. Hal ini mengandung makna bahwa apabila ternyata mekanisme pasar mengalami kegagalan dimana terdapat ketidakadilan yang sangat rentan dalam masyarakat, maka masyarakat mengharapkan campur tangan pemerintah. Upaya mereformasi hukum ekonomi, sesungguhnya tidak terlepas dari kurangnya pengaturan hukum terhadap bidang-bidang ekonomi. Tentu saja paradigma ini sejalan dengan pandangan bahwa pertembuhan ekonomi sangat tergantung pada tingkat investasi dalam sebuah negara, dimana semakin tinggi investasi semakin tinggi pula tingkat pertumbuhan ekonomi. Investasi dapat menjadi pendorong sektor ekonomi tertentu, tetapi sekaligus dapat meminggirkan pengusaha lokal.[[23]](#footnote-23)

Maraknya pertumbuhan pasar modern dewasa ini, maka tampak bahwa pemerintah bertekad untuk mempertahankan pasar tradisional. Hal ini tampak dengan lahirnya Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Perpres ini dibentuk untuk mewujudkan dunia usaha yang kondusif. Keberadaan pasar modern yang menyebarluas di Indonesia, mengakibatkan pemerintah perlu turut campur. Berkaitan dengan pendirian pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan pasar modern telah diatur dalam Perpres No. 112 Tahun 2007, di mana pendiriannya harus mengacu pada rencana tata ruang wi1ayah kabupaten/kota, dan rencana detail tata ruang kabupaten/kota, termasuk peraturan zonasinya. Penentuan tata ruang wilayah yang memberikan lokasi yang tepat untuk aktivitas usaha pada gilirannya akan memberika potensi lebih besar untuk menarik investasi.[[24]](#footnote-24) Namun demikian, tata ruang wilayah juga hatus memperhatikan pula kondisi ekonomi, budaya maupun sosial masyarakat setempat, agar inventasi tidak hanya memberikan keuntungan semata bagi pemerintah daerah tetapi juga masyarakatnya. Lebih lanjut berkaitan dengan zonasi pasar tradisional, Pasal 4 ayat (1) Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern, menentukan bahwa:

Pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern wajib:

1. Memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan Pasar Tradisional, Usaha Kecil dan Usaha Menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan;
2. Memperhatikan jarak antara Hypermarket dengan Pasar Tradisional yang telah ada sebelumnya;
3. Menyediakan areal parkir paling sedikit seluas kebutuhan parkir 1 (satu) unit kendaraan roda empat untuk setiap 60 m2 (enam puluh meter per segi) luas lantai penjualan Pusat Perbelanjaan dan/atau Toko Modern; dan
4. Menyediakan fasilitas yang menjamin Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern yang bersih, sehat (*hygienis*), aman, tertib dan ruang publik yang nyaman.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diinterpretasikan bahwa zonasi pasar modern dan pasar tradisional pengaturan menjadi kewenangan pemerintah daerah, dengan memperhatikan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tradisional, usaha kecil dan usaha menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan dan memperhatikan jarak antara *hypermart* dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya. Pemberian kewenangan kepada pemerintah daerah merupakan wujud pelaksanaan dari otonomi daerah.

Menuju Pengelolaan Pasar yang berkualitas dan berbasis kearifan lokal diperlukan adanya peraturan yang dapat memenuhi kebutuhan dan kewajiban semua pihak yang terlibat dalam kegiatan di pasar. Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan, toko modern dan *hypermart* maupun sebutan lainnya. Pasar didirikan secara alamiah oleh rakyat berdasarkan kebutuhan masyarakat setempat. Fungsinya melayani masyarakat disekitarnya dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Untuk mencapai hal itu, maka pemerintah bertindak sebagai penentu kebijakan yang memudahkan para pihak untuk menentukan pilihan dalam meraup keuntungan. Dari keuntungan yang berhasil diperoleh itu akan dikumpulkan dan diserahkan ke seluruh pihak yang bernaung di bawahnya dalam hal ini seluruh masyarakat, dimana mayoritas mereka adalah pelaku ekonomi sektor informal. Efek ini, dalam teori ekonomi pertumbuhan adalah “efek menetes” atau *trickle down effect.*

Peraturan daerah yang di dalamnya mengatur mengenai jarak antara pasar tradisional, toko modern dan *hypermart* dibentuk dengan mengingat ketentuan Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Adapun arah kebijakan yang ingin dicapai antara lain pemberdayaan pasar tradisional agar dapat tumbuh dan berkembang serasi, saling memerlukan, saling memperkuat, serta saling menguntungkan; memberikan pedoman bagi penyelenggaraan ritel tradisional, pusat perbelanjaan, dan toko modern; memberikan norma-norma keadilan, saling menguntungkan dan tanpa tekanan dalam hubungan antara pemasok barang dengan toko modern; pengembangan kemitraan dengan usaha kecil, sehingga tercipta tertib persaingan dan keseimbangan kepentingan produsen, pemasok, toko modern dan konsumen. Untuk menegaskan Perpres No. 112 Tahun 2007, pemerintah kembali mengeluarkan aturan pendukung yaitu Permendag No. 53 Tahun 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Aturan ini, lebih rinci mengatur mengenai zonasi*,* perjanjian perdagangan (*traiding term*) dan perizinan.[[25]](#footnote-25)

Berdasarkan Pasal 2 Permendag No. 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, menyatakan:

1. Lokasi untuk Pendirian Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota dan Rencana Detail Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota, termasuk peraturan zonasinya.
2. Kabupaten/Kota yang belum memiliki Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota dan Rencana Detail Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota tidak diperbolehkan memberi izin lokasi untuk pembangunan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah menganut prinsip otonomi secara luas, nyata dan bertanggung jawab. Hal ini berarti daerah diberikan kewenangan untuk mengatur dan mengurus urusan pmerintahan di luar urusan pemerintahan pusat yang telah ditetapkan undang-undang. Penyelenggaraan pemerintahan daerah dalam melaksanakan tugas, wewenang, kewajiban dan tanggung jawabnya serta atas kuasa peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi dapat membuat peraturan perundang- undangan tingkat daerah atau menetapkan kebijakan daerah yang dirumuskan dalam peraturan daerah, peraturan kepala daerah dan ketentuan daerah lainnya.

Pemerintah daerah (Provinsi, Kabupaten/Kota) sebagai satuan pemerintahan lokal yang oleh undang-undang diberikan otonomi, mengandung arti bahwa daerah berhak mengatur dan mengurus urusan pemerintahan tertentu sebagai urusan rumah tangganya sendiri. Kendatipun kepada daerah diberikan hak sepenuhnya untuk membuat ataupun melahirkan produk hukum daerah, namun dalam konteks sistem hukum (perundang-undangan) ada pembatasan ataupun restriksi yang tidak boleh dilanggar.[[26]](#footnote-26)

Istilah otonomi mempunyai makna kebebasan atau kemandirian (*zelfstandigheid*), tetapi bukan kemerdekaan (*onafhankelijkheid*). Dalam pemeberian tanggung jawab terkandung dua unsur, yaitu:[[27]](#footnote-27)

1. Pemberian tugas dalam arti sejumlah pekerjaan yang harus diselesaikan serta kewenangan untuk melaksanakannya; dan
2. Pemberian kepercayaan berupa kewenangan untuk memikirkan dan menetapkan sendiri bagaimana menyelesaikannya tugas itu.

Desentralisasi dan otonomi dalam sistem pemerintahan daerah merupakan pilihan yang tepat untuk menata hubungan antara pusat dan daerah. Dengan prinsip otonomi daerah dan desentralisasi tersebut, maka pusat memberikan kepercayaan kepada daerah untuk mengatur dan mengurus rumah tangga daerahnya sendiri. Pemberian otonomi luas kepada daerah diarahkan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan, pemberdayaan, dan peran serta masyarakat. Dengan demikian, maka prinsip-prinsip yang terkandung dalam pelaksanaan otonomi daerah secara luas adalah prinsip demokrasi, prinsip pemerataan, prinsip kesetaraan, dan prinsip keadilan bagi daerah. Di samping itu juga terkandung prinsip efisiensi dan efektivitas dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah.[[28]](#footnote-28)

Peraturan perundang-undangan tingkat daerah diartikan sebagai peraturan perundang-undangan yang dibentuk oleh pemerintah daerah atau salah satu unsur pemerintah daerah yang berwenang membuat peraturan perundang-undangan daerah. Hal ini untuk menghindari salah penafsiran yang diperluas mengenai peraturan perundang-undangan tingkat daerah. Perlu diperjelas, karena peraturan perundang-undangan tingkat daerah dapat berupa peraturan perundang-undangan yang dibentuk satuan pemerintah pusat di daerah atau peraturan perundang-undangan yang dibentuk oleh pemerintah pusat yang berlaku di daerah atau di wilayah tertentu. Materi muatan perda adalah seluruh materi muatan dalam rangka penyelenggaraan otonomi daerah dan tugas pembantuan, menampung dan mempertimbangkan ciri khas atau kondisi khusus daerah serta merupakan penjabaran lebih lanjut dari peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi.

Kebijakan pemerintah daerah yang tepat sangat diperlukan semakin maraknya pembangunan sejumlah *hypermartket* dan *minimarket* di sejumlah kota besar membuat pedagang pasar tradisonal khawatir. *Minimarket* yang menjamur di perumahan, rasanya hampir bisa ditemui disetiap RukunWarga. Pasar yang tadinya dikuasai toko kelontongan dan makanan ringan, kini diambil alih oleh *minimarket*. Sedangkan Pasar tradisional mempunyai fungsi dan peranan yang tidak hanya sebagai tempat perdagangan tetapi juga sebagai peninggalan kebudayaan yang telah ada sejak zaman dahulu. Saat ini perlu disadari bahwa pasar tradisional bukan satu-satunya pusat perdagangan. Semakin banyaknya pusat perdagangan lain seperti pasar modern, *hypermart* dan *Mall* pada gilirannya dapat membuat pasar tradisional harus mampu bertahan dalam persaingan agar tidak tergilas oleh arus modernisasi.[[29]](#footnote-29)

Merespon keresahan masyarakat tersebut, pemerintah daerah mengeluarkan peraturan daerah yang dalam regulasinya adanya pengaturan jarak antara pasar tradisional, toko modern dan *hypermart*. Pertimbangan dikeluarkannya peraturan daerah ini adalah bahwa usaha perindustrian dan perdagangan sangat penting dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah guna peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat. Perkembangan industri dan perdagangan di daerah perlu diatur dengan memperhatikan kemampuan modal usaha, iklim usaha dan investasi serta kelestarian lingkungan.

Kebijakan beberapa pemerintah daerah dalam penentuan jarak antara pasar tradisonal, toko modern dan *hypermart* bertujuan dalam meningkatkan daya saing pedagang pasar tradisional dapat diwujudkan dengan memberikan kesempatan kepada pedagang pasar tradisional untuk turut memetik keuntungan dari peluang pertumbuhan permintaan masyarakat dan membantu mengantisipasi perubahan lingkungan yang akan mengancam eksistensi mereka, serta melibatkan pelaku ekonomi golongan ekonomi lemah. Pemihakan kepada pedagang pasar tradisional ini juga dapat dilakukan dengan membantu memperbaiki akses mereka kepada informasi, permodalan, dan hubungan dengan produsen atau *supplier* (pemasok). Karena sifat pedagang pasar tradisional yang umumnya lemah dalam banyak hal, maka peran pemerintah lah untuk secara aktif memberdayakan pedagang tradisional. Untuk itu, diperlukan adanya regulasi yang secara tegas memihak pasar tradisional dan mengendalikan pertumbuhan pasar modern (retailer besar).

Kebijakan pemerintah daerah dalam penataan pasar erat kaitannya dengan peran otonomi daerah yang melekat dalam keberadaan pemerintahan daerah, juga sangat berkaitan dengan desentralisasi. Baik pemerintahan daerah, desentralisasi maupun otonomi daerah, adalah bagian dari suatu kebijakan dan praktek penyelenggaraan pemerintahan. Tujuannya adalah demi terwujudnya kehidupan masyarakat yang tertib, maju dan sejahtera, setiap orang bisa hidup tenang, nyaman, wajar oleh karena memperoleh kemudahan dalam segala hal di bidang pelayanan masyarakat.[[30]](#footnote-30) Oleh karena itu keperluan otonomi di tingkat lokal pada hakekatnya adalah untuk memperkecil intervensi pemerintah pusat kepada daerah. Dalam negara kesatuan (*unitarisme*) otonomi daerah itu diberikan oleh pemerintah pusat *(central government)* sedangkan pemerintah hanya menerima penyerahan dari pemerintah pusat.[[31]](#footnote-31)

1. **Metode Penelitian**
2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah *deskriftif analitis*, yaitu suatu metode penelitian yang dimaksudkan untuk menggambarkan mengenai fakta-fakta berupa data dengan bahan hukum primer dalam bentuk peraturan perundang-undangan yang terkait dan bahan hukum sekunder (doktrin-doktrin, pendapat para pakar hukum terkemuka) serta bahan hukum tersier. Melalui penelitian ini diharapkan memperoleh gambaran secara komprehensif mengenai penentuan jarak antara pasar tradisional, toko modern dan *hypermart*.

1. Metode Pendekatan

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan yuridis normatif yaitu metode yang menggunakan data sekunder sebagai sumber utama yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan.[[32]](#footnote-32) Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari penelitian kepustakaan *(library research)*, sebagai suatu teknik pengumpulan data dengan memanfaatkan berbagai literatur berupa peraturan perundang-undangan, buku-buku, karya ilmiah, makalah, artikel, bahan kuliah, media masa dan sumber lainnya.

1. Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data melalui:

1. Penelitian Kepustakaan *(library research)*

Penelitian kepustakaan *(library research)* adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk mempelajari, mengkaji dan menganalisis data sekunder yang berupa bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Bahan hukum primer sebagai bahan hukum yang diperoleh langsung dari berbagai peraturan perundang-undangan yaitu Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern. Studi kepustakaan juga meliputi bahan-bahan hukum sekunder berupa literatur, karya ilmiah, makalah, hasil penelitian, loka karya, bahan kuliah yang berkaitan dengan materi yang diteliti. Untuk melengkapi dan menjelaskan materi bahan-bahan hukum primer dan sekunder, digunakan bahan hukum tersier.

1. Penelitian lapangan *(field research)*

Penelitian lapangan *(field research)* ini dimaksudkan untuk mendapat data primer, tetapi diperlukan hanya untuk menunjang dan melengkapi data sekunder dalam data kepustakaan. Dalam hal ini untuk mengetahui penentuan jarak antara pasar tradisional, toko modern dan *hypermart*., yang dilakukan dengan mengadakan wawancara dengan pihak-pihak terkait di pemerintah daerah dan pengusaha ritel dan pedagang.

1. Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian dikumpulkan dengan teknik sebagai berikut:

* + - 1. Studi dokumen, yaitu melakukan penelitian terhadap data sekunder untuk mendapatkan landasan teori dan memperoleh informasi dalam bentuk formal dan data melalui naskah resmi yang ada;
      2. Wawancara, yaitu melakukan tanya jawab untuk memperoleh data primer secara langsung dengan responden yang berkaitan dengan masalah yang diteliti yang terdiri dari pemerintah daerah, pedagang tradisional, dan pengusaha ritel khususnya penentuan jarak antara pasar tradisonal dan pasar modern.

1. Alat Pengumpul Data

Dalam melaksanakan penelitian ini menggunakan dua alat pengumpulan data yaitu studi dokumen dan wawancara. Dalam hal ini, untuk menentukan alat mana yang hendak digunakan dalam penelitian dengan memperhatikan permasalahan dan tujuan penelitian yang akan dilaksanakan.[[33]](#footnote-33)

1. Analisis Data

Sesuai dengan metode pendekatan yang diterapkan, maka data yang diperoleh data penelitian ini dianalisis secara *yuridis kualitatif*, yaitu: analisis yang tidak mendasarkan pada penggunaan statistik, matematika atau tabel kuantitatif, tetapi melalui pemaparan dan uraian berdasarkan kaidah-kaidah silogisme hukum, interpretasi dan konstruksi hukum yang berlaku. Analisis tersebut, meliputi:

* + - 1. Peraturan perundang-undangan yang satu tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang lainnya, dengan memperhatikan hierarki Perundang-undangan maka ketentuan yang lebih rendah tidak boleh bertentangan dengan ketentuan yang lebih tinggi; dan
      2. Kepastian hukum, artinya peraturan yang diteliti betul-betul dilaksanakan dengan didukung oleh penguasa dan para penegak hukum.

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di perpustakaan dan instansi yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti yaitu:

* + - * 1. Perpustakaan
  1. Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Pasundan Bandung, Jl. Lengkong Dalam No. 17 Bandung.
  2. Perpustakaan Magister Hukum Universitas Pasundan Bandung, Jl. Lengkong Dalam No. 17 Bandung.
     + - 1. Instansi
         2. Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan,

Komp Pemda Kab. Bandung, Jl. Raya Soreang KM. 17 Kab Bandung.

* + - * 1. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung Barat,

Jl. Raya Batujajar KM. 3,5 Batujajar Kabupaten Bandung Barat.

* + - * 1. Asosiasi Pedagang Ritel Indonesia (Aprindo) Jawa Barat,

Yogya Dept Store, Jl. Soekarno Hatta No. 236 Bandung.

1. Rahadi Wasi Bintoro, *Aspek Hukum Zonasi Pasar Tradisional dan Pasar Modern*, Jurnal Dinamika Hukum, Vol. 10, No. 3 edisi September 2010, hlm. 201. [↑](#footnote-ref-1)
2. Johara T. Jayadinata, *Tata Guna Tanah dalam Perencanaan Perdesaan, Perkotaan dan Wilayah*, ITB, Bandung, 1999, hlm. 3. [↑](#footnote-ref-2)
3. *Ibid*., [↑](#footnote-ref-3)
4. Kementrian Pekerjaan Umum, *Penyusunan Studi LARAP Pembangunan Pasar Tradisional*, [www.pu.go.id](http://www.pu.go.id), posting: 8 Juni 2013, diakses: 14 Juni 2013, 11:10 WIB. [↑](#footnote-ref-4)
5. Muhammad Aziz Hakim, *Menguasi Pasar Mengeruk Untung*, Krisna Persada, Jakarta, 2005, hlm. 4. [↑](#footnote-ref-5)
6. Bussiness News, *Kondisi Pasar Tradisional di Tengah Himpitan Pasar Modern*, [www.bussinessnews.co.id](http://www.bussinessnews.co.id), posting: 20 November 2010, diakses 13 Juni 2013, 11:24 WIB. [↑](#footnote-ref-6)
7. Intan Permatasari, *Keberadaan Pasar Tradisional Kian Terancam*, [www.inrespermatasari.wordpress.com](http://www.inrespermatasari.wordpress.com), posting: 13 Mei 2013, diakses: diakses: 14 Juni 2013, 11:22 WIB. [↑](#footnote-ref-7)
8. Marina L. Pandin, *Potret Bisnis Ritel di Indonesia: Pasar Modern*, Economic Review No. 215 Edisi Maret 2009, hlm. 3. [↑](#footnote-ref-8)
9. Perkembangan zaman dan perubahan gaya hidup yang dipromosikan begitu hebat oleh berbagai media serta berdirinya pasar modern telah membuat pengaruh besar terhadap pasar tradisional. Lebih lanjut dapat dilihat dalam Skripsi Nahdliyul Izza, *Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional (Studi Pengaruh Ambarukmo Plaza Terhadap Perekonomian Pedagang Pasar Desa Caturtunggal Nologaten Depok Sleman Yogyakarta)*, FD UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2010, hlm. 9. [↑](#footnote-ref-9)
10. Arie Sujito, *Mall dan Magnalisasi*, Jurnal Flamma Edisi 24 Tahun 2005, website: [www.ireyogya.org](http://www.ireyogya.org), posting: 12 Desember 2012, diakses: 14 Juni 2013, 16:59 WIB. [↑](#footnote-ref-10)
11. *Ibid*., [↑](#footnote-ref-11)
12. Jurney, *Hegemoni Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional*, [www.inz-myjourney.blogspot.com](http://www.inz-myjourney.blogspot.com), posting: 3 Maret 2009, diakses: 14 Juni 2013, 15:10 WIB. [↑](#footnote-ref-12)
13. Weda Kapita dan Rahadi Wasi Bintoro, *Implementasi Kebijakan Zonasi Pasar Tradisional dan Pasar Modern*, Jurnal Dinamika Hukum Vol. 12 No. 1 Januari 2012, hlm. 47. [↑](#footnote-ref-13)
14. Rahadi Wasi Bintoro, *Op.Cit.,* hlm. 363. [↑](#footnote-ref-14)
15. Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. [↑](#footnote-ref-15)
16. Muhammad Sood, *Hukum Perdagangan Internasional*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2011, hlm. 1. [↑](#footnote-ref-16)
17. Achmad Ali, *Keterpurukan Hukum di Indonesia Penyebab dan Solusinya*, Ghalia Indonesia, Cetakan Kedua, Bogor, 2005, hlm. 1. [↑](#footnote-ref-17)
18. Mochtar Kusumaatmadja, *Hukum, Masyarakat dan Pembinaan Hukum Nasional*, Bina Cipta, Bandung, 1986, hlm. 8-9. [↑](#footnote-ref-18)
19. Sunaryati Hartono, *Hukum Ekonomi Pembagunan Indonesia,* BPHN, Jakarta, 1999, hlm. 9. [↑](#footnote-ref-19)
20. David Harvey, *Neoliberalisme dan Restorasi Kelas Kapitalis*, Resist Book, Yogyakarta, 2009, hlm. 24. [↑](#footnote-ref-20)
21. Pasal 1 butir 5 Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil Mikro dan Menengah. [↑](#footnote-ref-21)
22. Euis Soliha, *Analisis Industri Ritel di Indonesia*, Jurnal Bisnis dan Ekonomi Vol.15 No. 2 September 2008, Semarang, hlm. 128. [↑](#footnote-ref-22)
23. Zulkarnain Sitompul, *Investasi Asing di Indonesia: Memetik Manfaat Liberalisasi*, Jurnal Legislasi Indonesia, Vol. 5 No. 2, Juni 2008, hlm. 94. [↑](#footnote-ref-23)
24. Agung Pambudi, *Peraturan Daerah dan Hambatan Investasi*, Jentera, edisi 14 Tahun IV, Oktober – Desember 2006, hlm. 35. [↑](#footnote-ref-24)
25. Maharani Fathia, *Efektifitas Pasal 23 Ayat 2 Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 8 Tahun 2010 tentang Penyelenggaraan Usaha Perindustrian Dan Perdagangan Terkait Jarak Pendirian Minimarket Dengan Pasar Tradisional,* Jurnal Ilmiah, Unbraw Malang, 2013, hlm. 3-4. [↑](#footnote-ref-25)
26. I Gde Pantja Astawa, *Kriminalisasi Perbuatan Hukum Pemerintah Daerah Dalam Perspektif Hukum Administrasi Negara*, FH Unpad, Bandung, 2006, hlm. 1. [↑](#footnote-ref-26)
27. Lukman Hakim, *Filosofi Kewenangan Organ Lembaga Daerah: Perspektif Teori Otonomi dan Desentralisasi dalam Penyelenggaraan Pemerintahan Negara Hukum dan Kesatuan*, Setara Press, Malang, 2012, hlm. 34-35. [↑](#footnote-ref-27)
28. Sudono Syueb, *Dinamika Hukum Pemerintahan Daerah: Sejak Kemerdekaan sampai Era Reformasi*, Laksbang Mediatama, Surabaya, 2008, hlm. 117-118. [↑](#footnote-ref-28)
29. Adri Poesoro, *Pasar Tradisional Di Era Persaingan Global*, Newsletter SMERU, Lembaga Penelitian SMERU No. 22, April-Juni 2007, [www.ireyogya.org](http://www.ireyogya.org), diakses 15 Juni 2013: 15:55 WIB. [↑](#footnote-ref-29)
30. Pardjoko, *Filosofi Otonomi Daerah Dikaitkan Dengan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 Nomor 25 Tahun 1999*, Makalah Falsafah Sains (PPs 702), Program Pasca Sarjana/S3, Institut Pertanian Bogor, Februari 2002, hlm. 1. [↑](#footnote-ref-30)
31. Sarundjang, *Arus Balik Kekuasaaan Pusat ke Daerah,* Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 2001, hlm. 21. [↑](#footnote-ref-31)
32. Rony Hanityo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1990, hlm. 9. [↑](#footnote-ref-32)
33. Sri Mamuji, *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum*, FH UI, Jakarta, 2005, hlm. 28-29. [↑](#footnote-ref-33)