

URGENSI KONSEP DISTRIBUSI PENDAPATAN DALAM KEBIJAKAN PUBLIK SEBAGAI STRATEGI MEWUJUDKAN *SUSTAINABILITY* PASAR TRADISIONAL

Lia Istifhama

(Kandidat Doktor UIN Sunan Ampel; Dosen STAI Taruna Surabaya)

Email: liaistifhama@yahoo.co.id

Abstract

The traditional market is a seller and buyer meet which marked with the directly transaction directly. Traditional traders has competition with the growing number of mall around the market. In addition to the rivalry with fellow traders in traditional markets. The traders of vegetables, fruit and goods have a rational strategy as a way of facing competition with modern market. Actually, the government must maintain suistanability of traditional market with they public policy. Impelementation public policy should refers to Islamic economic, especially concept of distribution of wealth. The distribution of wealth is one of the most important and most controversial subjects concerning the economic life of man, which have given birth to global revolutions in the world of today, and have affected every sphere of human activity from international politics down to the private life of the individual. Then, this paper raised the issue of: condition traditional traders recently, while growth modern market increase so fast; function and role from public policy for supporting suistanability traditional market; and urgency distribution of wealth as been strategy on public policy for suistanability traditional trades.

Key Words: *Traditional Market Trader, Modern Market, Public Policy, and Distribution of Wealth.*

Abstrak

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan transaksi secara langsung. Pedagang tradisional menghadapi persaingan dengan semakin banyaknya mall-mall di sekitar pasar, disamping persaingan dengan sesama pedagang pasar tradisional. Para pedagang sayuran, buah dan sembako memiliki strategi rasional sebagai jalan menghadapi persaingan dengan ritel modern. Sebenarnya, pemerintah bertugas untuk menjaga keberlangsungan pasar tradisional melalui kebijakan publik. Penerapan kebijakan publik seharusnya berdasarkan konsep ekonomi Islam, terutama dengan konsep distribusi pendapatan. Distribusi pendapatan saat ini telah menjadi konsep yang sangat penting dan mempengaruhi pola perilaku ekonomi manusia di dunia. Tulisan ini membahas masalah kondisi pedagang pasar tradisional setelah pesatnya pertumbuhan ritel

modern; fungsi dan peran kebijakan publik untuk mendukung keberlangsungan pasar tradisional; serta urgensi distribusi pendapatan sebagai strategi keberlangsungan pasar tradisional. Tulisan ini menggunakan tipe kajian deskriptif melalui kepustakaan untuk mendapatkan penjelasan atas topik atau bahasan yang dikaji.

Kata Kunci: *Pedagang Pasar Tradisional, Ritel Modern, Kebijakan Publik, dan Distribusi Pendapatan.*

A. Pendahuluan

Pergeseran gaya hidup sebagai konsekuensi modernisasi teraplikasi dalam banyak hal, salah satunya kebiasaan berkonsumsi. Dalam hal ini, masyarakat kian dijamu dengan bermacam perbelanjaan modern yang menyajikan suasana lebih nyaman daripada pasar tradisional dan tawaran harga diskon meski hanya untuk beberapa item tertentu. Kompetisi antar perbelanjaan modern melalui persaingan harga dan membanjirnya supermarket ataupun hypermarket modern justru membuat pasar tradisional kian tertinggal. Padahal, keberadaan pasar tradisional merupakan salah satu indikator paling nyata kegiatan ekonomi masyarakat di suatu wilayah. Oleh sebab itu, pemerintah harus *concern* terhadap keberadaan pasar tradisional sebagai salah satu sarana publik yang mendukung kegiatan ekonomi masyarakat.

B. Kondisi Pasar Tradisional

Pasar adalah tempat orang melakukan jual-beli. Menurut Prianto, pasar dijelaskan sebagai kumpulan para penjual dan pembeli yang saling berinteraksi, saling tarik-menarik kemudian menciptakan harga barang di pasar.¹ Adapun menurut pasal 1 PP No. 112 Tahun 2007, Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu.²

Pasar pada umumnya dibedakan menjadi dua, yaitu pasar tradisional dan ritel modern. Menurut pasal 1 PP No. 112 Tahun 2007, pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah yang termasuk kerjasama dengan swasta, dalam tempat usaha berupa Toko, Kios, Los, dan Tenda yang dimiliki dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat, ataupun koperasi dengan usaha skala kecil, modal

¹ Agus Prianto, *Ekonomi Mikro* (Malang : SETARA Press, 2008), 10.

² www.hukum.unsrat.ac.id/pres/perpres_112_2007.pdf, *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelian, dan Toko Modern* (diakses tanggal 5 Desember 2014).

kecil, dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.³ Dalam pengertian singkat, pasar tradisional merupakan pasar yang memiliki aktivitas jual beli yang sederhana, terjadi tawar menawar dengan alat pembayaran berupa uang tunai.

Pasar merupakan tempat dimana sekelompok perusahaan (penjual) bertemu dengan sekelompok pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Ada lima fungsi pasar, yaitu :

1. Menetapkan nilai (*sets value*)
2. Pendistribusi barang
3. Pengorganisir produksi
4. Penyelenggara penjatahan (*rationing*)
5. Mempertahankan dan mempersiapkan kebutuhan di masa depan.

Pasar tradisional merupakan pasar yang dikelola dengan manajemen yang lebih tradisional dan simpel daripada pasar atau toko modern. Toko Modern menurut pasal 1 PP No. 112 Tahun 2007 adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, *Departement Store*, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan.⁴

Pasar tradisional cenderung menjual barang-barang lokal dan kurang ditemui barang impor. Hal ini menunjukkan bahwa pasar tradisional tentunya lebih bersifat nasionalis dalam hal perdagangan. Secara kuantitas dan varian, pasar tradisional umumnya mempunyai persediaan barang yang jumlahnya lebih sedikit daripada hypermarket karena kuantitas yang dijual pedagang sesuai dengan modal yang dimiliki pedagang masing-masing, begitupun dengan penentuan harga yang tidak seragam antar pedagang.

Terkait harga, normatifnya, toko modern mematok harga di atas pasar tradisional mengingat *operational cost*nya jauh lebih tinggi, antara lain dalam hal pajak, pemakaian listrik dan fasilitas, serta biaya upah karyawan. Namun realita ternyata tidak sesuai dengan hal tersebut. Harga di toko modern mampu bersaing dengan pasar tradisional, bahkan jika terdapat diskon atau promo khusus, harga yang dipatok bisa jauh di bawah pasar tradisional. Hingga akhirnya, toko modern pun bisa menjadi pusat perkulakan (*whole seller*).

Berbicara tentang ritel modern, tidak bisa disangkal lagi bahwa pertumbuhannya melaju pesat. Di Surabaya, misalnya, menurut data dari AC Nielsen, pada tahun 2005 pertumbuhan ritel modern melaju pesat, karena semua retail besar melakukan ekspansi. Tahun 2003 saja terdapat 367

³ *Ibid.*

⁴ *Ibid.*

department store, 683 supermarket, 972 minimarket dan 34 hypermarket dan angka ini terus meningkat hingga 2014. Tentunya, maraknya pembangunan hypermarket yang seakan tumbuh tanpa kendali kian meresahkan para pedagang pasar tradisional. Hadirnya hypermarket dan supermarket yang sangat gencar kian memperparah kondisi pasar tradisional. Pasar tradisional menjadi semakin termarjinalkan.⁵

Survey lain dilakukan oleh REDI pada tahun 2006 di Surabaya. Survey tersebut menunjukkan bahwa 61 % pedagang di pasar tradisional mengeluhkan keberadaan hypermarket yang dinilai berkontribusi menurunkan omzet usaha mereka. Rata-rata penurunan omzet para pedagang ini sebesar 40 %. Hasil survei PT AC Nielsen Indonesia terhadap 47 kategori produk di ritel modern dan tradisional sepanjang 2004 (Januari-Desember) menunjukkan kontribusi pasar tradisional mencapai 69,9 % menurun dari tahun sebelumnya, yaitu 73,7 % (2003), 74,8 % (2002), 75,2 % (2001), dan 78,1 % (2000).⁶

Kondisi-kondisi tersebut patut disayangkan mengingat sebenarnya pasar tradisional memiliki peranan penting dalam kehidupan perekonomian perkotaan, yaitu: Pertama, dengan menurunnya jumlah pasar tradisional menyebabkan terjadinya perubahan secara signifikan atas tenaga kerja di pasar tradisional sehingga menimbulkan pengangguran pada masyarakat. Pengangguran ini menyebabkan semakin banyaknya jumlah kriminalitas. Kedua, sesungguhnya perputaran ekonomi masyarakat terjadi pada pasar tradisional. Di sini uang beredar di banyak tangan, tertuju dan tersimpan di banyak saku, rantai perpindahannya lebih panjang, sehingga kelipatan perputarannya lebih panjang dan akan terus berputar pada masyarakat. Berbeda dengan ritel modern, semua uang yang dibelanjakan tersedot pada hanya segelintir penerima uang dan pemilik toko serta uang akan berputar hanya pada kalangan orang berduit.

Secara garis besar, ada beberapa hal yang menunjukkan pentingnya keberadaan pasar tradisional, yaitu:

1. Wujud usaha ekonomi rakyat
2. Mengajarkan masyarakat sebagai pelaku usaha, bukan pencari kerja
3. Mengajarkan masyarakat sebagai pelaku ekonomi yang mandiri, bukan tergantung pada upah
4. Mendidik masyarakat kreatif membangun usaha

⁵ Pretty Kurniawati, *Pasar Tradisional vs Modern* (ml.scribd.com/doc/.../ -tugas-Ekkot2/20 Sep 2010 (diakses tanggal 1 Desember 2014).

⁶ *Ibid.*

Di samping itu, ada beberapa alasan yang menunjukkan pentingnya pembatasan ritel modern, karena ritel modern cenderung pada situasi di bawah ini:

1. Meningkatkan budaya konsumerisme melalui tawaran diskon
2. Melemahkan usaha toko / pasar tradisional
3. Menjadikan masyarakat sebagai tenaga kerja, bukan peran aktif di ritel modern
4. Memberi keleluasaan capital.

C. Regulasi Pemerintah

Eksistensi pasar tradisional ialah wujud eksistensi usaha perekonomian langsung dari masyarakat yang secara otomatis salah satu cara membangun mental kreatif masyarakat untuk berusaha, bukan mental sebagai tenaga kerja belaka. Mengingat pentingnya eksistensi pasar tradisional ini, maka pemerintah seharusnya serius dalam menata dan mempertahankan eksistensi pasar tradisional, baik melalui revitalisasi⁷ ataupun regulasi, dalam hal ini kebijakan publik yang *pro-sustainability* (keberlangsungan) terhadap eksistensi pasar tradisional. Dimana eksistensi pasar tradisional bukan perwujudan penguasa modal (*capital*), namun wujud upaya masyarakat membangun perekonomian; dari masyarakat, melalui masyarakat, dan untuk masyarakat.

Kondisi pasar tradisional yang terus mengalami penurunan, menjadikan pemerintah memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan perlindungan pedagang tradisional sebagai bagian dari hak ekonomi masyarakat, melalui regulasi atau kebijakan publik.

Secara etimologis, istilah kebijakan atau *policy* berasal dari bahasa Yunani "polis" yang artinya negara, kota yang kemudian masuk kedalam bahasa Latin menjadi "politia" yang berarti negara. Akhirnya masuk kedalam bahasa Inggris "policie" yang artinya berkenaan dengan pengendalian masalah-masalah publik atau administrasi pemerintahan. Dalam pengertian lain, kebijakan adalah prinsip-prinsip atau cara bertindak yang dipilih guna mengarahkan pada tindakan pengambilan keputusan. Kebijakan juga bisa diartikan sebagai suatu ketetapan yang memuat prinsip-prinsip untuk

⁷ Bentuk dari kebijakan revitalisasi sendiri meliputi perbaikan fisik dan non fisik. Revitalisasi fisik adalah perbaikan bangunan pasar tradisional, penataan dagangan, pengelolaan kebersihan pasar tradisional. Sedangkan revitalisasi non fisik meliputi pemberdayaan pedagang pasar tradisional melalui pembentukan paguyuban pedagang tradisional, pemberian dana bergulir, pengelolaan keamanan dan ketertiban pasar.

mengarahkan cara-cara bertindak yang diproses secara terencana dan konsisten sebagai upaya pencapaian tujuan tertentu.⁸

Menurut Ealau dan Prewitt (1973) dan Titmuss (1974) yang dikutip oleh Suharto, kebijakan adalah sebuah ketetapan yang berlaku dengan dicirikan oleh perilaku yang konsisten dan berulang, baik bagi pihak yang membuat maupun pihak yang mentaatinya. Selanjutnya, kebijakan juga didefinisikan sebagai prinsip-prinsip yang mengatur tindakan untuk diarahkan pada tujuan-tujuan tertentu.⁹ Kebijakan akan melahirkan pokok bahasan dalam implementasi kerja nyata bagi masyarakat yang mengarah pada satu tujuan bersama yakni pengelolaan pemerintah yang baik. Namun demikian, kebijakan dapat juga melahirkan ketidakadilan.¹⁰ Sedangkan kata publik (*public*) ialah berkaitan dengan negara.

Definisi kebijakan publik menurut para ahli sangat beragam. Salah satu definisi mengenai kebijakan publik diberikan oleh Robert Eyestone. Ia mengatakan bahwa “secara luas” kebijakan publik dapat didefinisikan sebagai “hubungan satu unit pemerintah dengan lingkungannya”. Definisi lain diberikan oleh Thomas R Dye, yang mengatakan “bahwa kebijakan publik adalah apapun yang dipilih oleh pemerintah untuk dilakukan dan tidak dilakukan”. Richard Rose menyarankan bahwa kebijakan publik hendaknya dipahami sebagai “serangkaian kegiatan yang sedikit banyak berhubungan beserta konsekuensi-konsekuensinya bagi mereka yang bersangkutan daripada sebagai suatu keputusan sendiri”.¹¹

Kebijakan publik dapat diwujudkan dengan berbagai cara seperti pembuatan Peraturan UU, Perencanaan Kegiatan, dan aneka intervensi terhadap ekonomi/ sosial masyarakat. Karena kebijakan itu merupakan tindakan dan keputusan pemerintah maka kebijakan tersebut dicirikan dengan kekuasaan yang didominasi oleh pemerintah serta sesuai hukum dan wewenang pemerintah.

⁸ Edi Suharto, *Analisis Kebijakan Publik: Panduan Praktis Mengkaji Masalah dan Kebijakan Sosial* (2010), 7.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Budi Winarno, *Kebijakan Publik: Teori, Proses dan Studi Kasus* (Yogyakarta: PT. Buku Seru, 2012).

Adam Hauff dan John (2002) dikutip oleh Suharto menyatakan bahwa negara merupakan aktor utama yang punya kewenangan untuk mengeluarkan kebijakan untuk menjalankan perlindungan sosial, khususnya menyangkut skema jaminan sosial (jaminan sosial dan asuransi sosial) dan kebijakan pasar kerja. Kebijakan jaminan sosial yang diberikan negara, baik yang diterapkan negara maju maupun berkembang dapat berupa:¹²

1. Memberikan kontribusi penting terhadap pencapaian tujuan ideal bangsa, berupa keadilan sosial dan kebebasan individu. Sehingga keadaan tersebut dapat mendukung kedamaian dan keamanan sosial.
2. Mampu mencegah atau memberi kompensasi terhadap dampak-dampak negatif yang timbul dari produksi ekonomi swasta, seperti perusahaan bisnis dan asuransi swasta.
3. Menciptakan modal manusia (*human capital*) dan pra-kondisi untuk melakukan penguatan produktivitas ekonomi mikro dan makro. Oleh karena itu, diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi jangka panjang dan berkelanjutan.

Beberapa kebijakan publik untuk melindungi pasar tradisional, antara lain:

1. Tentang hak ekonomi sosial dan budaya yang telah diratifikasi melalui Undang-Undang Nomor 11 tahun 2005;
2. Peraturan Presiden nomor 112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelian dan Toko Modern;
3. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 53 Tahun 2008 Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

Peraturan-peraturan tersebut mengatur diantaranya adalah tentang zonasi, kemitraan dan perizinan serta pembinaan. Namun, disayangkan bahwa peraturan tersebut masih bias, tidak universal dan tidak detail sehingga diperlukan instrumen daerah untuk mengatur lebih detail terutama terkait dengan zonasi, perizinan dan pembinaan pasar tradisional dan ritel modern. Hal yang disayangkan, penyegelan terhadap pasar tradisional yang sudah lama berdiri pun ternyata masih terjadi, seperti halnya Pemkot Surabaya yang Desember 2014 melakukan penyegelan terhadap pasar koblen.

Sebagai contoh Pasal 4 PP 112 Tahun 2007, yang berisi:

¹² Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat* (Bandung: Refika Aditama, 2010), 155-156.

1. Pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern wajib:
 - a. Memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan Pasar Tradisional, Usaha Kecil dan Usaha Menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan;
 - b. Memperhatikan jarak antara Hypermarket dengan Pasar Tradisional yang telah ada sebelumnya;
 - c. Menyediakan areal parkir paling sedikit seluas kebutuhan parkir 1 (satu) unit kendaraan roda empat untuk setiap 60 m² (enam puluh meter persegi) luas lantai penjualan Pusat Perbelanjaan dan/ atau Toko Modern; dan
 - d. Menyediakan fasilitas yang menjamin Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern yang bersih, sehat (hygienis), aman, tertib dan ruang publik yang nyaman.
2. Penyediaan areal parkir sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c dapat dilakukan berdasarkan kerjasama antara pengelola Pusat Perbelanjaan dan/ atau Toko Modern dengan pihak lain.
3. Pedoman mengenai ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a dan huruf b diatur lebih lanjut oleh Menteri.

Peraturan tersebut jelas tidak terperinci, sebagaimana pernyataan “memperhitungkan kondisi sosial ekonomi”, maka harus diperjelas pertimbangan indikatornya bagaimana dan pembatasannya seperti apa, mengingat ini berfungsi menyelamatkan roda perekonomian masyarakat melalui pasar tradisional. Terlebih, ayat penutup untuk pasar tersebut jelas mengarahkan aturan lebih lanjutnya ke Menteri, tanpa spesifik menteri apa, meski memang terdapat Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2003 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelanjaan, dan Toko Modern. Namun Permendag ini tak ubahnya PP yang ada sebelumnya, dimana bukan hanya tidak detail, isi keduanya hampir sepenuhnya sama, bahkan keduanya pada bab-bab yang sama, menyamakan aturan yang sama bagi pasar tradisional dan ritel modern. Sebagai contoh, bab 2 pada kedua peraturan tersebut, sama-sama mengangkat ketentuan Pendirian Pasar Tradisional, Pusat Pembelanjaan, dan Toko Modern, sehingga isi bab tersebut mengikat ritel modern dan tradisional dalam ketentuan yang sama, tidak ada indikasi memberikan perlakuan khusus atau kemudahan untuk pasar tradisional.¹³

¹³ www.kemendag.go.id/files/.../70m-dagper122013-id-1387441243.pdf, *Pendirian Pasar Tradisional, Pusat Pembelanjaan, dan Toko Modern dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2003 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelanjaan, dan Toko Modern bab 2, diakses tanggal 8 Desember 2014.*

Peraturan yang tidak bersifat detail tersebut wajar jika dipandang kurang mengikat karena memang tidak memberikan batasan jelas sehingga pengaplikasiannya membutuhkan peraturan Pemda yang lebih detail dan adaptif sesuai kondisi riil di masing-masing wilayah. Selain tidak detail, banyak celah dari pertauran pemerintah yang bisa dilanggar oleh ritel modern. Sebagai contoh terkait fokus penjualan, barang eceran atau *whole seller*. Ketidakkonsistenan ini terlihat pada pasal 3 PP No. 112 Tahun 2007, bahwa Minimarket, Supermarket dan Hypermarket menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya.¹⁴ Namun kenyataannya, ritel modern seringkali menawarkan harga yang sangat miring dibanding harga grosir (kulakan) di pasar tradisional sehingga menjadi referensi pedagang eceran ataupun konsumen untuk membeli di ritel modern.

Hal ini sama dengan memotong alur distribusi, yang semestinya ialah Produsen -> Sale Agent -> Whole Saler -> Pengecer Modern -> Pengecer Konvensional -> Konsumen. Potongan harga di ritel modern yang melebihi harga grosir (kulakan) di pasar tradisional dipandang tidak logis dan kemungkinan melanggar Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 53 tahun 2008 pasal 7, tentang hubungan Toko Modern dengan pemasok.¹⁵ Ketentuan dalam pasal 7 ayat 2 tentang potongan harga tersebut dapat dilihat di bawah ini.

Dalam rangka mewujudkan prinsip sebagaimana dimaksud pada ayat (1), maka wajib memenuhi pedoman sebagai berikut:

1. Potongan harga reguler (*regular discount*) berupa potongan harga yang diberikan oleh Pemasok kepada Toko Modern pada setiap transaksi jual-beli. Potongan harga reguler ini tidak berlaku bagi Pemasok yang memberlakukan sistem harga netto yang dipublikasikan secara transparan ke semua Toko Modern dan disepakati dengan Toko Modern;
2. Potongan harga tetap (*fixed rebate*) berupa potongan harga yang diberikan oleh Pemasok kepada Toko Modern tanpa dikaitkan dengan target penjualan yang dilakukan secara periodik maksimum 3 (tiga) bulan yang besarnya maksimum 1% (satu persen);
3. Jumlah dari Potongan harga reguler (*regular discount*) maupun potongan harga tetap (*fixed rebate*) ditentukan berdasarkan presentase terhadap

¹⁴ www.hukum.unsrat.ac.id/, Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007.

¹⁵ Pemasok adalah pelaku usaha yang secara teratur memasok barang kepada Toko Modern dengan tujuan untuk dijual kembali melalui kerjasama usaha (www.kemendag.go.id/files/.../53m-dagper92014-id-1411011843.pdf, Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 53 tahun 2008 Bab 1 pasal 1, diakses tanggal 9 Desember 2014).

transaksi penjualan dari pemasok ke Toko Modern, baik pada saat transaksi maupun secara periodik;

4. Potongan harga khusus (*conditional rebate*) berupa potongan harga yang diberikan oleh Pemasok, apabila Toko Modern dapat mencapai atau melebihi target penjualan sesuai perjanjian dagang, dengan criteria penjualan:
 - a. Mencapai jumlah yang ditargetkan sesuai perjanjian sebesar 100 % (seratus persen) mendapat potongan harga khusus paling banyak sebesar 1% (satu persen);
 - b. Melebihi jumlah yang ditargetkan sebesar 101 % (seratus satu persen) sampai dengan 115 % (seratus lima belas persen), maka kelebihanannya mendapat potongan harga khusus paling banyak sebesar 5 % (lima persen);
 - c. Melebihi jumlah yang ditargetkan di atas 115 % (seratus lima belas persen), maka kelebihanannya mendapat potongan harga khusus paling banyak sebesar 10% (sepuluh persen).
5. Potongan harga promosi (*Promotion Discount*) diberikan oleh Pemasok kepada Toko Modern dalam rangka kegiatan promosi baik yang diadakan oleh Pemasok maupun oleh Toko Modern yang diberikan kepada pelanggan atau konsumen akhir dalam waktu yang dibatasi sesuai kesepakatan antara Toko Modern dengan Pemasok;
6. Biaya Promosi (*Promotion Cost*) yaitu biaya yang dibebankan kepada Pemasok oleh Toko Modern sesuai kesepakatan kedua belah pihak.¹⁶

Dengan begitu, terdapat ketentuan maksimal potongan harga dan pengenaan biaya atas promosi. Hal ini tentunya berdampak pada harga minimal yang bisa dipasang oleh ritel modern seyogyanya tidak melebihi rendahnya harga di pasar tradisional.

Kemudian, pelanggaran ritel modern lainnya ialah inkonsistensi pasal 7 PP No. 112 Tahun 2007, yaitu sebagai berikut: "(1) Jam kerja Hypermarket, Department Store dan Supermarket adalah sebagai berikut: (a) Untuk hari Senin sampai dengan Jumat, pukul 10.00 sampai dengan pukul 22.00 waktu setempat; (b) Untuk hari Sabtu dan Minggu, pukul 10.00 sampai dengan pukul 23.00 waktu setempat".¹⁷

Pada kenyataannya, ritel modern tidak menjalankan peraturan tersebut sebagaimana mestinya. Sebagai contoh, alfamart, indomart, circle K, dan Carrefour express, pada cabang tertentu beroperasi 24 jam penuh bahkan di hari libur nasional. Sedangkan ritel *hypermarket*, seperti hypermart, giant, sogo, dan Carrefour seringkali menyelenggarakan

¹⁶ www.kemendag.go.id, Peraturan Menteri Perdagangan No. 53.

¹⁷ *Ibid.*

midnight sale dimana justru di atas pukul 21.00 hingga 24.00, dilakukan promo diskon besar-besaran. Pun di pagi hari, seperti giant dan superindo, di beberapa cabang tertentu diselenggarakan promo pasar pagi secara temporal, yaitu jam operasional dimulai pukul 06.00 dan tentunya, diikuti dengan iklan diskon tertentu.

Tujuan mereka tentu sama, untuk mengajak masyarakat berbelanja di ritel modern dengan rayuan diskon yang mungkin, tidak sepenuhnya menguntungkan masyarakat, karena seringkali diskon atau potongan harga untuk barang konsumtif yang mendekati *expired date* alias bukan produk *fresh*. Namun, strategi mereka tetap berfungsi dengan baik dimana waktu yang seharusnya menjadi kebiasaan masyarakat untuk berbelanja di pasar tradisional, mulai bergeser menjadi kebiasaan belanja di ritel modern.

Selain pelanggaran-pelanggaran yang dilakukannya, ritel modern yang notabene kapitalis jelas memiliki kekuatan permodalan dan iklan sehingga menjadi faktor kian tergerusnya kekuatan pasar tradisional oleh ritel modern. Dengan begitu, tidak bisa dibantah lagi bahwa salah satu solusi untuk menjaga keberlangsungan ialah dengan kebijakan publik.

Kebijakan dapat melahirkan implementasi kerja nyata bagi masyarakat yang mengarah pada satu tujuan bersama yakni pengelolaan pemerintah yang baik. Namun demikian, kebijakan dapat juga melahirkan ketidakadilan. Dalam hal ini, pentingnya peran pemerintah (Negara) untuk membuat regulasi atau kebijakan publik yang benar-benar mendukung keberlangsungan pasar tradisional, bukan peraturan yang ternyata tidak membendung pesatnya perkembangan ritel modern.

D. Implementasi Kebijakan Publik

Adapun implementasi kebijakan publik merupakan proses kegiatan administratif yang dilakukan setelah kebijakan ditetapkan/ disetujui. Kegiatan ini terletak diantara perumusan kebijakan dan evaluasi kebijakan. Dalam hal masalah pasar tradisional, implementasi kebijakan dikembalikan pada aturan Pemda terkait. Hal ini karena kebijakan publik yang dibuat oleh Pusat bersifat tidak terperinci. Sebagai contoh Permendag 53/ 2008 yang tidak menjelaskan detail tentang persyaratan berdirinya pasar tradisional/ pusat perbelanjaan/ toko modern, yaitu keharusan beberapa analisa, seperti yang termuat dalam pasal 3 ayat 2: "(2) Analisa kondisi sosial ekonomi masyarakat dan keberadaan Pasar Tradisional dan UMKM sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:

1. Struktur penduduk menurut mata pencaharian dan pendidikan;
2. Tingkat pendapatan ekonomi rumah tangga;

3. Kepadatan penduduk;
4. Pertumbuhan penduduk;
5. Kemitraan dengan UMKM lokal;
6. Penyerapan tenaga kerja lokal;
7. Ketahanan dan pertumbuhan Pasar Tradisional sebagai sarana bagi UMKM lokal;
8. Keberadaan fasilitas sosial dan fasilitas umum yang sudah ada;
9. Dampak positif dan negatif yang diakibatkan oleh jarak antara Hypermarket dengan Pasar Tradisional yang telah ada sebelumnya, dan
10. Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

Dengan demikian, pemda setempat-lah yang kemudian membuat teknis dalam hal pendirian pasar tradisional/ modern. Sebagai contoh, suatu toko modern (minimarket) di DKI Jakarta, harus memiliki izin pendirian yang disebut dengan Izin Usaha Toko Modern (IUTM) yang diterbitkan oleh Gubernur DKI Jakarta. Dalam hal ini, perlakuan tersebut dilaksanakan masa pemerintahan Fauzi Bowo sebagai tujuan menertibkan pendirian IUTM agar tidak merajalela. Kemudian kewenangan untuk menerbitkan IUTM ini dapat didelegasikan kepada Kepala Dinas/Unit yang bertanggung jawab di bidang perdagangan.

Demikian juga tentang lokasi pendirian Toko Modern, wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/ Kota dan Rencana Detail Tata Ruang Kabupaten/ Kota. Ketentuan yang menyebut untuk memperhatikan jarak diatur untuk toko modern kategori Hypermarket saja, sedangkan pengaturan lokasi untuk minimarket tidak disebutkan.

Pengaturan lokasi minimarket dalam Pasal 5 ayat (4) Perpres 112/ 2007 disebutkan bahwa minimarket boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam kota/ perkotaan. Artinya, minimarket bisa membuka gerai hingga ke wilayah pemukiman warga.

Kemudian, Pasal 3 ayat (9) Permendag 53/ 2008 menyebutkan kewajiban bagi minimarket yaitu Pendirian Minimarket baik yang berdiri sendiri maupun yang terintegrasi dengan Pusat Perbelanjaan atau bangunan lain wajib memperhatikan:

1. Kepadatan penduduk;
2. Perkembangan pemukiman baru;
2. Aksesibilitas wilayah (arus lalu lintas);
3. Dukungan/ ketersediaan infrastruktur; dan
4. Keberadaan Pasar Tradisional dan warung/ toko di wilayah sekitar yang lebih kecil daripada Minimarket tersebut.

Namun, Permendag 53/ 2008 tidak mengatur konsekuensi ataupun sanksi apabila kewajiban di atas dilanggar. Pelaksanaan pengawasan toko modern diserahkan kepada Bupati/ Walikota atau Gubernur untuk wilayah DKI Jakarta.

Tentang jarak minimarket diatur pula di dalam peraturan perundang-undangan di tingkat daerah. Untuk wilayah DKI Jakarta misalnya, diatur dalam Keputusan Gubernur DKI Jakarta No. 44 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Perpasaran Swasta di Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta (Kepgub 44/ 2004) yang merupakan peraturan pelaksana dari Peraturan Daerah DKI Jakarta No. 2 Tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta (Perda DKI 2/ 2002). Berdasarkan Pasal 8 Kepgub 44/ 2004 jo Pasal 10 huruf a Perda DKI 2/2002, mini swalayan (minimarket) yang luas lantainya 100 m² s/d 200 m² harus berjarak radius 0,5 km dari pasar lingkungan dan terletak di sisi jalan lingkungan/ kolektor/ arteri.

Berdasarkan Pasal 9 Perda DKI 2/ 2002, penyelenggara usaha perpasaran swasta (dalam hal ini mini market) harus memenuhi ketentuan, harga jual barang-barang sejenis yang dijual tidak boleh jauh lebih rendah dengan yang ada di warung dan toko sekitarnya. Pelanggaran terhadap ketentuan jarak dan mengenai harga barang-barang yang dijual diancam dengan pidana kurungan selama-lamanya 3 bulan atau denda sebanyak-banyaknya Rp 5 juta (Pasal 22 ayat [1] Perda DKI 2/2002).¹⁸

Berdasarkan Pasal 24 Perda DKI 2/ 2002, selain dikenakan ancaman pidana terhadap pelanggaran Peraturan Daerah ini dapat dikenakan sanksi administrasi berupa:

1. Teguran tertulis sebanyak-banyaknya tiga kali;
2. Pemanggilan;
2. Penutupan sementara sarana tempat usaha perpasaran swasta;
3. Pencabutan izin yang dikeluarkan oleh Gubernur.

Penegakan sanksi dalam Perda menjadi kewenangan dari Satuan Polisi Pamong Praja, (Satpol PP) sebagai perangkat daerah dalam penegakan Perda dan penyelenggaraan ketertiban umum dan ketenteraman masyarakat. Satpol PP dipimpin oleh Kepala Satpol PP yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Gubernur melalui sekretaris daerah (Pasal 1 angka jo Pasal 2 ayat Permendagri No. 41 Tahun 2011 tentang Pedoman Organisasi dan Tata Kerja Satuan Polisi Pamong Praja Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta).

¹⁸ www.hukumonline.com/.../ketentuan-tentang-jarak-minimarket-dari-pas, *Ketentuan tentang Jarak Minimarket dari Pasar Tradisional, diakses tanggal 11 Desember 2014.*

Pengaturan jarak minimarket di kabupaten/ kota lainnya mungkin berbeda-beda, tetapi di wilayah DKI Jakarta, seperti telah dijelaskan sebelumnya, ditentukan harus berjarak minimal 0,5 km dari pasar terdekat.¹⁹ Pada akhirnya, penting bagi Negara untuk memberikan *concern* atas pemberdayaan pasar tradisional, seperti yang tertuang dalam Bab 7 Permendag 53/ 2008 dimana pemerintah berkonsekuensi melakukan pemberdayaan terhadap pengelolaan pasar tradisional.

E. Distribusi Pendapatan sebagai Strategi Mewujudkan Sustainability Pasar Tradisional

Kebijakan publik yang diterapkan di Indonesia, nyatanya sama sekali tidak membendung pertumbuhan ritel modern. Sebaliknya, ritel modern kian melaju pesat dan telah menggeser pola konsumsi masyarakat, dari yang mulanya berkonsumsi di pasar tradisional, kini telah memiliki kebiasaan berkonsumsi di ritel modern. Hal ini disebabkan kebijakan publik yang ada memiliki kelemahan. Salah satu kelemahan dari kebijakan publik yang ada ialah kurangnya unsur ekonomi Islam di dalamnya. Dalam hal ini, ekonomi Islam memiliki beragam konsep yang tentunya mendatangkan masalah dan bersifat solutif atas problematika ekonomi. Hal ini sesuai dengan tujuan ekonomi Islam, yaitu mencapai *falah* (kemenangan), dimana salah satu indikator untuk mencapai hal tersebut ialah dengan menjaga keberlangsungan eksistensi pasar tradisional yang notabene menjadi wujud usaha perekonomian warga Negara bukan usaha kapitalis.

Ada beberapa tujuan dalam pelaksanaan ekonomi secara Islam, diantaranya:

1. Memenuhi kebutuhan dasar atas makanan, pakaian, pelindung, obat dan perawatan kesehatan, dan pendidikan untuk manusia;
2. Menjamin persamaan kesempatan bagi semua;
3. Mencegah pemusatan kemakmuran wilayah tertentu saja dan ketidaksamaan dalam distribusi pendapatan dan kemakmuran antar manusia;
4. Menjamin kebebasan untuk menciptakan kebahagiaan moral;
5. Menjamin stabilitas dan pertumbuhan ekonomi.²⁰

Dari sekian tujuan yang tertuang dalam ekonomi Islam tersebut, konsep distribusi pendapatan bisa menjadi langkah solutif untuk menjaga keberlangsungan pasar tradisional. Distribusi pendapatan merupakan suatu

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ Sayyid Tahir, Aidit Ghazali, Syed Omar Syed Agil, *Readings In Microeconomics An Islamic Perspective* (Malaysia: Longman Malaysia, 1992), 4.

proses pembagian (sebagian hasil penjualan produk) kepada faktor-faktor produksi yang ikut menentukan pendapatan.²¹

Adapun prinsip utama dalam konsep distribusi menurut pandangan Islam ialah peningkatan dan pembagian bagi hasil kekayaan agar sirkulasi kekayaan dapat ditingkatkan, sehingga kekayaan yang ada dapat melimpah dengan merata dan tidak hanya beredar diantara golongan tertentu saja.²²

Hal ini sesuai dengan prinsip utama dari sistem ekonomi Islam, yaitu peningkatan dan pembagian hasil kekayaan agar sirkulasi kekayaan dapat ditingkatkan, yang mengarah pada pembagian kekayaan yang merata di berbagai kalangan masyarakat yang berbeda dan tidak hanya berfokus pada beberapa golongan tertentu.²³ Untuk itu Islam memberikan prinsip dasar distribusi pendapatan dan kekayaan yang terdapat pada al-Qur'an surat al-Hasyr dalam ayat yang artinya:

"Apa saja harta rampasan (fa'i) yang diberikan Allah pada Rasulnya yang berasal dari penduduk kota-kota, maka Allah dan Rasul supaya harta itu jangan hanya beredar di kalangan orang-orang kaya saja di antaramu (Al-Hasyr: 7).

Dari ayat diatas menunjukkan bahwa Islam mengatur distribusi harta kekayaan termasuk pendapatan kepada semua masyarakat dan tidak menjadi komoditas di antara golongan orang kaya saja. Selain itu untuk mencapai pemerataan pendapatan kepada masyarakat secara objektif, Islam menekankan perlunya membagi kekayaan kepada masyarakat melalui kewajiban membayar zakat, mengeluarkan infak, serta adanya hukum waris dan wasiat serta hibah. Aturan ini diberlakukan agar tidak terjadi konsentrasi harta pada sebagian kecil golongan saja. Hal ini berarti pula agar tidak terjadi monopoli dan mendukung distribusi kekayaan serta memberikan latihan moral tentang pembelanjaan harta secara benar.²⁴

Pemerataan ini tentunya juga berkaitan dengan roda perekonomian perdagangan, dimana konsentrasi perdagangan bukan hanya pada pelaku usaha besar (capital) yang notabene ritel modern, namun juga pelaku usaha rakyat, yang merupakan masyarakat dengan keinginan mengais rezeki melalui berdagang di pasar tradisional, sekalipun modal cenderung pas-pasan. Inilah wujud usaha ekonomi rakyat yang semestinya didukung oleh

²¹ Saiful Hadi, *Studi Hadis Ekonomi: Bagaimanakah Konsep Distribusi dalam Islam*, (<http://shayaconomy.blogspot.com>, diakses 10 Desember 2014).

²² Taqyuddin An Nabhani, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif; Perspektif Islam* (Surabaya: Risalah Gusti, 1996).

²³ Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam jilid II* (Yogyakarta: PT. Dana Bakti Waqof, 1995), 92 - 93.

²⁴ Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam* (Yogyakarta: BPFE, 2004).

pemerintah dan masyarakat sebagai konsumen. Jika perputaran perdagangan bisa merata, maka merata pula pemasukan bagi rakyat. Namun sebaliknya, jika ritel modern terus merajalela dan dengan kekuatan modalnya mampu menjamu konsumen dengan kenyamanan dan harga murah, maka tidak heran jika konsumen terus beralih ke ritel modern. Akibatnya, "mati suri" pelaku usaha rakyat di pasar tradisional bukanlah hal yang mustahil.

Upaya menjaga keberlangsungan pasar tradisional bukan hanya wujud pentingnya distribusi pendapatan, namun juga merupakan perwujudan dari pembatasan praktik monopoli ritel modern. Disampaikan oleh Yousuf Kamal Muhammad, bahwa Islam meyakini hanya distribusi pendapatan-lah yang bisa menciptakan pemerataan kekayaan antara yang kaya dan miskin sehingga menghindari kemiskinan dan monopoli kekayaan. Lebih lanjut, dalam konsep Islam, kebutuhan yang hanya mengutamakan kepentingan individu berakibat buruk dalam sosial masyarakat. Islam juga menganjurkan keseimbangan kebutuhan dunia dan akhirat.²⁵

Muhammad Nejatullah Siddiqi menyampaikan dua hal yang menjadi alasan pentingnya kebijakan yang membatasi monopoli perdagangan, antara lain:

1. Bahwa pengaruh Islam telah menolak dan membubarkan praktik monopoli dan menganjurkan kompetisi industri yang sehat;
2. Bahwa monopoli hanya akan menyerap praktik ekonomi yang tidak memiliki karakter sosial dan tidak dapat mengutamakan pembentukan barang yang bermanfaat bagi masyarakat.²⁶

Sejarah pun telah menunjukkan pentingnya pemberdayaan ekonomi rakyat sebagai upaya membendung monopoli. Dalam sejarah Islam, telah dicontohkan oleh Rasulullah. Dimana ketika Rasulullah SAW sampai ke Madinah, beliau membangun sebuah pasar untuk kaum muslimin dengan tujuan melepaskan mereka dari monopoli kaum Yahudi dan penguasaan mereka terhadap ekonomi kota Madinah. Rasulullah SAW mengatur perdagangan sesuai peraturan-peraturan baru, seperti: kebebasan dagang, keadilan, pelarangan segala bentuk tipu daya monopoli dan penipuan, dan melarang segala keburukan sistem perdagangan kaum Yahudi yang serupa dengan sistem kapitalis.²⁷

²⁵ Yousuf Kamal Muhammad, *The Principles of The Islamic Economic System* (Cairo: Islamic Inc. Publishing & Distribution, 1636 M), 161.

²⁶ Tahir, *Reading*, 167.

²⁷ Abd al-Sami' al-Mishriy, *al-Masrif al-Islamiy 'Ilmiyyan wa 'Amaliyyan* (Kairo: Maktabah Wahbah, 1988), 7.

Adapun Syed Omar Syed Agil menjelaskan hal ini melalui contoh kondisi ketika Merkantilisme. Djelaskannya bahwa pada awal masa Merkantilisme, pedagang sulit mendapatkan laba tinggi karena dua faktor utama:

1. Kebijakan merkantilisme menguntungkan perusahaan besar melalui hak monopoli produk atau barang;
2. Tekanan agama yang dibendung dari pengajaran gereja katolik kemudian membendung kesejahteraan. Hal ini menghormati kemakmuran dan kekayaan ekonomi yang kontradiktif dengan pengajaran katolik, dimana ada pengajaran: jika jauh dari gereja, maka pedagang akan masuk neraka.²⁸

Sebagai bahan catatan, menarik menyimak pernyataan Muhammad Nejatullah Siddiqi tentang monopolist. Dikatakannya, bahwa seorang monopolist mempunyai kekuatan lebih besar daripada pasar yang bersaing. Seorang monopolist mempunyai kemampuan merubah jumlah persediaan barang sesuai keinginannya. Ia dapat menurunkan harga dan memperbesar persediaan barang. Jika ingin menyediakan barang mahal, maka ia dapat menyediakan dalam jumlah sedikit. Hal ini menunjukkan adanya maksimalisasi laba yang merupakan bentuk sekuler dalam pola monopoli perusahaan atau produsen tertentu.²⁹

F. Kesimpulan

Sistem negara kesejahteraan bukan hal yang baru bagi Islam. Sebelum Barat menerapkannya, Dunia Islam telah mempraktikkannya lebih dahulu. Oleh karena itu, jika sekarang ada gagasan untuk menerapkan sistem ini di Indonesia, ini tidak berarti dan tidak perlu mengikuti Barat. Melainkan, hanya merevitalisasi apa yang secara otentik dipesankan Islam dan pernah dipraktikkan oleh Dunia Islam sekian abad silam, salah satunya konsep distribusi pendapatan. Konsep distribusi pendapatan inilah yang sangat penting untuk dijadikan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan publik, yang salah satunya terkait dengan keberlangsungan Pasar Tradisional.

Hal ini tidak sesuai dengan pasal 3 PP No. 112 Tahun 2007, bahwa Minimarket, Supermarket dan Hypermarket menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya. Ritel modern juga melakukan pelanggaran dalam jam operasional sehingga merugikan pangsa pasar dari pasar tradisional. Selain pelanggaran, ritel

²⁸ Tahir, *Reading*, 33.

²⁹ *Ibid*, 173.

modern yang notabene kapitalis jelas memiliki kekuatan permodalan dan iklan sehingga menjadi factor kian tergerusnya kekuatan pasar tradisional oleh ritel modern. Atas hal ini, pentingnya peran pemerintah (Negara) untuk membuat regulasi atau kebijakan publik yang benar-benar mendukung keberlangsungan pasar tradisional.

Dalam hal ini, upaya perlindungan hukum pedagang pada pasar tradisional pemerintah perlu melakukan 2 (dua) hal, yakni pengendalian dan pemberdayaan. Pengendalian dilakukan terhadap Ritel modern melalui kewajiban memiliki izin gangguan yang mensyaratkan zonasi sebagai pertimbangan pemberian izin, sedangkan Pemberdayaan dilakukan terhadap Pedagang Pasar Tradisional, melalui program kemitraan, pendanaan dan peningkatan profesionalitas pengelola pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Mishriy (Al), Abd al-Sami', 1988, *al-Masrif al-Islamiy 'Ilmiyyan wa 'Amaliyyan* (Kairo: Maktabah Wahbah).
- Muhammad, 2004, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam* (Yogyakarta: BPFE).
- Muhammad, Yousuf Kamal, 1636, *The Principles of The Islamic Economic System* (Cairo: Islamic Inc. Publishing & Distribution).
- Nabhani (An), Taqyuddin, 1996, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif; Prespektif Islam* (Surabaya: Risalah Gusti).
- Pretty Kurniawati, *Pasar Tradisional vs Modern* (ml.scribd.com/doc/.../ -tugas-Ekkot2/20 Sep 2010, diakses tanggal 1 Desember 2014).
- Prianto, Agus, 2008, *Ekonomi Mikro* (Malang : SETARA Press).
- Rahman, Afzalur, 1995, *Doktrin Ekonomi Islam jilid II* (Yogyakarta: PT. Dana Bakti Waqof).
- Suharto, Edi, 2010, *Analisis Kebijakan Publik: Panduan Praktis Mengkaji Masalah dan Kebijakan Sosial*.
- Suharto, Edi, 2010, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat* (Bandung: Refika Aditama).
- Saiful Hadi, *Studi Hadis Ekonomi: Bagaimanakah Konsep Distribusi dalam Islam*, (<http://shayaconomy.blogspot>. diakses 10 Desember 2014).
- Tahir, Sayyid, Aidit Ghazali, Syed Omar Syed Agil, 1992, *Readings In Microeconomics An Islamic Perspective* (Malaysia: Longman Malaysia).
- Winarno, Budi, 2012, *Kebijakan Publik: Teori, Proses dan Studi Kasus* (Yogyakarta: PT. Buku Seru).
- www.hukum.unsrat.ac.id/pres/perpres_112_2007.pdf, *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan*

Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelian, dan Toko Modern, diakses tanggal 5 Desember 2014.

www.hukumonline.com/.../ketentuan-tentang-jarak-minimarket-dari-pas,
Ketentuan tentang Jarak Minimarket dari Pasar Tradisional, diakses tanggal 11 Desember 2014.

www.kemendag.go.id, Peraturan Menteri Perdagangan No. 53.

www.kemendag.go.id/files/.../53m-dagper92014-id-1411011843.pdf,
Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 53 tahun 2008 Bab 1 pasal 1,
diakses tanggal 9 Desember 2014).

www.kemendag.go.id/files/.../70m-dagper122013-id-1387441243.pdf,
Pendirian Pasar Tradisional, Pusat Pembelian, dan Toko Modern dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2003 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelian, dan Toko Modern bab 2, diakses tanggal 8 Desember 2014.