

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Ekonomi Publik**

Ilmu ekonomi publik adalah cabang ilmu ekonomi yang menelaah masalah-masalah ekonomi khalayak ramai ( publik/masyarakat, pemerintah/negara ) seperti kebijakan subsidi/pajak, regulasi/deregulasi, nasionalisasi/privatisasi, sistem jaminan sosial, ketahanan pangan, kebijakan teknologi, pertahanan dan keamanan, pendidikan, kesehatan dan sebagainya.

Menurut Montesqieu, kekuasaan negara dapat dipisahkan menjadi kekuasaan legislatif, eksekutif dan yudikatif. Dalam prakteknya, kekuasaan eksekutif (pemerintah, yaitu presiden dan para pembantunya) lazimnya paling berpengaruh terhadap suatu perekonomian.

Menurut M.Guritno (1993,2) terdapat tiga peran pemerintah dalam perekonomian modern yakni :

#### **1 . Peran Alokasi**

Peran alokasi adalah peran pemerintahan untuk mengusahakan agar sumber-sumber daya ekonomi dapat dimanfaatkan secara optimal untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sehingga terhindar dari segala macam pemborosan, termasuk pengangguran. Pada dasarnya sumber daya yang dimiliki suatu negara adalah terbatas. Pemerintah harus menentukan seberapa besar dari sumber daya yang dimiliki akan dipergunakan untuk memproduksi barang-barang publik dan seberapa besar akan digunakan untuk memproduksi barang-barang individu.

Pemerintah harus menentukan dari barang-barang publik yang diperlukan warganya, seberapa besar harus disediakan oleh pemerintah dan seberapa besar yang dapat disediakan oleh rumah tangga perusahaan.

## 2 . Peran Distribusi

Peran distribusi adalah peran pemerintahan untuk mengusahakan agar distribusi pendapatan khususnya di tengah masyarakat menjadi merata dengan instrument fiskal seperti pajak, perluasan kesempatan kerja, pemeratan pembangunan.

Pemerintah harus membuat kebijakan-kebijakan agar alokasi sumber daya ekonomi dilaksanakan secara efisien. Pemerintah harus membuat kebijakan-kebijakan agar kekayaan terdistribusi secara baik dalam masyarakat.

## 3. Peran Stabilisasi

Peran stabilisasi adalah pemerintahan untuk menyelaraskan kebijakan-kebijakan yang ada. Tujuan pokok dari stabilisasi adalah mengurangi atau menghilangkan fluktuasi kehidupan ekonomi akibat depresi, inflasi, defisit neraca pembayaran dan tingkat pengangguran yang tinggi (Marselina, 2006;5-8). Pada pemerintahan modern saat ini, hampir semua negara menyerahkan roda perekonomiannya kepada pihak swasta. Pemerintah lebih berperan sebagai stabilisator untuk menjaga agar perekonomian berjalan normal.

## **B. Peran Dan Campur Tangan Pemerintah Dalam Perekonomian**

Pada umumnya keberadaan pemerintah memiliki pengaruh perekonomian pada tingkat yang berbeda-beda. Ada pemerintahan yang mengatur perekonomiannya secara ketat atau intensif dan ada pula yang membatasi sebagai pendukung saja dalam suatu perekonomian. Beberapa peran pemerintah dalam perekonomian adalah pemerintah membantu perkembangan bisnis secara umum, mendorong persaingan usaha yang sehat, membantu kelompok ekonomi lemah dan sebagai stabilizer.

Tugas-tugas kewajiban pemerintah dalam mengurus rumah tangga Negara diartikan sebagai fungsi-fungsi negara. Fungsi-fungsi negara tersebut adalah sebagai fungsi regular dan fungsi sebagai *agent of development*. Sebagai *agent of development* pemerintah memiliki peran dan fungsinya untuk mengatur perekonomian suatu negara.

Melalui teorinya Adam Smith mengemukakan bahwa pemerintah hanya mempunyai tiga fungsi yaitu :

1. Fungsi pemerintah untuk memelihara keamanan dalam negeri dan pertahanan.
2. Fungsi pemerintah untuk menyelenggarakan peradilan.
3. Fungsi pemerintah untuk menyediakan barang-barang yang tidak disediakan oleh pihak swasta seperti halnya dengan jalan, dam-dam dan sebagainya.

Dalam suatu perekonomian suatu negara, pemerintah mempunyai peranan untuk mengatur, memperbaiki atau mengarahkan aktivitas ekonomi dari pemerintah maupun sektor swasta. Oleh karena itu perkembangan dan kemajuan

pembangunan suatu negara tergantung kepada peranan pemerintah dalam mengatur negaranya termasuk di dalamnya adalah perekonomian. Kebutuhan barang publik seperti barang, jasa atau sistem merupakan sesuatu yang harus disiapkan oleh pemerintah dalam rangka memberikan pelayanan kepada warga negaranya. Terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan tersebut dapat berpengaruh pada tingkat perekonomian suatu negara. Dalam menjalankan perannya pemerintah terbentur dalam beberapa kegagalan untuk menjalankan fungsinya. Faktor-faktor tersebut berpengaruh pada kebijakan-kebijakan yang akan diambil oleh pemerintah suatu negara.

Menurut Sadono Sukirno (2003,419) beberapa kegagalan mekanisme pasar, menimbulkan kebutuhan campur tangan pemerintahan dalam memperbaiki pengaturan ekonomi. Dari kelemahan-kelemahan mekanisme pasar dapat disimpulkan bahwa campur tangan pemerintahan mempunyai beberapa tujuan penting yaitu :

1. Mengawasi agar eksternalitas kegiatan ekonomi yang merugikan dapat dihindari atau akibat buruknya dapat dikurangi.
2. Menyediakan barang publik yang cukup sehingga masyarakat dapat memperoleh barang tersebut dengan mudah dan dengan biaya yang murah.
3. Mengawasi kegiatan-kegiatan perusahaan, terutama perusahaan-perusahaan yang besar yang dapat mempengaruhi pasar agar mereka tidak mempunyai kekuasaan monopoli yang merugikan khalayak ramai.
4. Menjamin agar kegiatan ekonomi yang dilakukan tidak menimbulkan penindasan ketidaksetaraan di dalam masyarakat.

5. Memastikan agar pertumbuhan ekonomi dapat diwujudkan dengan efisien.

Campur tangan pemerintah dalam kegiatan ekonomi dapat dibedakan tiga bentuk yaitu :

1. Membuat dan melaksanakan peraturan undang-undang.
2. Secara langsung melakukan beberapa kegiatan ekonomi (membuat perusahaan ).
3. Melakukan kebijakan dan moneter.

Salah satu cara pemerintah untuk mempertinggi efisiensi kegiatan ekonomi dan mencapai tujuan-tujuan lainnya dalam menjalankan dan mengembangkan kegiatan ekonomi yang dilakukan dalam negara. Peraturan dan undang-undang yang telah direncanakan pemerintah untuk mengatur berbagai kegiatan ekonomi dalam suatu negara dapat mencapai dua tujuan utama dalam usaha untuk mempertinggi efisiensi mekanisme pasar adalah :

1. Peraturan dan undang-undang akan dapat menciptakan suasana ekonomi dan sosial yang akan memberikan kearah terciptanya sistem mekanisme pasar yang efisien dan lancar.
2. Peraturan dan undang-undang dapat digunakan untuk memastikan agar persaingan yang dilakukan oleh perusahaan atau pedagang dilakukan sebebasmungkin dan kekuasaan monopoli sedapat mungkin dilenyapkan.

Salah satu yang menyebabkan kegagalan pasar dalam mengalokasikan faktor – faktor produksi secara efisien adalah adanya apa yang disebut dampak sampingan atau eksternalitas. Eksternalitas timbul karena tindakan konsumsi atau produksi

dari satu pihak mempunyai pengaruh terhadap pihak yang lain dan tidak ada kompensasi yang dibayar oleh pihak yang menyebabkan atau kompensasi yang diterima oleh pihak yang terkena dampak tersebut :

Ada dua syarat terjadi eksternalisasi, yaitu :

1. Adanya pengaruh dari suatu tindakan.
2. Tidak adanya kompensasi yang dibayar atau diterima.

Adanya kegagalan pasar merupakan salah satu penyebab mengapa pemerintah harus turun tangan dalam perekonomian agar kesejahteraan masyarakat dapat tercapai secara optimal. Akan tetapi, tidak selamanya campur tangan pemerintah menyebabkan peningkatan kesejahteraan masyarakat, bahkan secara sistematis senantiasa terjadi kegagalan pemerintah (*government failures*). Disebabkan karena pemerintahan melaksanakan alokasi tidak dengan efisien.

### **C. Eksternalitas**

Secara umum dapat dikatakan bahwa eksternalitas merupakan efek samping dari suatu kegiatan atau transaksi ekonomi yaitu berupa dampak positif (*positive external effects, external economic*) maupun dampak negatif (*negative external effects, external diseconomic*). Dampak yang positif misalnya seseorang yang membangun sesuatu pemandangan yang indah dan bagus pada lokasi tertentu mempunyai dampak positif bagi orang sekitar yang melewati lokasi tersebut. Sedangkan dampak negatif misalnya polusi udara, air dan suara. Ada juga

eksternalitas yang dikenal sebagai eksternalitas yang berkaitan dengan uang (*pecuniary externalities*) yang muncul ketika dampak eksternalitas itu disebabkan oleh meningkatnya harga. Misalnya, suatu perusahaan didirikan pada lokasi tertentu atau kompleks perumahan yang baru dibangun, maka harga tanah tersebut akan melonjak tinggi. Meningkatnya harga tanah tersebut menimbulkan dampak eksternal yang negatif terhadap konsumen lain yang ingin membeli tanah disekitar daerah tersebut. Dalam ilmu ekonomi, eksternalitas jaringan terjadi ketika permintaan seorang individu bergantung pada pembelian individu-individu lainnya. Eksternalitas jaringan dapat berwujud positif atau negatif. Disebut positif apabila jumlah barang yang diminta konsumen tertentu meningkat akibat adanya peningkatan pembelian oleh konsumen lain. Sedangkan eksternalitas jaringan negatif terjadi apabila permintaan menurun akibat adanya peningkatan pembelian oleh orang lain. Ditinjau dari dampaknya, eksternalitas dapat dibagi menjadi dua, yaitu eksternalitas positif dan eksternalitas negatif. Eksternalitas positif adalah dampak yang menguntungkan dari suatu tindakan yang dilakukan oleh suatu produsen terhadap pihak lain tanpa adanya kompensasi dari pihak lain yang diuntungkan, sedangkan eksternalitas negatif adalah dampak yang merugikan dari suatu tindakan ekonomi yang dilakukan oleh produsen terhadap pihak lain tanpa adanya kompensasi dari pihak yang merugikan dalam hal ini adalah produsen.

Dalam hal adanya eksternalitas dalam suatu aktivitas, maka akan timbul inefisiensi. Inefisiensi akan timbul apabila tindakan seseorang mempengaruhi orang lain dan tidak terhitung dalam sistem harga. Dalam menentukan harga barang hasil produksinya pengusaha tersebut hanya memperhitungkan analisa rugi

atau laba perusahaan tanpa memperhatikan pengaruh dampak negatifnya terhadap masyarakat. Sehingga bagi seluruh masyarakat tidak tercapai efisiensi yang optimum. Secara umum adanya eksternalitas tidak akan mengganggu tercapainya efisiensi masyarakat apabila semua dampak yang merugikan maupun yang menguntungkan dimasukkan dalam perhitungan produsen dalam menetapkan jumlah barang yang diproduksi.

Suatu kegiatan produksi dikatakan mempunyai dampak eksternal terhadap produsen lain jika kegiatannya itu mengakibatkan terjadinya perubahan atau pergeseran fungsi produksi dari produsen lain. Seorang produsen dapat menimbulkan eksternalitas positif ataupun negatif terhadap produsen lainnya. Aktivitas seorang produsen dapat pula menimbulkan efek terhadap utilitas individu tanpa mendapat kompensasi apapun juga. Dampak atau efek samping yang sangat populer dari kategori kedua yang populer adalah pencemaran atau polusi

#### **D. Dimensi Eksternalitas**

Berbagai pendapat mengemukakan teorinya tentang pengertian eksternalitas. Pendapat oleh Rosen (1988) menyatakan bahwa eksternalitas terjadi ketika aktivitas suatu kesatuan mempengaruhi kesejahteraan kesatuan yang lain yang terjadi di luar mekanisme pasar (*non market mechanism*). Tidak seperti pengaruh yang ditransmisikan melalui mekanisme harga pasar, eksternalitas dapat mempengaruhi efisiensi ekonomi. Dalam hal ini eksternalitas merupakan

konsekuensi dari ketidakmampuan seseorang untuk membuat suatu *property right*.

Pendapat lain oleh Cullis dan Jones (1992) menyatakan bahwa eksternalitas terjadi ketika utilitas seorang individu tidak hanya bergantung pada barang dan jasa yang dikonsumsi oleh individu yang bersangkutan, akan tetapi juga dipengaruhi oleh aktivitas individu yang lain.

Hyman (1999) menyatakan bahwa eksternalitas merupakan biaya atau manfaat dari transaksi pasar yang tidak direfleksikan dalam harga. Ketika terjadi eksternalitas, maka pihak ketiga selain pembeli dan penjual suatu barang dipengaruhi oleh produksi dan konsumsinya. Biaya atau manfaat dari pihak ketiga tersebut tidak dipertimbangkan baik oleh pembeli maupun penjual suatu barang yang memproduksi atau yang menggunakan produk sehingga menghasilkan eksternalitas. Lebih jauh Hyman menyatakan bahwa harga pasar yang terjadi tidak secara akurat menggambarkan baik *marginal social cost (MSC)* maupun *marginal social benefit (MSB)*.

Meade (Corner dan Sandler, 1993) mengartikan eksternalitas ekonomi (disekonomi) sebagai suatu peristiwa yang memberi keuntungan cukup besar (memberikan kerugian cukup besar) pada beberapa orang/orang yang tidak ikut secara penuh dalam pengambilan keputusan. Dalam pendapat Meade tersebut tidak secara spesifik mengenai kerangka institusi dalam kaitannya dengan interaksi sosial yang terjadi. Oleh karena itu Arrow (Corner dan Sandler, 1993) mengartikan eksternalitas dalam suatu kerangka institusi yang lebih khusus, yakni pasar kompetitif.

Fisher (1996) mengatakan bahwa eksternalitas terjadi bila satu aktivitas pelaku ekonomi (baik produksi maupun konsumsi) mempengaruhi kesejahteraan pelaku ekonomi lain dan peristiwa yang ada terjadi di luar mekanisme pasar.

Sehingga ketika terjadi eksternalitas, maka *private choices* oleh konsumen dan produsen dalam *private markets* umumnya tidak menghasilkan sesuatu yang secara ekonomi efisien.

Eksternalitas dalam kenyataannya memiliki dua macam bentuk, yakni eksternalitas negatif dan eksternalitas positif. Eksternalitas negatif (biaya eksternal) adalah biaya terhadap pihak ketiga selain pembeli dan penjual pada suatu macam barang yang tidak direfleksikan dalam harga pasar. Ketika terjadi eksternalitas yang negatif, harga barang atau jasa tidak menggambarkan biaya sosial tambahan (*marginal social cost*) secara sempurna pada sumber daya yang dialokasikan dalam produksi. Baik pembeli maupun penjual barang tidak memperhatikan biaya-biaya ini pada pihak ketiga. Sedangkan Eksternalitas positif adalah keuntungan terhadap pihak ketiga selain penjual atau pembeli barang atau jasa yang tidak direfleksikan dalam harga. Ketika terjadi eksternalitas positif, maka harga tidak sama dengan keuntungan sosial tambahan (*marginal social benefit*) dari barang dan jasa yang ada.

Dari uraian mengenai eksternalitas di atas sebenarnya sudah dapat diketahui mengapa eksternalitas dapat menyebabkan inefisiensi/kegagalan pasar. Hal ini karena pada eksternalitas akan menimbulkan masalah yakni bila produsen maupun konsumen menyebabkan pengaruh eksternal (*external effects*), yakni bila aktivitas produsen maupun konsumen menyebabkan biaya atau manfaat pada orang lain (pihak ketiga).

Masalah ini akan muncul karena biaya ataupun manfaat eksternal tersebut tidak dimasukkan dalam perhitungan oleh konsumen maupun produsen dalam aktivitasnya. Sehingga yang terjadi adalah baik konsumen maupun produsen dalam melakukan aktivitasnya akan bersikap *underestimate*. Bila pada eksternalitas positif, maka produsen maupun konsumen akan *underestimate* terhadap manfaat eksternal (*external benefit*) dari aktivitasnya, sehingga dimungkinkan produsen maupun konsumen tadi menghasilkan *output* dengan jumlah yang lebih sedikit dari kondisi *output* efisien. Padahal kalau *output* yang dihasilkan lebih banyak (tingkat efisien), maka orang lain akan dapat menikmatinya. Sebaliknya bila terjadi eksternalitas negatif, maka produsen maupun konsumen akan bersikap *underestimate* terhadap biaya eksternal (*external cost*) dari aktivitasnya. Sehingga dimungkinkan produsen maupun konsumen menghasilkan *output* dengan kuantitas yang lebih besar dari kondisi *output* efisien. Padahal kalau *output* tersebut dihasilkan lebih sedikit (tingkat efisien), maka kerugian yang diderita orang lain dapat berkurang.

Adapun ciri-ciri dari eksternalitas secara eksplisit dapat dirumuskan sebagai berikut:

- Eksternalitas dapat dihasilkan baik oleh produsen maupun oleh konsumen.
- Peristiwa yang terjadi di luar mekanisme harga pasar.
- Terdapat suatu hubungan timbal balik dalam aspek eksternalitas.
- Eksternalitas dapat bersifat positif maupun negatif
- Peristiwa yang terjadi tidak ada hubungan antara satu pihak dengan pihak yang lain (*interdependency in action*).
- Peristiwa yang terjadi baik secara individu maupun kelembagaan.

### **E. Pengertian Pasar**

Pasar secara sederhana dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi.

Pasar dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Pasar Tradisional
2. Pasar Modern

Pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan penjual dan pembeli bertemu. Artinya juga di dalam pasar ini terdapat penjual dan pembeli adalah untuk melakukan transaksi jual beli produk barang maupun jasa.

Sedangkan pengertian pasar lebih luas yaitu himpunan pembeli nyata dan pembeli potensial atas suatu produk. Secara umum faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan status barang atau jasa adalah :

1. Harga barang itu sendiri
2. Harga barang lain yang memiliki hubungan (barang pengganti atau barang pelengkap)
3. Pendapatan
4. Selera
5. Jumlah penduduk
6. Dan faktor khusus (akses)

Para pakar ekonomi mengklarifikasikan pasar dengan memfokuskan keadaan jumlah perusahaan dalam industri. Struktur pasar ini terpenting karena struktur

pasar menentukan perilaku perusahaan yang kemudian menentukan kinerja industry (Wihana Kirana, 199;4).

## **F. Pengertian Pasar Tradisional dan Pasar Modern**

### **1. Pasar Tradisional**

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah daerah, swasta, BUMN dan BUMD termasuk kerjasama dengan swasta, tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dikelola oleh pedagang kecil, menengah swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar. Pasar tradisional terkadang juga merupakan pasar yang sederhana dengan tempat yang tidak luas, kurang nyamannya berbelanja, harga yang lebih mahal, kurangnya pengelolaan pasar secara baik dan barang yang dijual terbatas jenisnya.

### **2. Pasar Modern**

Pasar modern pada umumnya menggunakan konsep melayani diri sendiri dan biasa disebut swalayan. Dalam pasar ini biasanya dikenal Hypermart, super market dan mini market. Pasar modern disebut gerai ritel modern. Perdagangan ritel mempunyai arti penjualan secara eceran. Seiring tuntutan pasar bebas, ritel pun belakangan bertambah tempat lebih luas, banyak jenis barang yang dijual, nyaman berbelanja, manajemen lebih terkelola, menawarkan harga lebih murah dan harga telah menjadi harga tetap.

## **G. Pengertian Usaha Kecil**

Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil, dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang. Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil adalah kegiatan ekonomi yang dimiliki dan menghidupi sebagian besar rakyat. Pengertian usaha kecil di sini mencakup usaha kecil informal dan usaha kecil tradisional. Usaha kecil informal merupakan usaha yang belum terdaftar, belum tercatat dan belum berbadan hukum. Pengusaha kecil yang termasuk dalam kelompok ini antara lain petani penggarap, pedagang kaki lima, dan pemulung. Sedangkan yang dimaksud dengan usaha kecil tradisional adalah usaha yang menggunakan alat produksi sederhana yang telah digunakan secara turun temurun dan berkaitan dengan seni dan budaya.

Dalam usaha kecil bersifat relatif, sehingga perlu ada batasannya, yang dapat menimbulkan definisi-definisi usaha kecil dari beberapa segi. Definisi-definisi usaha kecil dari berbagai segi tersebut adalah sebagai berikut.

### *a. Berdasarkan Total Aset*

Berdasarkan total aset, pengusaha kecil adalah pengusaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat membuka usaha.

*b. Berdasarkan Total Penjualan Bersih Per Tahun*

Berdasarkan total penjualan bersih per tahun, pengusaha kecil adalah pengusaha yang memiliki hasil total penjualan bersih per tahun paling banyak Rp 1.000.000.000 (satu milyar rupiah).

*c. Berdasarkan Status Kepemilikan*

Berdasarkan status kepemilikan, usaha kecil (warung kecil) adalah usaha berbentuk perseorangan, bisa berbadan hukum atau tidak berbadan hukum, yang di dalamnya termasuk koperasi.

Usaha kecil termasuk koperasi merupakan kegiatan ekonomi rakyat dengan skala kecil yang memiliki kriteria-kriteria sebagai berikut.

- a. Memiliki kekayaan bersih atau total aset paling banyak Rp 200.000.000 (dua ratus juta rupiah).
- b. Milik warga negara Indonesia.
- c. Berdiri sendiri, artinya bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau ber-*afiliasi* entah langsung atau tidak langsung dengan usaha menengah atau dengan usaha besar.
- d. Berbentuk usaha perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum termasuk koperasi.

- e. Usaha kecil (warung kecil) adalah jenis usaha ritel mandiri yg modal dan skala dalam lingkup kecil, biasanya barang yang dijual bahan pokok dengan ketersediaan barang yang terbatas dan merupakan usaha rintis.

## **H. Pengertian Warung**

Warung menurut kamus besar Indonesia adalah usaha kecil yang dimiliki suatu keluarga yang berbentuk kedai, kios atau toko. Jadi dapat disimpulkan bahwa warung ada suatu jenis usaha keluarga atau rumahan yang bila dilihat dari klasifikasi penulis memiliki ukuran tempat usaha yang kecil, modal yang digunakan kecil dan barang yang ditawarkan terbatas.

## **I. Klasifikasi Perdagangan**

### **1. Pedagang Besar / Distributor / Agen Tunggal**

Distributor adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan produk barang dagangan dari tangan pertama atau produsen secara langsung. Pedagang besar biasanya diberikan hak wewenang wilayah / daerah tertentu dari produsen.

Contoh dari agen tunggal adalah seperti ATPM atau singkatan dari agen tunggal pemegang merek untuk produk mobil.

### **2. Pedagang Menengah / Agen / Grosir**

Agen adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dagangannya dari distributor atau agen tunggal yang biasanya akan diberi daerah kekuasaan

penjualan / perdagangan tertentu yang lebih kecil dari daerah kekuasaan distributor.

### 3. Pedangan Eceran / Pengecer / Peritel

Pengecer adalah pedagang yang menjual barang yang dijualnya langsung ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran. Contoh pedagang eceran seperti Alfamart dan Indomaret.

### 4. Importir / Pengimpor

Importir adalah perusahaan yang memiliki fungsi menyalurkan barang dari luar negeri ke negaranya. Contoh seperti import jeruk lokam dari Cina ke Indonesia.

### 5. Eksportir / Pengekspor

Exportir adalah perusahaan yang memiliki fungsi menyalurkan barang dari dalam negara ke negara lain. Contoh seperti ekspor produk kerajinan ukiran dan pasir laut ke luar negeri.

## **J. Penyelenggaraan Usaha Waralaba**

Peraturan Menteri Perdagangan RI No.31/M-DAG/PER/8/2008 tentang

Penyelenggaraan Waralaba :

### 1. Pengertian Umum

Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan

barang dan jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Memiliki ciri khas usaha
- b. Terbukti sudah memberikan keuntungan
- c. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan jasa yang ditawarkan
- d. Mudah diajarkan dan diaplikasikan
- e. Adanya dukungan yang berkesinambungan
- f. HKI yang telah terdaftar.

Waralaba terdiri dari pemberi waralaba dan penerima waralaba. Pemberi waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba.

Penerima Waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan menggunakan waralaba yang dimiliki oleh pemberi waralaba.

Pemberi Waralaba lanjutan adalah orang perseorangan atau badan usaha yang menerima hak dari pemberi waralaba untuk menggunakan dan menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba untuk menunjuk penerima waralaba lanjutan.

Penerima Waralaba lanjutan adalah orang perseorangan atau badan usaha yang

menerima hak untuk menggunakan dan menggunakan waralaba dari pemberi waralaba lanjutan.

## 2. Perjanjian Waralaba

Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian waralaba antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dan mempunyai kedudukan hukum yang setara dan terhadap mereka berlaku hukum Indonesia.

Perjanjian Waralaba sedikitnya memuat:

- a. Identitas pemberi waralaba dan penerima waralaba.
- b. Jenis HKI.
- c. Kegiatan usaha.
- d. Hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba.
- e. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba.
- f. Wilayah usaha, misalnya di provinsi tertentu atau diseluruh wilayah Republik Indonesia.
- g. Jangka waktu perjanjian.
- h. Tata cara pembayaran imbalan seperti fee atau royalty.
- i. Kepemilikan, perubahan kepemilikan dan hak ahli waris.
- j. Penyelesaian sengketa.
- k. Tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian.
- l. Jaminan dari pihak pemberi waralaba untuk tetap menjalankan kewajiban-kewajibannya kepada penerima waralaba.

### 3. Pendaftaran Waralaba

Pemberi waralaba wajib memiliki Surat Pendaftaran Waralaba (STPW) dengan mendaftarkan prospektus penawaran waralaba dan dokumen persyaratan lain sesuai dengan peraturan menteri perdagangan.

Prospektus Penawaran Waralaba paling sedikit memuat :

- a. Identitas pemberi waralaba
- b. Legalitas usaha waralaba
- c. Sejarah kegiatan usahanya
- d. Struktur organisasi Pemberi Waralaba
- e. Laporan keuangan 2 tahun terakhir dihitung mundur dari waktu permohonan prospektus penawaran waralaba (sebagai perusahaan waralaba).
- f. Jumlah tempat usaha
- g. Daftar penerima waralaba
- h. Hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba.

Prospektus penawaran waralaba yang didaftarkan oleh pemberi waralaba berasal dari luar negeri harus dilegalisir oleh *Public Notary* dengan melampirkan surat keterangan dari atas perdagangan RI atau pejabat kantor perwakilan RI di negara asal.

Penerima waralaba wajib memiliki surat pendaftaran waralaba dengan mendaftarkan perjanjian waralaba dan dokumen persyaratan lain sesuai dengan peraturan menteri perdagangan.

STPW berlaku untuk jangka waktu 5 tahun dan dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama.

Permohonan STPW diajukan kepada Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam

Negeri c.q Direktur Bina Usaha dan pendaftaran perusahaan untuk pemberi waralaba luar negeri, pemberi waralaba lanjutan dari luar negeri, penerima waralaba berasal dari waralaba luar negeri dan penerima waralaba dari waralaba dalam negeri .

Permohonan STPW diajukan kepada Kepala Dinas Perdagangan Provinsi/Kabupaten/ Kota setempat untuk pemberi waralaba yang berasal dari dalam negeri, pemberi waralaba lanjutan dari dalam negeri, penerima waralaba berasal dari waralaba dalam negeri, penerima waralaba lanjutan berasal dari waralaba luar negeri, penerima waralaba lanjutan berasal dari waralaba dalam negeri.

Paling lama 3 hari kerja terhitung sejak diterimanya Surat Permohonan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (SP-STPW) dan dokumen persyaratan secara lengkap dan benar, pejabat penerbit STPW menerbitkan STPW. Apabila SP-STPW beserta dokumen persyaratan dinilai belum lengkap dan benar, pejabat penerbit STPW membuat surat penolakan penerbitan STPW kepada pemohon STPW, paling lama 3 hari kerja terhitung sejak tanggal diterimanya surat permohonan.

Setiap pemilik STPW wajib menyampaikan laporan kegiatan waralaba kepada Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri cq. Direktur Bina Usaha dan pendaftaran perusahaan dengan tembusan kepada Kepala Dinas yang bertanggung jawab dibidang perdagangan Provinsi/Kabupaten/Kota setempat.

#### 4. Sanksi

Pemberi waralaba dan penerima waralaba yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada Pasal 7 Permendag No.31/M-DAG/PER/8/2008 (pendaftaran waralaba) dikenakan sanksi administrasi berupa :

- a. Peringatan tertulis paling banyak 3 kali berturut-turut dengan tenggang waktu masing-masing 2 minggu terhitung sejak tanggal surat peringatan oleh pejabat penerbit STPW.
- b. Denda paling banyak Rp.100.000.000,-.