

# **KEGIATAN USAHA DAN PERKEMBANGAN MINIMARKET DI KABUPATEN BADUNG**

Oleh

I Gusti Agung Istri Maharani

Ida Bagus Rai Djaja

Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Udayana

## **ABSTRACT**

*This study entitled "Business Activities and MiniMart development" is aimed to find out business activities and mini mart development. This study is using normative research. According to the method that used, it can concluded that the mini mart development is growing fast, it is caused of the human necessary and the highest of the economic development.*

*Keywords : Minimart, Economi, Business Activities*

## **ABSTRAKSI**

Tulisan ini berjudul "Kegiatan Usaha dan Perkembangan Minimarket" yang bertujuan untuk mengetahui kegiatan usaha dan perkembangan Minimarket. Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah jenis penelitian hukum empiris. Berdasarkan metode yang digunakan, maka disimpulkan bahwa perkembangan minimarket sangatlah berkembang pesat ini dikarenakan kebutuhan manusia dan perkembangan ekonomi yang meningkat.

Kata Kunci: Minimarket, Ekonomi, Kegiatan Usaha

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Batar Belakang**

Kebutuhan primer manusia pada saat ini semakin meningkat ditambah dengan pertumbuhan manusia semakin tinggi, ini terbukti dengan maraknya persaingan tempat belanja atau minimarket yang selalu ramai dan bertahan serta menghiasi tatakota di perkotaan maupun di pedesaan. Pada dasarnya, perbedaaan mendasar antara minimarket dengan toko tradisional ada di dalam pelayanannya, bentuk toko, dan tingkat kenyamanan berbelanja bagi para konsumen. Perkembangan minimarket muncul karena kebutuhan manusia dan perkembangan eknomi yang meningkat. Selain nyaman, barang-barang yang dijual di minimarket relatif lebih murah dan pelayanan yang lebih baik dari pasar tradisional.

Minimarket merupakan jenis ritel modern yang paling agresif memperbanyak jumlah gerai dan menerapkan sistem *franchise* dalam memperbanyak jumlah gerai mereka. Tujuannya adalah untuk memperbesar skala usaha (sehingga bersaing dengan skala usaha supermarket dan *hypermarket*), yang pada akhirnya memperkuat posisi tawar-menawar mereka ke pemasok. Minimarket sendiri dibedakan menjadi 2, yaitu minimarket waralaba atau "*Franchise*" dan Minimarket mandiri. Dasar hukum utama dan terkini bagi usaha toko ritel modern adalah Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern yang secara operasionalnya diatur dalam Permendag Nomor 53 Tahun 2008 Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern<sup>1</sup>

## **1.2 Tujuan**

Tujuan Penulisan ini yaitu untuk mengetahui bagaimana kegiatan usaha dan perkembangan minimarket di Kabupaten Badung serta apa yang menyebabkan peningkatan jumlah minimarket di Kabupaten Badung.

## **II. ISI MAKALAH**

### **2.1. Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah penelitian yang dilakukan adalah berdasarkan atas pendekatan yang bersifat yuridis empiris. Pendekatan Yuridis empiris yaitu pendekatan yang melalui kajian-kajian permasalahan atau dasar hukum yang berlaku serta dikaitkan dengan praktek di masyarakat.

### **2.2. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **2.2.1. Konsep Usaha Dan Perkembangan Minimarket**

Tren minimarket muncul karena kebutuhan manusia dan perkembangan ekonomi yang meningkat. Meningkatnya jumlah atau menjamurnya minimarket ini dikarenakan jumlah penduduk yang semakin pesat dan perekonomian masyarakat semakin meningkat. Dengan meningkatnya perekonomian masyarakat secara tidak langsung akan meningkatkan daya beli dan kebutuhan yang semakin

---

<sup>1</sup> Asep ST. Sujana, 2012, Manajemen Minimarket, Raih Asa Sukses, Bogor. h.48

bertambah, dan kenyamanan dalam berbelanja lebih diutamakan, serta kualitas barang juga lebih diperhatikan oleh konsumen. Dasar hukum utama dan terkini bagi usaha toko ritel modern adalah Perpres Nomor 112 tahun 2007 yang secara oprasionalisasinya diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Badung Nomor 7 Tahun 2012 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Juga diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Badung Nomor 8 Tahun 2012 tentang surat Izin perdagangan. Keberadaan mini market yang telah menjamur di sejumlah wilayah menunjukkan dampak positif dan negatif. Di mana untuk positifnya menunjukkan kemajuan sistem perdagangan dari tardisional ke modern, akan tetapi jika dilihat dari dampak negatif sistem perdagangan tersebut membuat para pedagang tradisional lemah dalam persaingan bisnis. Selain nyaman, barang-barang yang dijual di minimarket relatif lebih murah dan pelayanan yang lebih baik dari pasar tradisional. Perbedaan mendasar antara toko tradisional dengan minimarket ada dalam pelayanan, bentuk gerai, dan tingkat kenyamanan. Oleh sebab itu, minimarket haruslah menyediakan produk dalam berbagai jenis, merek, dan ukuran. Karena, dengan tersedianya keanekaragaman produk dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen, maka dapat meningkatkan volume penjualan. Meningkatnya jumlah pasar modern di Kabupaten Badung memicu banyak masyarakat berbelanja di pasar modern karena alasan praktis, bersih dan efisien, maupun karena alasan gengsi dan gaya hidup. Sebuah minimarket haruslah menjual segala macam barang yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari, namun tidaklah selengkap sebuah supermarket. Minimarket hanya menerapkan sistem swalayan, dimana pembeli mengambil sendiri barang apa saja yang dibutuhkan. Jadi, konsep usaha minimarket ini pada intinya murah, cepat, nyaman dan aman, sehingga konsumen tidak perlu berpikir untuk masuk dan berbelanja di minimarket, karena sudah pasti mendapatkan pelayanan yang baik, juga kenyamanan dalam berbelanja.

### **2.2.2. Dampak Usaha Minimarket Bagi Usaha Kecil Menengah (UKM) Dan Pasar Tradisional**

Perkembangan perekonomian, penambahan penduduk, dan pertumbuhan kelas menengah, ikut mendorong perubahan selera masyarakat dalam berbelanja.<sup>2</sup> Maraknya pembangunan minimarket atau toko modern telah menyudutkan UKM dan Pasar Tradisional, ini dikarenakan toko modern atau minimarket itu sendiri menggunakan konsep penjualan produk yang lebih lengkap, pelayanan yang lebih nyaman, juga harga yang bersaing. Meningkatnya jumlah pasar modern memicu banyak masyarakat berbelanja di pasar modern karena alasan praktis, bersih dan efisien, maupun karena alasan gengsi dan gaya hidup. Dari hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 1 Juli 2013 dengan pemilik toko I Made Aya, dengan berkembangnya toko-toko modern tokonya tidak seramai seperti sebelumnya, serta dengan berkembang pesatnya toko modern Bapak I Made Aya harus menjual barangnya dengan harga yang bersaing dengan toko modern sehingga untung yang didapat tidak maksimal. Dengan menjamurnya toko modern, sampai saat ini menunjukkan adanya masalah yang dihadapi pasar tradisional dan Toko kecil sebagai wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi skala menengah kecil. Banyak hal yang sebenarnya membuat pasar tradisional mulai kehilangan tempat di Indonesia, khususnya di kota-kota besar.

Ini disebabkan karena konsumen lebih memilih tempat yang nyaman, pelayanan yang baik, serta harga yang ditawarkan oleh minimarket cukup bersaing, dan juga pada umumnya pasar tradisional beroperasi dalam jam yang terbatas, umumnya hanya beroperasi pada pagi hari dan tidak buka sampai sore atau malam hari. Terdapat perbedaan yang sangat mendasar antara pasar tradisional dan pasar modern. Perbedaannya adalah masih adanya proses tawar-menawar harga di pasar tradisional, sedangkan di pasar modern harga kondisinya sudah “kaku” dengan label harga. Dengan kondisi yang seperti ini, perlu adanya langkah atau cara untuk menjaga kelangsungan pasar tradisional termasuk kelangsungan usaha perdagangan ritel yang dikelola oleh koperasi dan UKM. Akibatnya, Perkembangan pasar tradisionalpun kini semakin terdesak.

---

<sup>2</sup> Serfianto D.Purnomo, Cita Yustisia Serfiyani, Iswi Hariyani, 2013, Sukses Bisnis Ritel Modern, PT. Gramedia, Jakarta.h.19.

Perkembangan pasar modern yang semakin berkembang pesat tentu saja harus diantisipasi pemerintah dengan cara meningkatkan mutu dan kualitas pasar tradisional agar tidak ketinggalan dengan pasar modern.

### **III. KESIMPULAN**

Meningkatnya jumlah atau menjamurnya minimarket ini dikarenakan jumlah penduduk yang semakin pesat dan perekonomian masyarakat semakin meningkat. Dengan meningkatnya perekonomian masyarakat secara tidak langsung akan meningkatkan daya beli dan kebutuhan yang semakin bertambah, dan kenyamanan dalam berbelanja lebih diutamakan, serta kualitas barang juga lebih diperhatikan oleh konsumen. Keberadaan mini market yang telah menjamur di sejumlah wilayah menunjukkan dampak positif dan negatif. Di mana untuk positifnya menunjukkan kemajuan sistem perdagangan dari tradisional ke modern, akan tetapi jika dilihat dari dampak negatif sistem perdagangan tersebut membuat para pedagang tradisional lemah dalam persaingan bisnis. Dengan menjamurnya toko modern, sampai saat ini menunjukkan adanya masalah yang dihadapi pasar tradisional dan Toko kecil sebagai wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi skala menengah kecil.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Amiruddin dan Zainal Asikin, 2012, Pengantar Metode Penelitian Hukum, PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Asep ST. Sujana, 2012, Manajemen Minimarket, Raih Asa Sukses, Bogor.

Serfianto D.Purnomo, Cita Yustisia Serfiyani, Iswi Hariyani, 2013, Sukses Bisnis Ritel Modern, PT. Gramedia, Jakarta.

#### **Aturan:**

Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern

Peraturan Daerah Kabupaten Badung No.7 Tahun 2012 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

Peraturan Daerah Kabupaten Badung No.8 Tahun 2012 tentang surat Izin perdagangan