

ANALISIS PERIZINAN PENDIRIAN ALFAMART DAN DAMPAK NEGATIF TERHADAP PERUSAHAAN PERORANGAN DI SEKITARNYA

Ghassan Niko Hasbi¹

Siti Vickie Dina Maulaya Adhisyah²

Achmat Irmawan³

Abstrak

Perkembangan teknologi dan pertumbuhan perekonomian di Indonesia sekarang ini, menjadikan perusahaan-perusahaan waralaba lokal semakin berkembang pesat diantaranya Alfamart dan Indomaret. Pesatnya pertumbuhan penjualan sistem waralaba disebabkan faktor popularitas *franchise*. Hal ini tercermin dari kemampuannya untuk menawarkan suatu bidang usaha yang probabilitas keberhasilannya tinggi. Namun keberhasilan ini tentu tidak lepas dari dampak negatif yang timbul terhadap perusahaan perorangan disekitarnya. Hasil penelitian membuktikan bahwa adanya jarak yang sangat berdekatan antar minimarket bisa berdampak negatif karena mereka akan berlomba-lomba untuk mendapatkan konsumen yang banyak dengan cara program diskon melalui kartu anggota (*member card*) dan program diskon produk pada bulan-bulan tertentu, sehingga efeknya juga akan berdampak pada pengusaha kecil di sekitar minimarket, karena dengan modal yang kecil tidak akan bisa bersaing dengan minimarket tersebut. Ini merupakan salah satu indikator persaingan tidak sehat yaitu persaingan usaha yang dilakukan dengan cara menghambat terjadinya persaingan di antara pelaku usaha dimana yang melihat kondisi pasar yang tidak sehat (Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat). Upaya pemerintah Kota Magelang untuk mengatasi semakin banyaknya toko modern maka dikeluarkan kebijakan dari Walikota yaitu dengan membatasi jumlah toko modern di Kota Magelang yaitu hanya 20 gerai. Hal ini tentu saja sangat membantu pedagang kecil atau perusahaan perseorangan yang ada di Kota Magelang. Selain itu juga digalakkan program kemitraan usaha antara toko modern dengan UMKM yang ada di wilayah Kota Magelang dalam hal kerjasama pemasaran yaitu dalam bentuk (1) Memasarkan barang produk UMKM yang dikemas atau dikemas ulang (*repacking*) dengan merek pemilik barang, toko modern atau merek lain yang disepakati dalam rangka meningkatkan nilai jual barang (2) Memasarkan produk hasil UMKM melalui *etalase* atau *outlet* dari toko modern. Serta dikeluarkan kebijakan yang baru-baru ini dilaksanakan yaitu bahwa toko modern tidak boleh buka selama 24 jam, maka jika ada toko modern yang masih memasang tanda buka 24 jam akan dicopot oleh Satpol PP. Hal ini dimaksudkan karena di Kota Magelang terdapat pasar tradisional yang buka di malam hari (pasar malam) sehingga memberikan peluang bagi para pedagang di pasar tradisional untuk lebih meningkatkan penghasilannya.

Kata Kunci : Perizinan, Perusahaan, Alfamart

¹ Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Magelang

² Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Magelang

³ Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Magelang

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Franchise atau waralaba bukanlah suatu industri yang baru dikenal, meskipun legalitas yuridisnya baru dikenal di Indonesia pada tahun 1997 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI Nomor 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba, dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba⁴, dalam perkembangannya kemudian diganti dengan PP Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan nomor 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 dalam Pasal 1 butir 1, waralaba diartikan sebagai hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan / atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan / atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Selain itu waralaba diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-Dag/Per/3/2006, waralaba (*franchise*) adalah perikatan antara pemberi waralaba dan penerima waralaba dimana penerima waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba.

Menurut *Brand Franchise* pengertian *Franchise* dirumuskan sebagai :

Arrangement between a brand name manufacturer and a wholesaler or retailer that gives the wholesaler or retailer the exclusive right to sell the brand manufacturer's product in a specific territory.

This arrangement is usually done by contractual agreement over a period of time. A brand Franchise allows the wholesaler or retailer to sell the product in a noncompetitive market and therefore to set price limitations as the traffic will bear.

⁴ Gunawan Widjaja, *Waralaba*, 2003, PT. Raja Grafindo, Jakarta, hlm. 1

Di dalam buku “*Dictionary of Marketing Term*” oleh Betsy-Ann Toffler dan Jane Imber, *Franchise* diartikan sebagai :

Licence granted by a company (the Franchisor) to an individual or firm (the Franchisee) to operate a retail, food, or drug outlet where the Franchisee agree to use the Franchisor’s name; product; services; promotions; selling, distribution, and display methods; and other company support.

Right to market a company’s goods or services in a specific territory, which right has been granted by the company to an individual, group of individuals, marketing group, retailer, or wholesaler.

*Specific territory or outlet involved in such a right.*⁵

Berdasarkan definisi waralaba tersebut diatas maka dapat dipahami bahwa dalam usaha waralaba melibatkan suatu kewajiban untuk menggunakan suatu sistem dan metode yang ditetapkan oleh pemberi waralaba termasuk didalamnya hak untuk mempergunakan merek dagang. Pengertian waralaba dibedakan dari waralaba nama dagang yang memang mengkhususkan diri pada perizinan penggunaan nama dagang dalam rangka pemberian izin untuk melakukan penjualan produk pemberi waralaba

⁵ Ibid., hlm. 10

dalam suatu batas tertentu, dalam suatu pasar yang bersifat non-kompetitif.⁶ Pemberian nama dagang seringkali terkait dengan kewajiban untuk memenuhi persyaratan penentuan harga yang telah ditetapkan dan digariskan oleh pemberi waralaba. Eksklusivitas dan penentuan harga yang relatif seragam ini merupakan ciri dari waralaba.⁷

Dilihat dari bentuk perjanjian waralaba, dapat dikemukakan bahwa perjanjian tersebut sebenarnya merupakan pengembangan dari kerja sama (syarikat) untuk waktu tertentu (sesuai dengan perjanjian) antara *Franchisor* dengan *Franchisee*. Kerja sama tersebut bertujuan agar kedua belah pihak memperoleh keuntungan.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah nomor 42 tahun 2007 pasal 4 ayat (1), perjanjian waralaba adalah perjanjian formal sehingga disyaratkan untuk dibuat secara tertulis antara *Franchisor* dengan *Franchisee*. Hal ini diperlukan sebagai bentuk perlindungan bagi kedua belah pihak yang terlibat dalam perjanjian waralaba. Hal ini sesuai dengan asas tertulis yang terdapat dalam QS. Al-Baqarah ayat 282 :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قَدَّيْتُمْ بِيَدَيْنِ إِسْنِ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَمَا كُتِبُوا
وَلْيَكْتُبْ بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ
اللَّهُ فَيَكْتُبُ وَيُبَيِّنُ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلِحَقِّ وَيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسُ
مِنْهُ شَيْئًا فَإِن كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ مِنْبِهَا أَوْ ضَعِيفًا وَلَا يَسْتَطِيعُ
أَنْ يَمِيلَ هُوَ فَلْيُنْسِ وَيُيَهِ بِالْعَدْلِ وَأَشْتَشْهُدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رَجُلَيْكُمْ
فَإِن لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَأَمْرَتَانِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشَّهَادَةِ أَن
نُصَلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَى وَلَا يَأْبَ الشَّهَادَةُ إِذَا مَدَّ دُعُوهُ
وَلَا قَمَعُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ ضَعِيفًا أَوْ كَبِيرًا إِلَى أَجَلٍ ذِكْرُكُمْ أَقْسَطُ بِنَدِ
اللَّهِ وَقَوْمِ لِلشَّهَادَةِ وَأَدَّتِي لَا فَرْقَابُونَ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بَجْدَةِ حَاصِرَةٍ
فُذِرُوا وَذَهَا بَيْنَكُمْ فَلْيَنْ عَلِيكُمْ جَنَاحُ الْأَ تَكْتُبُوهَا وَشَهِدُوا إِذَا
قَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِن تَقَالُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ
وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٨٢﴾

⁶ Gunawan Wijaya, Lisensi atau Waralaba, 2004, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, hlm. 109

⁷ Op. Cit .,hlm.11

artinya :”Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu melakukan utang-piutang (ber-muamalah tidak secara tunai) untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya, dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan adil. Janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu menrencanakan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu menrencanakan, maka hendaklah walinya menrencanakan dengan jujur, dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). Jika tak ada dua orang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa maka yang seorang mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya, yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah muamalahmu itu), kecuali jika muamalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya, dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu, dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu”.

Untuk menciptakan sistem bisnis waralaba yang islami, diperlukan sistem nilai syariah sebagai filter moral bisnis yang bertujuan untuk menghindari berbagai penyimpangan moral bisnis.⁸ Filter tersebut diantaranya adalah dengan komitmen menjauhi *Gharar* yaitu segala transaksi yang tidak transparan dan tidak jelas sehingga berpotensi merugikan salah satu pihak. Hal ini ditegaskan dalam Firman Allah SWT dalam surat An-Nisa’:29 yaitu

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَ
 وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ عُدْوَانًا وَظُلْمًا فَسَوْفَ () وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا
 نُصَلِّيهِ نَارًا وَكَانَ

⁸ Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, 2008, Ghalia Indonesia, Bogor, hlm. 42

artinya : “ Hai orang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (QS. An-Nisa’;29)

Sebelum krisis moneter 1997, penusaha waralaba di Indonesia umumnya ialah waralaba asing seperti McDonald’s, Kentucky Fried Chicken, Bread talk, pizza Hut, menjual master *Franchise*. *Master franchise* ini berhak untuk mengelola sendiri atau menjual kembali kepada *franchisee* pada suatu teritori (cakupan area) tertentu tergantung kesepakatan.

Kemudian terjadi krisis moneter pada tahun 1997, banyak waralaba asing yang menutup usahanya. Hal ini disebabkan terpuruknya nilai rupiah sehingga *franchise fee* dan *royalty fee* serta biaya bahan baku, peralatan, dan perlengkapan yang dibayar uang dolar menjadi meningkat. Ini menyebabkan waralaba lokal meningkat. Pertumbuhan bisnis waralaba yang cepat di Indonesia tidak lepas dari peran serta merek-merek waralaba lokal seperti Alfamart, Indomaret, Primagama, Roti Buana, Martha tilaar dan Bogasari baking center.⁹

Pada tahun 2013, pertumbuhan waralaba yang terlihat jelas presentase kenaikannya adalah Alfamart yang ada di setiap kota sampai perdesaan. Hal ini terbukti bahwa persentase pendirian Alfamart yang telah tersebar di seluruh Indonesia kurang lebih berjumlah 8557 gerai, 29-30% untuk *franchise* . Pada tahun 2014 ini berencana menambah jumlah gerai Alfamart hingga 1200 unit.¹⁰

Waralaba Alfamart adalah usaha minimarket yang dimiliki dan dioperasikan oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. selaku pemegang merek Alfamart. Alfamart mempunyai motto yaitu “*Belanja puas, Harga Pas*” diwujudkan dalam model bisnis menjual berbagai kebutuhan sehari-hari dengan harga terjangkau.

Ditinjau dari barang-barang yang dijual dalam toko tersebut, Alfamart merupakan usaha minimarket yang menjual berbagai kebutuhan sehari-hari dimana barang-barang yang dijualnya hampir sama dengan barang-barang yang dijual oleh pengusaha perorangan/pemilik warung dan kios-kios yang ada di pasar yang letaknya berdekatan dengan Alfamart itu sendiri, sedangkan ditinjau dari letak pendirian Alfamart, yang tidak jauh dari letak toko-toko kelontong kecil bahkan pasar tradisional,

⁹ Ibid., hlm. 20

¹⁰ Sumber Internet: <http://corporate.alfamartku.com>, diunduh Senin, 1 Desember 2014, pukul 14.05

hal ini berpotensi mengakibatkan adanya beberapa dampak yang berpengaruh pada toko-toko tersebut bahkan pasar tradisional.

Dengan banyaknya gerai Alfamart yang telah berdiri dari kota sampai ke perdesaan, tentu saja hal ini tidak lepas dari peran Pemerintah Daerah yang memberikan izin untuk berdirinya Alfamart. Pemerintah Daerah harus selektif dalam memberikan perizinan agar toko-toko kecil atau pasar tradisional tidak kalah bersaing dengan Alfamart, selain itu Pemerintah Daerah harus mempunyai *bargaining position* dalam memberikan izin pendirian Alfamart, misalnya adanya kemitraan usaha antara Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) setempat dengan toko modern, dimana barang-barang yang dihasilkan oleh UMKM dapat dijual di toko modern khususnya Alfamart. Berdasarkan uraian tersebut maka tim penulis melakukan kajian tentang “ Analisis Perizinan Pendirian Alfamart dan Dampak Negatif terhadap Perusahaan Perorangan”

2. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana proses perizinan gerai Alfamart di Magelang?
- b. Apakah dampak negatif dari keberadaan Alfamart terhadap perusahaan perseorangan di sekitarnya?
- c. Bagaimana upaya untuk menganggulangi dampak negatif tersebut?

3. Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan karya ilmiah ini adalah untuk :

- a. Mengetahui proses perizinan pendirian gerai Alfamart di Magelang.
- b. Mengetahui dampak negatif dari keberadaan Alfamart terhadap perusahaan perseorangan di sekitarnya.
- c. Mengetahui upaya menganggulangi dampak negatif tersebut.

4. Manfaat Penulisan

Manfaat penulisan karya ilmiah ini adalah :

- a. Agar dapat memberikan gambaran kepada pelaku usaha yang akan mengajukan perizinan pendirian Alfamart di Magelang.
- b. Agar dapat diketahui dampak negatif dari pendirian Alfamart terhadap perusahaan perseorangan di sekitarnya.
- c. Agar diketahui upaya dalam menganggulangi dampak negatif tersebut.

5. Metode Penulisan

Metode penulisan yang digunakan dalam penulisan karya ilmiah ini menggunakan metode yuridis normatif dan yuridis empiris.

- a. Metode yuridis normatif ¹¹

Metode ini digunakan untuk menelaah peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perizinan pendirian Alfamart.

- b. Metode yuridis empiris

Metode yang digunakan untuk mengkaji perizinan pendirian Alfamart.

B. PEMBAHASAN

Keberhasilan pembangunan di suatu wilayah dapat diukur dari cepat atau lambatnya pertumbuhan ekonomi setiap tahunnya. Apabila data laju pertumbuhan dari tahun ke tahun menunjukkan adanya percepatan, berarti pembangunan perekonomian mengalami peningkatan, namun percepatan pertumbuhan ekonomi tanpa dibarengi dengan pemerataan kesejahteraan (pengentasan masalah kemiskinan) dan penyediaan lapangan kerja (pengurangan pengangguran), akan menjadi polemik tersendiri bagi pembangunan. Pembangunan dapat dikatakan berhasil apabila laju pertumbuhan ekonominya tinggi, laju inflasinya rendah, penduduk miskin semakin berkurang dan tingkat pengangguran rendah.

Seiring dengan perkembangan ekonomi di Jawa Tengah yang makin membaik, maka perkembangan ekonomi di Kota Magelang tahun 2013 mengalami pertumbuhan ekonomi sebesar 5,91% seperti terlihat pada tabel 1.¹² Perekonomian di Kota Magelang sudah termasuk dalam struktur yang modern, hal ini berdasarkan data Tabel 2 tentang distribusi persentase menurut lapangan usaha di Kota Magelang tahun 2009-2013.¹³ Sektor yang paling dominan adalah jasa-jasa, namun penduduknya sebagian besar bekerja pada sektor perdagangan, industri pengolahan. Pada sektor perdagangan ini dikarenakan banyaknya sentra-sentra perdagangan di Magelang baik yang berskala kecil, menengah maupun besar, serta adanya toko modern berbasis waralaba.

Waralaba pada hakikatnya merupakan sebuah konsep pemasaran dalam rangka memperluas jaringan usaha dengan cepat. Bagi pemula, bisnis waralaba merupakan pilihan untuk berwirausaha dan berekspansi dengan resiko paling kecil. Hal inilah yang kemudian memicu beberapa orang untuk terjun memiliki bisnis sendiri dengan cara *franchise*, yang salah satunya melirik Alfamart yang telah mempunyai jaringan yang luas, nama baik (*goowill*) dan citra (*image*) di masyarakat.

¹¹ Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum*, 2007, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 18

¹² Badan Pusat Statistik kota Magelang, *Produk Domestik Regional Bruto Kota Magelang 2013*, hlm. 13

¹³ *Ibid.*, hlm. 17

Alfamart merupakan salah satu dari toko modern yaitu toko yang menggunakan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Dimana pengelola jaringan minimarket adalah pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha di bidang minimarket melalui satu kesatuan manajemen dan sistem pendistribusian barang ke outlet yang merupakan jaringannya.

1. Proses Perijinan Gerai Alfamart di Magelang

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba mewajibkan setiap waralaba mempunyai Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW) yaitu sebagai bukti pendaftaran yang diperoleh Penerima Waralaba setelah yang bersangkutan mengajukan permohonan STPUW dan memenuhi persyaratan yang ditentukan oleh pemberi waralaba. Berdasarkan Undang-undang nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan bahwa setiap perusahaan yang berkedudukan di Indonesia wajib mendaftarkan perusahaannya (Pasal 7 Undang-undang Nomor 3 Tahun 1982).¹⁴

Di Kota Magelang, perkembangan penerbitan Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) dan Tanda Pendaftaran Perusahaan (TDP) dapat dilihat dalam table berikut:

Tabel 3. Banyaknya Penerbitan SIUP di kota Magelang¹⁵

Klasifikasi Pedagang	2009	2010	2011	2012	2013
1. Pedagang Kecil	263	181	67	68	42
2. Pedagang Menengah	29	15	10	10	10
3. Pedagang Besar	29	9	-	1	0
Jumlah	321	205	77	79	52

Sumber : BPS Kota Magelang.

¹⁴ Abdul Kkadir Muhammad, Hukum Perusahaan Indonesia, 2006, PT. Citra Aditya, Bandung

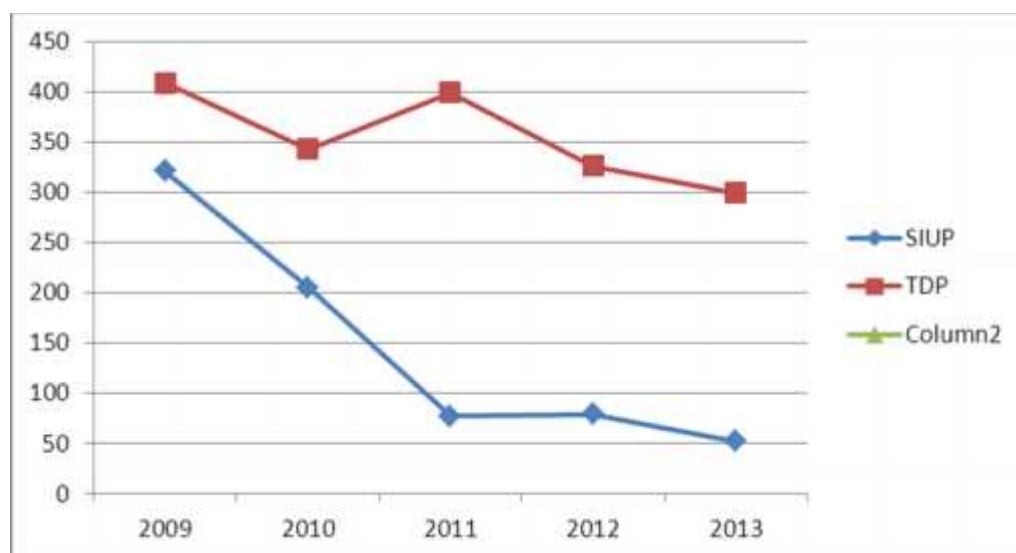
¹⁵ BPS., Kota Magelang dalam Angka 2009, Kota Magelang dalam Angka 2010, Kota Magelang dalam Angka 2011, Kota Magelang dalam Angka 2012, Kota Magelang dalam Angka 2013.

Tabel 4. banyaknya TDP di kota Magelang¹⁶

Jenis Perusahaan	2009	2010	2011	2012	2013
1. PT	31	48	38	40	27
2. Koperasi	11	17	9	11	10
3. CV	80	70	67	82	60
4. FA	2	-	1	0	0
5. Usaha Perorangan	281	205	283	192	201
6. Badan Usaha lainnya	4	3	1	1	1
Jumlah	409	343	399	326	299

Sumber : BPS Kota Magelang.

Grafik perkembangan SIUP dan TDP di Magelang dari tahun 2009-2013



Grafik di atas menggambarkan bahwa penerbitan Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) mengalami penurunan yang sangat drastis dibandingkan penerbitan Tanda Daftar Perusahaan (TDP), meskipun grafiknya juga mengalami penurunan namun tidak signifikan dibandingkan penerbitan SIUP. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah pedagang sebagai perusahaan perorangan yang bertujuan memperoleh keuntungan atau laba yang umumnya digunakan untuk memenuhi nafkah hidup sehari-hari mengalami penurunan pertahunnya dibandingkan dengan Perusahaan seperti PT, Koperasi, CV dan

¹⁶ Ibid., hlm 159

FA. Hal ini menunjukkan bahwa pendirian perusahaan perseorangan tidak sebegitu bergairah dibandingkan dengan pendirian badan usaha.

Persyaratan dari pemberi waralaba (*franchisor*) kepada penerima waralaba (*franchisee*) untuk dapat mendirikan gerai Alfamart yaitu ;

- a. Warga Negara Indonesia (WNI);
- b. Memiliki badan Usaha (PT/CV/Koperasi);
- c. Sudah atau akan mempunyai lokasi usaha yang luas 150-250 m²;
- d. Memenuhi persyaratan perizinan (izin tetangga; izin domisili; SIUP; TDP; NPWP dan NPPKP; STPUW ; IUTM (untuk daerah tertentu);
- e. Bersedia mengikuti system dan prosedur yang berlaku di Alfamart.¹⁷

Disebutkan di atas bahwa pendirian Alfamart harus dipenuhinya syarat-syarat perizinan yaitu diantaranya harus memiliki Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW) yang diperoleh dari Departemen Perdagangan. Syarat mendapatkan STPUW tersebut, *franchisee* harus mendaftarkan perjanjian waralabanya di Departemen Perdagangan selambat-lambatnya 30 hari semenjak perjanjian waralaba tersebut berlaku efektif. Jika *franchisee* lalai untuk melakukan pendaftaran setelah diberikan tiga kali peringatan, maka Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) atau izin-izin usaha sejenis milik *franchisee* dapat dicabut.¹⁸ Penerima waralaba harus berbentuk badan hukum seperti PT/koperasi/CV. Untuk terbitnya Tanda Daftar Perusahaan (TDP), penerima waralaba harus mendaftarkan perusahaannya pada instansi/lembaga Perizinan daerah dimana gerai akan didirikan. Pihak yang wajib melaksanakan pendaftaran waralaba Alfamart ini adalah *franchisor* atau boleh dikuasakan kepada orang lain untuk mendaftar.

Selain melakukan pendaftaran, pemberi waralaba Alfamart juga mewajibkan penerima waralaba Alfamart untuk mempunyai Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), sesuai dengan ketentuan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 289/Mpp/Kep/10/2001 tentang Ketentuan Standart Pemberian Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), oleh karena itu waralaba sebagai salah satu kegiatan usaha perdagangan wajib memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), berdasarkan Peraturan Daerah Kota Magelang Nomor 6

¹⁷ Sumber Internet: <http://waralabaalfamartku.com>, diunduh Jum'at, 5 Desember 2014, pukul 13.50

¹⁸ Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, 2008, Ghalia Indonesia, Bogor, hlm. 93

Tahun 2011 tentang Pengelolaan Pasar Tradisional dan Penataan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern menyebutkan bahwa Alfamart harus mempunyai izin Usaha Toko Modern (IUTM) yaitu izin untuk dapat melaksanakan kegiatan usaha toko modern yang diterbitkan oleh Walikota (Pasal 1 butir 36).

Berdasarkan Pasal 29 ayat (2) huruf b Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2011 kota Magelang, persyaratan IUTM yaitu melampirkan dokumen :

- a. Copy surat izin prinsip dari walikota;
- b. Hasil analisa kondisi social ekonomi masyarakat; serta rekomendasi dari instansi yang berwenang;
- c. Copy surat izin lokasi dari Badan Pertanahan Nasional (BPN) Daerah;
- d. Copy surat Izin Gangguan (HO);
- e. Copy surat izin Mendirikan Bangunan (IMB);
- f. Copy Akte Pendirian Cabang Perusahaan yang dilegalisir
- g. Rencana kemitraan dengan UMKM;
- h. Surat pernyataan kesanggupan melaksanakan dan mematuhi ketentuan yang berlaku.

Apabila terjadi pemindahan lokasi usaha pada toko modern, pengelola perusahaan wajib mengajukan permohonan izin baru (Pasal 30 ayat (2) Perda no 6 tahun 2011).

Dari uraian tersebut, dapat diketahui bahwa pendirian gerai Alfamart mempunyai beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh penerima waralaba (*franchisee*) yaitu dari pemberi waralaba (*franchisor*) dan dari Pemerintah Daerah yang memiliki kebijaksanaan sesuai Daerah masing-masing dimana antara daerah satu dengan yang lain berbeda.

2. Dampak Negatif Dari Keberadaan Alfamart Terhadap Perusahaan Perseorangan Disekitarnya

Dari perkembangan minimarket di Indonesia, mengalami kenaikan dari tahun ke tahun yaitu tahun 2011 sebesar 25.2%, tahun 2012 sebesar 27.8% dan pada tahun 2012 sebesar 29.7%, sedangkan untuk Alfamart di Indonesia pada tahun 2012 mengalami kenaikan sebesar 28.4%, jumlah gerai perseroan dan entitas anaknya bertambah sebanyak 1587 gerai atau 20,57% menjadi 9302 gerai (2012: 7715 gerai) terdiri dari 8557 gerai perseroan (2012: 7063 gerai) dan 745

gerai entitas anaknya (2012: 652 gerai), sekitar 84,64% (2012: 88,36%) gerai perseroan dan entitas anaknya berada di Jawa dan 15,36% (2012: 11,64%) berada di luar Jawa (Sumatra, Kalimantan, Sulawesi, Bali dan Lombok). Sedangkan gerai Alfamart yang ada di Magelang sekarang berjumlah sebanyak 17 gerai yang tersebar 11 gerai berada di Kota Magelang dan 6 gerai di Kabupaten Magelang.¹⁹

Pengambilan data yang dilakukan oleh tim di lapangan yaitu mengadakan wawancara langsung dengan 25 pedagang kelontong/pedagang retail yang berjualan di dekat Alfamart, didapatkan fakta bahwa rata-rata pendapatan yang mereka dapatkan perbulan mengalami penurunan semenjak adanya gerai Alfamart yaitu kurang lebih sebesar 20-30% setiap bulannya bahkan ada yang beralih dari pemilik warung kelontong menjadi penjual bensin eceran. Hal ini disebabkan letak gerai Alfamart yang sangat dekat dengan toko mereka dan bahkan ada gerai Alfamart berada di lingkungan pasar Tradisional.

Beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam hal penataan toko modern khususnya Alfamart oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Magelang yaitu pemberian izin serta harus memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat dan keberadaan pasar tradisional serta toko modern yang akan didirikan. Kurang koordinasinya lembaga yang terkait atau masih terkotak-kotaknya antar Dinas atau Instansi pemerintah dalam proses survey dan pengeluaran izin pendirian toko modern menyebabkan kurang diperhatikannya nasib pedagang kecil yang berada didekat toko modern yang menyebabkan ketimpangan sosial dan ekonomi.

Kurangnya koordinasi antar instansi juga dapat mengakibatkan timbulnya perizinan yang tidak sesuai dengan ketentuan undang-undang dalam pendirian toko modern. Hal ini terlihat dari kasus yang terjadi di Magelang yaitu adanya gerai Alfamart yang telah berdiri dan telah buka untuk beberapa waktu, kemudian diketahui dan terbukti bahwa izin yang dimilikinya tidak sesuai dengan ketentuan Peraturan Daerah tentang Pendirian Toko Modern, maka

¹⁹ Op.cit., diunduh Selasa, 2 Desember 2014, pukul 13.00

kemudian Alfamart tersebut ditutup karena tidak mempunyai perizinan pendirian Alfamart melainkan hanya mempunyai perizinan rumah makan.

Penataan toko modern di Kota Magelang kurang memperhatikan jarak lokasi antara toko modern yang satu dengan toko modern yang lain sehingga antara toko modern yang satu dengan yang lain masih dalam lokasi yang sama menyebabkan pedagang kecil/pemilik warung di sekitar yang dirugikan bukan hanya mengurangi pendapatannya tapi juga ada yang tutup dan beralih dari toko kelontong menjadi penjual bensin eceran, hal ini disebabkan kalah bersaing dalam memberikan harga dan dalam memberikan pelayanan dibanding dengan minimarket Alfamart. Jika dilihat dari sisi pelaku usahanya sendiri yaitu antara minimarket dengan toko kelontong menimbulkan persaingan usaha dapat berimplikasi positif dan negatif yang menyebabkan dalam sistem ekonomi tidak kompetitif.

Adanya jarak yang sangat berdekatan antar minimarket bisa berdampak negatif karena mereka akan berlomba-lomba untuk mendapatkan konsumen yang banyak dengan cara program diskon melalui kartu anggota (*member card*) dan program diskon produk pada bulan-bulan tertentu, sehingga efeknya juga akan berdampak pada pengusaha kecil di sekitar minimarket, karena dengan modal yang kecil tidak akan bisa bersaing dengan minimarket tersebut. Ini merupakan salah satu indikator persaingan tidak sehat yaitu persaingan usaha yang dilakukan dengan cara menghambat terjadinya persaingan di antara pelaku usaha dimana yang melihat kondisi pasar yang tidak sehat (Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat).

Struktur pasar dalam islam haruslah berdasarkan kerjasama dan tolong menolong (*taa'wun*), bukan persaingan, karenanya kata "persaingan" tidak tepat digunakan dalam perdagangan islam, karenanya sistem perdagangan islam lebih tepat menggunakan kata "mitra kerja sama" untuk melakukan pekerjaan yang lebih baik. Bahwa dalam islam menegakkan sistem pasar pada kondisi persaingan yang sempurna (*perfect competition*), yaitu persaingan yang mendasarkan atas penawaran dan permintaan tanpa intervensi dari pihak manapun. Kerja sama bukan persaingan harus menjadi dasar dalam aktivitas

ekonomi, sebab dari dasar ilmiah terbentuknya perilaku (*behavior*) dan struktur (*structure*) pasar yang ideal. Dilihat dari sudut perilaku (*behavior/akhlaq*) Islam sangat menekankan setiap aktivitas kehidupan termasuk dalam melakukan usaha adalah bagian dari ibadah, karenanya bekerja dan berusaha harus didasari nilai-nilai ketuhanan yang menghendaki kejujuran, transparansi serta saling menghargai.²⁰

Seperti dalam Alquran surat Al maidah (5): 9 dan Hadits Rasulullah

وَعَدَ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ لَهُمْ مَغْفِرَةٌ وَأَجْرٌ عَظِيمٌ

artinya : “ Allah telah berjanji kepada orang yang beriman dan melakukan pekerjaan yang baik bahwa bagi mereka ampunan Allah dan ganjaran yang besar.”

Hadits Rasulullah :

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ: أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ: (عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ) رَوَاهُ الْبَرَّاءُ، وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ.

artinya : Dari Rifa'ah Ibnu Rafi' bahwa Nabi Shallallaahu 'alaihi wa Sallam pernah ditanya: Pekerjaan apakah yang paling baik?. Beliau bersabda: "Pekerjaan seseorang dengan tangannya dan setiap jual-beli yang bersih." Riwayat al-Bazzar. Hadits shahih menurut Hakim.

Dari uraian diatas, diketahui oleh penulis bahwa dampak negatif yang ditimbulkan akibat dari pendirian toko modern yang berada dekat dengan toko kelontong/perusahaan perorangan dan berada di wilayah di pasar tradisional yaitu bahwa dalam proses penerbitan izin dari Pemerintah Daerah kurang memperhatikan jarak antara toko modern yang satu dengan yang lain dan antara toko modern dengan toko kelontong dimana faktor sosial ekonominya kurang diperhatikan. Sehingga pihak yang paling dirugikan adalah toko-toko kelontong kecil disebabkan kalah bersaing dengan minimarket yang berada di dekatnya

²⁰ Mustafa Kamal Rokan, Hukum Persaingan Usaha, 2012, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, hlm. 36

baik dalam segi modal dan pelayanan, apalagi jika antara minimarket yang satu dengan yang lain masih dalam lokasi yang sama. Hal ini menyebabkan adanya penurunan pendapatan yang diperoleh perbulan bahkan ada toko yang beralih usaha dari toko kelontong menjadi penjual bensin eceran.

3. Upaya Menganggulangi Dampak Negatif Dari Keberadaan Alfamart Terhadap Perusahaan Perseorangan Disekitarnya

Upaya pemerintah Kota Magelang untuk mengatasi semakin banyaknya toko modern maka dikeluarkan kebijakan dari Walikota yaitu dengan membatasi jumlah toko modern di Kota Magelang yaitu hanya 20 gerai. Hal ini tentu saja sangat membantu pedagang kecil atau perusahaan perseorangan yang ada di Kota Magelang.

Selain itu juga digalakkan program kemitraan usaha antara toko modern dengan UMKM yang ada di wilayah Kota Magelang dalam hal kerjasama pemasaran yaitu dalam bentuk:

- a. Memasarkan barang produk UMKM yang dikemas atau dikemas ulang (repacking) dengan merek pemilik barang, toko modern atau merek lain yang disepakati dalam rangka meningkatkan nilai jual barang; atau
- b. Memasarkan produk hasil UMKM melalui *etalase* atau *outlet* dari toko modern.

Serta dikeluarkan kebijakan yang baru-baru ini dilaksanakan yaitu bahwa toko modern tidak boleh buka selama 24 jam, maka jika ada toko modern yang masih memasang tanda buka 24 jam akan dicopot oleh Satpol PP. Hal ini dimaksudkan karena di Kota Magelang terdapat pasar tradisional yang buka di malam hari (pasar malam) sehingga memberikan peluang bagi para pedangang di pasar tradisional untuk lebih meningkatkan penghasilannya.

Masalah perijinan toko modern, ada beberapa instansi yang terkait dalam hal pemberian perijinannya, yaitu Pemerintah setempat dengan persetujuan Bupati/Walikota, Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPMPPPT). Adanya koordinasi beberapa dinas/instansi dalam memberikan dan pengeluaran izin tersebut sangat penting, karena untuk kepastian hukum dan dalam hal penataan letak toko modern dengan pengusaha perseorangan bahkan pasar tradisional.

Beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam analisa kondisi sosial ekonomi masyarakat dan keberadaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan

toko modern berdasarkan pasal 20 ayat (3) Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2011 Kota Magelang meliputi:

- a. Struktur penduduk menurut mata pencaharian dan pendidikan;
- b. Tingkat pendapatan ekonomi rumah tangga;
- c. Kepadatan penduduk;
- d. Pertumbuhan penduduk;
- e. Kemitraan dengan UMKM lokal;
- f. Penyerapan tenaga kerja lokal;
- g. Ketahanan dan pertumbuhan pasar tradisional sebagai sarana bagi UMKM lokal;
- h. Keberadaan fasilitas sosial dan fasilitas umum yang sudah ada;
- i. Dampak positif dan negatif yang diakibatkan oleh pusat perbelanjaan dan toko modern dengan pasar tradisional yang telah ada sebelumnya;
- j. Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

Beberapa hal yang harus dipertimbangkan dalam hal pendirian toko modern atau pusat perbelanjaan yaitu:

- a. Lokasi pusat perbelanjaan dan toko modern dengan pusat perbelanjaan dan toko modern atau pasar tradisional yang sudah ada sebelumnya;
- b. Iklim usaha yang sehat antara pusat perbelanjaan dan toko modern dengan pasar tradisional;
- c. Aksesibilitas wilayah (arus lalu lintas);
- d. Dukungan/ketersediaan infrastruktur; dan
- e. Perkembangan pemukiman baru.

Pemberian izin bagi toko modern seharusnya memperhatikan peraturan daerah yang berlaku yang telah memuat ketentuan adanya syarat yang harus diperhatikan yaitu penentuan jarak lokasi antara toko modern satu dengan yang lainnya. Untuk itu perlu adanya koordinasi dari beberapa instansi/dinas dalam hal pemberian izin pendirian toko modern di Magelang.

C. PENUTUP

1. Kesimpulan

Waralaba pada hakikatnya merupakan sebuah konsep pemasaran dalam rangka memperluas jaringan usaha dengan cepat. Alfamart merupakan salah satu dari toko modern yaitu toko yang menggunakan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis

barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.

a. Pemberian perizinan dari pemberi waralaba (franchisor) kepada penerima waralaba (franchisee) untuk mendirikan gerai Alfamart, membutuhkan beberapa syarat yaitu ;

- 1) Warga Negara Indonesia (WNI);
- 2) Memiliki badan Usaha (PT/CV/Koperasi);
- 3) Sudah atau akan mempunyai lokasi usaha yang luas 150-250 m²
- 4) Memenuhi persyaratan perijinan (ijin tetangga; ijin domisili; SIUP; TDP; NPWP dan NPPKP; STPUW ; IUTM (untuk daerah tertentu) bersedia mengikuti system dan prosedur yang berlaku di Alfamart.

Berdasarkan Pasal 29 ayat (2) huruf (b) Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2011 Kota Magelang, persyaratan IUTM yaitu melampirkan dokumen :

- 1) Copy surat izin prinsip dari walikota;
- 2) Hasil analisa kondisi social ekonomi masyarakat; serta rekomendasi dari instansi yang berwenang;
- 3) Copy surat izin lokasi dari Badan Pertanahan Nasional (BPN) Daerah;
- 4) Copy surat Izin Gangguan (HO);
- 5) Copy surat izin Mendirikan Bangunan (IMB);
- 6) Copy Akte Pendirian Cabang Perusahaan yang dilegalisir;
- 7) Rencana kemitraan dengan UMKM;
- 8) Surat pernyataan kesanggupan melaksanakan dan mematuhi ketentuan yang berlaku.

b. Dari 25 pengusaha kecil yang di wawancarai tersebut, hampir 90% menyatakan berdirinya Toko Swalayan Alfamart mempunyai dampak negatif terhadap usaha mereka yaitu berupa :

- 1) Penghasilan atau omzet penjualan menjadi turun drastis
- 2) Banyak usaha kecil yang tutup atau tidak berjualan lagi karena kalah bersaing dalam harga dan pelayanan dengan swalayan Alfamart
- 3) Biaya Rumah tangga mereka terancam, karena sebelumnya warung tersebut merupakan mata pencaharian untuk biaya kehidupan sehari hari.

c. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah Kota Magelang yaitu mengadakan program kemitraan usaha antara toko modern dengan UMKM yang ada di

wilayah Kota Magelang dalam hal kerjasama pemasaran yaitu dalam bentuk:

- 1) Memasarkan barang produk UMKM yang dikemas atau dikemas ulang (repacking) dengan merek pemilik barang, toko modern atau merek lain yang disepakati dalam rangka meningkatkan nilai jual barang; atau
- 2) Memasarkan produk hasil UMKM melalui *etalase* atau *outlet* dari toko modern, serta dikeluarkan kebijakan yang baru-baru ini dilaksanakan yaitu bahwa toko modern tidak boleh buka selama 24 jam, maka jika ada toko modern yang masih memasang tanda buka 24 jam akan dicopot oleh Satpol PP.

Terkait Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2011 Kota Magelang yaitu:

- 1) Lokasi pusat perbelanjaan dan toko modern dengan pusat perbelanjaan dan toko modern atau pasar tradisional yang sudah ada sebelumnya;
- 2) Iklim usaha yang sehat antara pusat perbelanjaan dan toko modern dengan pasar tradisional;
- 3) Aksesibilitas wilayah (arus lalu lintas);
- 4) Dukungan/ketersediaan infrastruktur; dan
- 5) Perkembangan pemukiman baru.

2. Rekomendasi

Saran yang dapat diajukan dalam upaya melindungi usaha perorangan di tengah-tengah persaingan usaha dengan modal besar seperti *franchise* agar usaha perorangan mampu bersaing dengan toko modern, yaitu:

- a. Perlu segera di buat regulasi tentang tata ruang pendirian toko modern yang lebih spesifik seperti jarak pendirian toko modern dengan toko modern lainnya;
- b. Perlu dilakukan peningkatan manajemen penjualan usaha perorangan dengan cara memberi pembinaan pada usaha kecil agar mampu bersaing dengan toko modern;
- c. Perlu tindak lanjut undang undang nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat agar antara usaha perorangan kecil dengan toko modern dapat berjalan secara adil (*fair*).
- d. Adanya kebijakan Pemerintah supaya barang-barang dari UMKM yang dijual di toko modern mempunyai nama berdasarkan UMKM tersebut dalam hal telah mendapat izin dari Departemen Perindustrian dan Perdagangan, bukan hanya dikemas ulang dengan nama toko modern tersebut.

Tabel 5. Minimarket yang ada di kota Magelang

No.	Nama Toko	Alamat	Kelurahan	Nama Perusahaan
1	Alfamart	Jl. Perintis Kemerdekaan	Kramat Utara	PT Sumber Alfaria Tri Jaya
2	Indomaret	Jl. Perintis Kemerdekaan	Kramat Utara	PT Indomarco Prismatama
3.	Alfamart	Jl. Jend A.Yani	Kedungsari	PT Sumber Alfaria Tri Jaya
4.	Indomaret	Jl. Jend A.Yani	Kedungsari	PT Indomarco Prismatama
5.	Indomaret	Jl. S Parman	Potrobangsari	PT Indomarco Prismatama
6.	Alfamart	Jl. Urip Sumoharjo	Wates	PT Sumber Alfaria Tri Jaya
7.	Alfamart	Jl. Abimanyu	Gelangan	CV Rizki Abadi
8.	Alfamart	Jl. Pahlawan	Magelang	PT Sumber Alfaria Tri Jaya
9.	Indomaret	Jl. Pahlawan	Magelang	PT Indomarco Prismatama
10	Alfamart	Jl Sigaluh/Majapahit	Panjang	PT Sumber Alfaria Tri Jaya
11.	Indomaret	Jl. Sigaluh/Majapahit	Panjang	PT Indomarco Prismatama
12.	Alfamart	Jl. Sriwijaya	Rejowinangun utara	PT Sumber Alfaria Tri Jaya
13.	Indomaret	Jl. Singosari	Rejowinangun utara	PT Indomarco Prismatama
14	Alfamart	Jl. Singosari	Rejowinangun utara	PT Sumber Alfaria Tri Jaya
15	Alfamart	Jl. Beringin	Tidar utara	PT Sumber Alfaria Tri Jaya
16	Indomaret	Jl. Ikhlas	Magersari	PT Indomarco Prismatama
17	Indomaret	Jl. Senopati	Jurangombo utara	PT Indomarco Prismatama
18	Indomaret	Jl. Gatot Subroto	Jurangombo selatan	PT Indomarco Prismatama
19	Alfamart	Jl. Sultan Agung	Jurangombo selatan	PT Sumber Alfaria Tri Jaya
20	Alfamart	Jl. Gatot Subroto	Jurangombo selatan	PT Sumber Alfaria Tri Jaya

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan kota Magelang

Tabel 6. Toko Modern yang memiliki Perizinan di wilayah Kabupaten Magelang

No.	Nama Toko Modern	Alamat
1	Supermarket & Restaurant PT Rejotumoto Aji (Giant)	Jl. Gatot subroto Km.1 Pakelsari Bulurejo Kec Mertoyudan
2	PT. Mekar Armada Jaya Plaza dan Hotel (ARTOS)	Jl. Bambang Soegeng no. 7 Banyurojo Kec. Mertoyudan
3	CV. Dwi Putra Prima (Toko Lares)	Jl. Pemuda No. 55 Kecamatan Muntilan
4	CV. Family Putra Agung (Toko Family)	Ruko Prayudan Permai no. A-7 Kec. Mertoyudan
5	PT. Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart Muntilan)	Jl. Pemuda Barat Pucungrejo Kec. Muntilan
6	PT.Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart Blabak)	Jl. Magelang-Yogya desa Mungkid Kec. Mungkid
7	PT Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart pasar Tempuran)	Jl. Magelang-Purworejo Km.10 Depan Pasar Jambu desa sidoagung Kec. Tempuran
8	PT. Sumber Afaria Trijaya (Alfamart Borobudur)	Jl. Pramudya Wardani RT.04 RW.04 Desa Borobudur Kec. Borobudur
9	PT.SUmer Alfaria Trijaya (Alfamart Salaman)	Jl. Raya Salaman kec. salaman
10	PT.SUmer Alfaria Trijaya (Alfamart Mertoyudan)	Jl. Pramudyan Wardani (Metrosquere)mLingkungan santan baru kel.Sumberejo Kec. Sumberejo Kec. Mertoyudan
11	PT. Indomarco Prismatama (Indomaret Grabag)	Jl. Raya Grabag kec. Grabag
12	PT. Indomarco Prismatama (Indomaret Borobudur)	Jl. Pramudya Wardani Kecamatan Borobudur
13	PT. Indomarco Prismatama (Indomaret Mertoyudan)	Jl. Magelang-Jogya Kecamatan Mertoyudan
14	PT. Indomarco Prismatama (Indomaret Secang)	Jl raya secang Temanggung Kec. Secang
15	PT. Indomarco Prismatama (Indomaret Muntilan)	Jl. Pemuda no. 63 Pucungrejo Kec. Muntilan
16	PT. Indomarco Prismatama (Indomaret Mungkid)	Jl. Magelang-Yogyakarta Ruko BB Squire Ds. Mungkid Kec. Mungkid

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan kabupaten Magelang

Tabel.7 Hasil Survey Toko Kelontong Disekitar Alfamart

No	Nama	Alamat	Sepakat	Tidak Sepakat	Pendapatan /bulanSebelum adanya Alfamart	Pendapat /bulan Sesudah Adanya Alfamart	Penuruna Pendapatan (%)
1	Nur Janah	Jl. Raya Blabak		Tidak Sepakat	Rp. 15.000.000,00	Rp. 10.000.000,00	33.33
2	Jumilah	Jl. Raya Blabak no. 28		Tidak Sepakat	Rp. 1.200.000,00	Rp. 600.000,00	50
3.	Maryati	Jl. Raya Blabak		Tidak Sepakat	Rp. 1.500.000,00	Rp. 1.200.000,00	20
4.	Bu. Narmi	Blabak, Mungkid	Sepakat		Rp. 2.500.000	Rp. 2.000.000,00	20
5.	H. sri Mulyani	Blabak, Mungkid		Tidak Sepakat	Rp. 1.500.000,00	Rp. 900.000,00	40
6.	Bu. Darsuni	Jl. Raya Blabak		Tidak Sepakat	Rp. 3000.000,00	Rp. 1.500.000,00	50
7.	Hengki	Jl.Pasar, no.19 Blabak, Mungkid		Tidak Sepakat	Rp. 3000.000,00	Rp. 1.500.000,00	50
8.	Popy	Jl. Raya Blabak	Sepakat		Rp. 3000.000,00	Rp. 3000.000,00	0
9.	Eka	Jl. Sawangan, Blabak, Magelang		Tidak Sepakat	Rp. 5000.000,00	Rp. 2000.000,00	60
10.	Sudarwan	Jl. Sawangan no. 2 Balabk		Tidak Sepakat	Rp. 10.000.000,00	Rp. 5.000.000	50
11.	Mekar Sari	Jl. Raya Salaman		Tidak Sepakat	Rp. 1000.000,00	Rp. 1000.000,00	0
12.	Sulasman	Jl. Raya Salaman		Tidak Sepakat	Rp. 1.500.000,00	Rp. 1000.000,00	33.33
13.	tejo	Jl. Raya Salaman		Tidak Sepakat	Rp.750.000,00	Rp.500.000,00	33.33
14.	Marno	Jl. Raya Salaman		Tidak Sepakat	Rp. 1.250.000,00	Rp.1.000.000,00	20
15.	Retno	Jl.Raya Salaman		Tidak Sepakat	Rp.900.000,00	Rp.700.000,00	22.22
16.	Painah	Jl. Raya Salaman		Tidak Sepakat	Rp.500.000,00	Rp.300.000,00	40
17.	Parjo	Jl. Raya Salaman		Tidak Sepakat	Rp.2000.000,00	Rp.1.500.000,00	25
18.	budi	Jl. Raya Salaman		Tidak Sepakat	Rp. 3.500.000,00	Rp.2.000.000,00	42.85
19.	Rahman	Jl.		Tidak sepakat	Alih usaha	Alih usaha	-

20.	Rita	Jl.		Tidak Sepakat	Rp.1.000.000,00	Rp.600.000,00	40
21.	Parman			Tidak Sepakat	Allih Usaha	Alih Usaha	-
22.	Dwi			Tidak Sepakat	Rp.3.000.000,00	Rp.2.000.000,00	33.33
23.	Marminah			Tidak Sepakat	Rp.2.000.000,00	Rp.1.500.000,00	25
24.	Sularti			Tidak Sepakat	Rp.1.000.000,00	Rp.700.000,00	30
25.	Dewi			Tidak Sepakat	Rp.1.500.000,00	Rp.1.000.000,00	33.33

DAFTAR PUSTAKA

Buku – Buku

- Adrian Sutedi, 2008, *Hukum Waralaba*, Penerbit Grialia Indonesia, Bogor Selatan.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Magelang, 2013, *Kabupaten Magelang Dalam Angka 2013*, TM Adversiting, Magelang
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Magelang, 2014, *Kabupaten Magelang Dalam Angka 2014*, TM Adversiting, Magelang
- Badan Pusat Statistik kota Magelang, 2010, *Kota Magelang Dalam Angka 2010*, TM Adversiting, Magelang
- Badan Pusat Statistik kota Magelang, 2012, *Kota Magelang Dalam Angka 2012*, TM Adversiting, Magelang
- Badan Pusat Statistik kota Magelang, 2013, *Kota Magelang Dalam Angka 2013*, TM Adversiting, Magelang
- Badan Pusat Statistik Kota Magelang, 2013, *Produk Domestik Regional Bruto Kota Magelang 2013*.
- Bambang Sunggono, 2007, *Metodologi Penelitian Hukum*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Gunawan Widjaja, 2002, *Lisensi atau Waralaba*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Gunawan Widjaja, 2003, *Waralaba*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Mustafa Kamal Rokan, 2012, *Hukum Persaingann Usaha: Teori Dan Praktiknya Di Indonesia*, Rajawali Press, Jakarta.

A. Perundang - Undangan

Peraturan Daerah Kota Magelang Nomor 6 tahun 2011 *tentang pengelolaan pasar tradisional dan penataan pembinaan pusat pembelanjaan dan toko modern*

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-DAG/ PER / 2006 *tentang ketentuan dan tata cara penerbitan surat tanda pendaftaran usaha waralaba.*

Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 31/M-DAG/ PER /8/ 2008 *tentang penyelenggaraan waralaba.*

Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang *Waralaba.*

Undang – undang nomor 3 tahun 1982 *tentang wajib daftar perusahaan.*

Undang – undang nomor 5 tahun 1999 *tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.*

B. Website

Sumber Internet : [http:// Corporate. alfamartku.com](http://Corporate.alfamartku.com) , diunduh senin 2014, pukul 14.05

Sumber Internet : [http:// Waralaba. alfamartku.com](http://Waralaba.alfamartku.com) , diunduh Jum'at 2014, pukul 13.50