



## **Peningkatan Kemitraan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Pusat Perbelanjaan di Jakarta melalui Konversi Penyediaan Lokasi Usaha menjadi Even Pameran**

**<sup>1</sup>Saraswati,<sup>2</sup>Bani Pamungkas**

<sup>1</sup>Biro Perekonomian Setda Provinsi DKI Jakarta)

<sup>2</sup>Anggota Komite Harmonisasi Regulasi Tim Gubernur untuk Percepatan Pembangunan Provinsi DKI Jakarta, Universitas Bakrie

e-mail : [saras9920051@gmail.com](mailto:saras9920051@gmail.com), [bani.pamungkas@bakrie.ac.id](mailto:bani.pamungkas@bakrie.ac.id)

### **Abstrak**

Program Pengembangan Kewirausahaan Terpadu yang pesertanya saat ini berjumlah 61.000 UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Jakarta membutuhkan ruang usaha. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti efektivitas kemitraan antara pusat perbelanjaan dan UMKM dalam bentuk penyediaan lokasi usaha sebanyak 20% sebagai amanat Peraturan Daerah Provinsi DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta. Metode penelitian adalah metode kualitatif melalui pengamatan langsung ke 82 pusat perbelanjaan di Jakarta tahun 2002 sampai dengan 2015. Hasil penelitian menunjukkan kemitraan antara pusat perbelanjaan dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Jakarta dalam bentuk penyediaan lokasi usaha sebanyak 20% dari luas efektif saat ini belum optimal. Dari 82 mal/pusat perbelanjaan di Jakarta baru 50% yang memenuhi kewajiban penyediaan lokasi usaha tersebut, sedangkan jumlah UMKM di Jakarta saat ini makin meningkat yang membutuhkan ruang untuk pemasaran produknya. Penelitian ini merekomendasikan diperlukannya pengaturan baru terkait penyediaan ruang usaha untuk UMKM dengan mengubah luas usaha menjadi jumlah UMKM yang dibina dalam bentuk even-even pameran yang tematik. Pengaturan ini disarankan dalam bentuk Peraturan Gubernur tentang Kemitraan.

**Kata Kunci:** Kemitraan; UMKM; Pusat Perbelanjaan

### *Improving MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) Partnership with Shopping Centers in Jakarta through the Conversion of Provision of Business Locations into Exhibition Events*

#### **Abstract**

The Integrated Entrepreneurship Development Program, whose participants currently number 61,000 MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) in Jakarta, requires business space. This study aims to examine the effectiveness of partnerships between shopping centers and MSMEs in the form of providing business locations by as much as 20% as mandated by the Provincial Regulation of the Province of DKI Jakarta Number 2 of 2002 concerning Private Market. The research method is a qualitative method through direct observation to 82 shopping centers in Jakarta from 2002 to 2015. The results show the partnership between shopping centers and Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Jakarta in the form of providing business locations as much as 20% of the effective area is currently not optimal. There are only 50% of the 82 malls/shopping centers in Jakarta have fulfilled the obligation to provide these business locations, while the number of MSMEs in Jakarta is continuously increasing and requiring more space for marketing their products. New arrangements are needed regarding the provision of business space for MSMEs, by changing the area of business into thematic exhibition events as well as requiring shopping centers to foster a number of MSMEs to participate in the event. These arrangements are recommended in the form of a Governor Regulation on Partnership.

**Keywords:** Partnership; MSMEs; Shopping center

## A. PENDAHULUAN

Sebagai upaya untuk melindungi Usaha Mikro dan Usaha Kecil di tengah persaingan dengan ritel besar, pemerintah menerbitkan Peraturan Presiden Nomor 112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Dalam Pasal 4 disebutkan salah satu persyaratan pendirian pusat perbelanjaan dan toko modern yaitu harus memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat dan keberadaan pasar tradisional, usaha kecil dan usaha menengah yang ada di wilayah dimana pasar modern tersebut hendak dibangun. Dalam pasal 13 juga disebutkan bahwa salah satu syarat penerbitan IUPP (Izin Usaha Pusat Perbelanjaan) dan IUTM (Izin Usaha Toko Moderen) harus menyertakan rencana kemitraan dengan usaha kecil. Pola kemitraan pusat perbelanjaan dan toko swalayan dengan pasar tradisional/pasar rakyat diperjelas dalam Permendag 70 tahun 2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Moderen, di mana kemitraan diwujudkan dalam bentuk kerjasama pemasaran, penyediaan lokasi/ruang usaha, dan penyediaan pasokan, namun bentuk kemitraan dalam bentuk penyediaan lokasi/ruang usaha tidak diatur secara detail dalam Permendag 70 tahun 2013 sehingga pemerintah daerah tidak mendapatkan aturan baku mengenai pengaturan ruang usaha untuk UMKM di pusat perbelanjaan dan toko swalayan.

Di sisi lain kondisi mal/pusat perbelanjaan di Jakarta makin sepi yang disinyalir disebabkan oleh perubahan pola konsumsi masyarakat yang lebih cenderung berwisata ketimbang belanja kebutuhan sekunder. Penelitian ini bertujuan untuk mencari alternatif pemenuhan lokasi usaha di pusat perbelanjaan untuk UMKM yang merupakan konsep yang saling menguntungkan baik bagi UMKM maupun bagi pusat perbelanjaan. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti efektivitas kemitraan antara pusat perbelanjaan dan UMKM dalam bentuk penyediaan lokasi usaha sebanyak 20% sebagai amanat Peraturan Daerah Provinsi DKI Jakarta Nomor 2 Tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta. Metode penelitian adalah metode kualitatif melalui pengamatan

langsung ke 82 pusat perbelanjaan di Jakarta tahun 2002 sampai dengan 2015

## B. PEMBAHASAN

Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta yang mengatur penyediaan ruang usaha untuk UMKM di pusat perbelanjaan sebanyak 20% dari luas efektif pusat perbelanjaan ternyata sulit dipenuhi oleh pihak pusat perbelanjaan dengan alasan biaya investasi yang sangat besar tidak dapat kembali jika 20% dari luas efektif diperuntukkan untuk UMKM/IKM. Dari 82 mal/pusat perbelanjaan di Jakarta baru 50% yang memenuhi kewajiban penyediaan lokasi usaha tersebut, sedangkan jumlah UMKM di Jakarta saat ini makin meningkat yang membutuhkan ruang untuk pemasaran produknya. Saat ini pemerintah Jakarta memiliki peraturan baru terkait perpasaran yaitu Peraturan Daerah Provinsi DKI Jakarta nomor 2 tahun 2018 tentang Perpasaran, namun pengaturan penyediaan ruang usaha untuk UMKM masih sama dan belum dapat dipenuhi oleh mal.

Data pemenuhan kewajiban penyediaan lokasi usaha untuk UMKM di pusat perbelanjaan di Jakarta sejak tahun 2002 hingga 2015 seperti diperlihatkan pada tabel 1 menunjukkan dari total kewajiban pemenuhan ruang usaha untuk UMKM di

- K = Jumlah UMKM yang harus dibina dan menjadi mitra Pusat Perbelanjaan setiap tahunnya hasil konversi.
- L = Luas efektif lantai usaha Pusat Perbelanjaan
- LLU = Luas lantai usaha yang diperuntukkan bagi UMKM

pusat perbelanjaan sebesar 230.788 m<sup>2</sup> ternyata baru dipenuhi sebanyak 30% saja atau sebesar 70.543 m<sup>2</sup>. Lebih dari 60% pemenuhan ruang ini tidak terpenuhi yang menyebabkan ruang pemasaran untuk UMKM di Jakarta tidak optimal. Saat ini terdapat 54.000 UMKM binaan pemerintah provinsi DKI Jakarta yang membutuhkan ruang usaha.

Tabel 1  
 Rekap Pemenuhan Kewajiban Pusat Perbelanjaan/Mal dalam Penyediaan

Lokasi Usaha bagi UMKM Tahun 2002-2015

NO	TAHUN	LUAS LAHAN (M2)	KEWAJIBAN 20% (M2)	REALISASI (M2)	SISA KEWAJIBAN YANG BELUM DIPENUHI (M2)
1	2002	-	-	-	-
2	2003	-	-	-	-
3	2004	-	-	-	-
4	2005	37,882.0	7,576.0	7,000.0	576.0
5	2006	344,820.9	68,964.2	11,684.0	57,280.2
6	2007	54,650.2	10,930.0	8,947.0	2,983.0
7	2008	60,124.0	12,025.0	2,000.0	10,025.0
8	2009	173,782.3	34,756.5	6,961.0	27,795.5
9	2010	164,227.7	32,845.5	10,340.6	22,504.9
10	2011	11,668.4	2,333.7	2,333.7	(0.0)
11	2012	107,788.5	21,558.0	3,812.0	17,746.0
12	2013	69,492.2	13,898.0	6,649.4	7,248.6
13	2014	144,273.7	28,854.7	10,661.3	18,193.4
14	2015	3,605.1	721.0	154.4	566.6
Jumlah		1,172,314.9	230,788.0	70,543.3	160,244.7

Sumber: Biro Perekonomian Setda Provinsi DKI Jakarta

Untuk memenuhi kewajiban penyediaan lokasi usaha di pusat perbelanjaan bagi UMKM dapat digunakan konversi dari luas usaha menjadi jumlah UMKM yang dibina dalam bentuk pemasaran/ even yang sifatnya tematik dan menarik pengunjung datang ke mal. Kewajiban penyediaan ruang usaha ditentukan melalui konversi luas area yang wajib disediakan menjadi jumlah UMKM/IKM yang harus dibina dan menjadi mitra, berdasarkan perhitungan sebagai berikut:

$$K = \frac{[L \times 20\%]}{LLU}$$

Keterangan:

LLU untuk usaha kuliner sebesar 9 m2, untuk LLU nonkuliner sebesar 4 m2.

Beberapa pengaturan tambahan untuk mendukung terpenuhinya konversi luas usaha menjadi jumlah UMKM yang dibina dalam bentuk even adalah:

- Penetapan jumlah UMKM mitra sebagaimana dimaksud menjadi bagian rekomendasi dari Perangkat Daerah yang membidangi perdagangan dalam penerbitan IUPP.

- Penetapan jumlah UMKM mitra mempertimbangkan proporsi yang sama antara UMKM dan IKM.
- UMKM mitra menjadi tanggung jawab pelaku usaha pusat perbelanjaan setiap tahunnya selama masa berlaku IUPP yang dikeluarkan oleh Perangkat Daerah yang membidangi perizinan.
- Terhadap UMKM mitra, pelaku usaha pusat perbelanjaan memiliki kewajiban sebagai berikut:
  - menyediakan area beserta fasilitas pendukung yang diperuntukkan untuk memasarkan dan menjual produk usaha UMKM/IKM mitra dalam pusat perbelanjaan dalam bentuk kegiatan event promosi/pameran dagang;
  - menyelenggarakan dan mengemas event promosi/pameran dagang UMKM mitra setiap bulannya selama setahun sesuai tema yang ditentukan;
  - menjadikan event promosi/pameran dagang UMKM mitra sebagai bagian dari kegiatan (*calender events*) yang diselenggarakan dan dipromosikan oleh pusat perbelanjaan setiap tahunnya;
  - melakukan pembinaan sebelum dan/atau sepanjang pelaksanaan kegiatan event promosi/pameran dagang UMKM mitra berlangsung; dan
  - menyediakan fasilitas sistem pembayaranyang dapat mencatat dan melaporkan seluruh transaksi yang terjadi selama pelaksanaan kegiatan event promosi/pameran dagang UMKM mitraberlangsung.
- Dalam menentukan UMKM mitra yang diikutsertakan pada event promosi/pameran dagang UMKM mitra pelaku usaha wajib

mendasarkan pada katalog UMKM mitra Pemerintah Daerah.

- f. Terhadap UMKM mitra yang mengikuti event promosi/pameran dagang UMKM mitra tidak dikenakan biaya di luar harga jual produk usaha UMKM mitra kepada konsumen.
- g. Durasi waktu setiap pelaksanaan event promosi/pameran dagang UMKM selama 7 hari

### C. PENUTUP DAN REKOMENDASI

Perlindungan terhadap usaha mikro dan usaha kecil sebagai soko guru perekonomian diperlukan agar dapat bersaing dengan ritel moderen berskala besar. Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2002 tentang Perpasaran Swasta yang mengatur penyediaan ruang usaha untuk UMKM di pusat perbelanjaan sebanyak 20% dari luas efektif pusat perbelanjaan ternyata sulit dipenuhi oleh pihak pusat perbelanjaan. Saat ini pemerintah Jakarta memiliki peraturan baru terkait perpasaran yaitu Peraturan Daerah Provinsi DKI Jakarta nomor 2 tahun 2018 tentang Perpasaran, namun pengaturan penyediaan ruang usaha untuk UMKM masih sama dan belum dapat dipenuhi oleh mal.

Pemenuhan kewajiban penyediaan lokasi usaha untuk UMKM di pusat perbelanjaan di Jakarta menunjukkan dipenuhi sebanyak 30% yang menyebabkan ruang pemasaran untuk 54.000 UMKM di Jakarta tidak optimal. Diperlukan pengaturan baru dalam bentuk Peraturan Gubernur tentang kemitraan yang mampu menyediakan solusi pemenuhan kewajiban penyediaan lokasi usaha untuk UMKM. Diusulkan untuk mengubah atau mengkonversi luas usaha menjadi jumlah UMKM yang dibina dalam bentuk even pameran yang dikelola oleh mal. Even ini diharapkan juga dapat mengundang pengunjung datang ke mal di Jakarta yang kondisinya mulai banyak yang sepi, sehingga konsep kemitraan yang saling menguntungkan dapat dipenuhi.

### REFERENSI

- Foth, M., 2017. Participation, Co-Creation, and Public Space. *The Journal of Public Space*, 2(4), p.21. Available at: <https://www.journalpublicspace.org/article/view/139>.
- Goldsmith, S. & Donald, F., 2009. *Unlocking The Power Of Networks: Keys To High-Performance Government*, Washington.
- Irawan, D., 2017. Collaborative Governance (Studi Deskriptif Proses Pemerintahan Kolaboratif Dalam Pengendalian Pencemaran Udara di Kota Surabaya). *Kebijakan dan Manajemen Publik*, 5(3), pp.1-12.
- Mila, H., 2013. Pendidikan Kewirausahaan: Sebuah Alternatif Mengurangi Pengangguran Terdidik Dan Pencegahan Korupsi. *Al-Ta'Lim*, 20(3), p.465. Available at: <http://journal.tarbiyahainib.ac.id/index.php/attalim/article/view/44%5Cnhttp://www.journal.tarbiyahainib.ac.id/index.php/attalim/article/view/44>.
- Nurseto, T., 2004. Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah Yang Tangguh. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 1(1).
- Pahl-Wostl, C., 2002. Participative and Stakeholder-Based Policy Design, Evaluation and Modeling Processes. *Integrated Assessment*, 3(1), pp.3-14.
- Pamungkas, B. & Yusuf, M., 2017. One Kecamatan One Center for Entrepreneurship (OK-OCE) dalam Ekosistem Kewirausahaan Kota Jakarta: Kerangka Kebijakan dan Kemitraan Stakeholders. In *The 6th Paramadina Research and Community Service 2017*. Jakarta: Universitas Paramadina, pp. 1-10.
- Salomo, R. V, 2009. Scenario Indonesia Tahun 2025 dan Tantangan yang Dihadapi oleh Administrasi Publik. , 16, pp.74-81.
- Siswoyo, B.B., 2009. Pengembangan Jiwa Kewirausahaan di Kalangan Dosen dan Mahasiswa. *Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang*, 2.



Stam, P.E., 2014. Entrepreneurial Ecosystems.

Yaribeigi, E. et al., 2014. Development of Entrepreneurship Ecosystem. *International Journal of advanced biological and biomedical research*, 2(12), pp.2905-2908.