



**PERATURAN DAERAH KABUPATEN LAMPUNG TIMUR
NOMOR 11 TAHUN 2013**

TENTANG

PENYELENGGARAAN PASAR MODERN DAN WARALABA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

BUPATI LAMPUNG TIMUR,

- Menimbang : a. bahwa perekonomian disusun berdasarkan asas kekeluargaan dengan tujuan utama terciptanya kesejahteraan bagi seluruh rakyat serta meningkatkan kemampuan dan daya saing antar pelaku ekonomi baik dengan skala modal besar maupun skala modal kecil;
- b. bahwa dengan pesatnya perkembangan usaha perdagangan eceran modern dalam skala besar, maka diperlukan usaha penataan pasar modern agar tidak merugikan keberadaan pasar tradisional;
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud pada huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Pasar Modern (Waralaba);
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817);
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1999 tentang Pembentukan Kabupaten Daerah Tingkat II Way Kanan, Kabupaten Daerah Tingkat II Lampung Timur dan Kotamadya Daerah Tingkat II Metro (Lembaran Negara Tahun 1999 Nomor 46, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3825);
3. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4437);

4. Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 68, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4725);
5. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4739);
6. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4866);
7. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5234);
8. Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan antara Pemerintah, Pemerintahan Daerah Provinsi dan Pemerintahan Daerah Kabupaten/Kota (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4737);
9. Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 90, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4742);
10. Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan (Lembaran Negara Tahun 1997 Nomor 91, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia 3718);
11. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern;
12. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern;
13. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba;
14. Peraturan Daerah Kabupaten Lampung Timur Nomor 19 Tahun 2007 tentang Urusan Pemerintahan yang Menjadi Kewenangan Pemerintah Daerah (Lembaran Daerah Kabupaten Lampung Timur Tahun 2007 Nomor 19);

15. Peraturan Daerah Kabupaten Lampung Timur Nomor 22 Tahun 2007 tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah (Lembaran Daerah Kabupaten Lampung Timur Tahun 2007 Nomor 22) sebagaimana telah diubah dua kali terakhir dengan Peraturan Daerah Nomor 14 Tahun 2011 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 14);

Dengan Persetujuan Bersama

**DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH
KABUPATEN LAMPUNG TIMUR**

dan

BUPATI LAMPUNG TIMUR

MEMUTUSKAN :

Menetapkan : **PERATURAN DAERAH TENTANG
PENYELENGGARAAN PASAR MODERN DAN
WARALABA.**

BAB I KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Daerah ini yang dimaksud dengan:

1. Daerah adalah Kabupaten Lampung Timur.
2. Pemerintah Daerah adalah Bupati dan perangkat Daerah sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Daerah.
3. Bupati adalah Bupati Lampung Timur.
4. Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, yang selanjutnya disingkat DPRD, adalah lembaga perwakilan rakyat daerah Lampung Timur sebagai unsur penyelenggara Pemerintah Daerah.
5. Satuan Kerja Perangkat Daerah, yang selanjutnya disingkat SKPD, adalah perangkat daerah pada pemerintah Kabupaten Lampung Timur.
6. Pasar adalah area tempat jual beli barang dan atau tempat bertemunya penjual dan pembeli dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik yang disebut sebagai pasar tradisional maupun pasar modern dan/atau pusat perbelanjaan, pertokoan, perdagangan maupun sebutan lainnya.
7. Pasar Modern adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Swasta, atau Koperasi yang dalam bentuknya berupa Pusat Perbelanjaan, seperti Mall, Plaza, *Shopping Centre* dan waralaba yang berbentuk toko modern serta sejenisnya dimana pengelolaannya dilaksanakan secara

modern, dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan, bermodal relatif kuat, dan dilengkapi label harga yang pasti.

8. Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang pribadi 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 orang lain berdasarkan perjanjian waralaba.
9. Pemberi waralaba adalah orang pribadi atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan /atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba.
10. Penerima waralaba adalah orang pribadi atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.
11. Penerima waralaba yang mendapat hak untuk menunjuk penerima waralaba lain yang selanjutnya disebut pemberi waralaba lanjutan adalah orang pribadi atau badan usaha yang menerima hak dari pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba untuk menunjuk penerima waralaba lanjutan.
12. Penerima waralaba lanjutan adalah orang pribadi atau badan usaha yang menerima hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba dari pemberi waralaba lanjutan.
13. Prospektus penawaran waralaba adalah keterangan tertulis dari pemberi waralaba yang sedikitnya menjelaskan tentang identitas, legalitas, sejarah kegiatan, struktur organisasi, keuangan, jumlah tempat usaha, daftar penerima waralaba, hak dan kewajiban pemberi dan penerima waralaba.
14. Perjanjian waralaba adalah perjanjian secara tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba.
15. Surat Permohonan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba yang selanjutnya disingkat SP-STPW adalah formulir permohonan pendaftaran yang diisi oleh perusahaan yang memuat data-data perusahaan untuk memperoleh Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW).
16. Surat Tanda Pendaftaran Waralaba yang selanjutnya disingkat STPW adalah bukti pendaftaran prospektus atau pendaftaran perjanjian yang diberikan kepada pemberi waralaba dan/atau penerima waralaba setelah memenuhi persyaratan pendaftaran yang ditentukan dalam Peraturan Daerah ini.
17. Toko Modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, departemen store, hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.
18. Jaringan Minimarket adalah pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha dibidang minimarket melalui satu kesatuan manajemen dan sistem pendistribusian barang ke outlet yang merupakan jaringannya.
19. Pertokoan adalah kompleks toko atau deretan toko yang masing-masing dimiliki dan dikelola oleh perorangan atau badan usaha.
20. Toko Serba Ada adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan penjualan berbagai macam barang kebutuhan rumahtangga dan kebutuhan sembilan bahan pokok yang

disusun dalam bagian yang terpisah-pisah dalam bentuk kounter secara eceran.

21. Minimarket adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan sehari-hari secara eceran langsung kepada konsumen dengan cara pelayanan mandiri (swalayan).
22. Supermarket adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sembilan bahan pokok secara eceran dan langsung kepada konsumen dengan cara pelayanan mandiri.
23. Hypermarket adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sembilan bahan pokok secara eceran dan langsung kepada konsumen, yang di dalamnya terdiri atas pasar swalayan, toko modern dan toko serba ada, yang menyatu dalam satu bangunan yang pengelolaanya dilakukan secara tunggal.
24. Pusat Perdagangan (*Trade Centre*) adalah kawasan pusat jual beli barang kebutuhan sehari-hari, alat kesehatan, dan lainnya secara grosir dan eceran serta jasa yang didukung oleh sarana yang lengkap yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha.
25. Pusat Perbelanjaan adalah suatu area tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal maupun horizontal, yang dijual atau disewakan kepada pelaku usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan perdagangan barang.
26. Mall atau Super Mall atau Plaza adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan perdagangan, rekreasi, restorasi dan sebagainya yang diperuntukkan bagi kelompok, perorangan, perusahaan, atau koperasi untuk melakukan penjualan barang-barang dan/atau jasa yang terletak pada bangunan/ruangan yang berada dalam suatu kesatuan wilayah/tempat.
27. Penataan adalah segala upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah untuk mengatur dan menata keberadaan dan pendirian pasar modern di suatu daerah, agar tidak merugikan dan mematikan pasar tradisional, usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi yang ada.
28. Kemitraan adalah kerjasama usaha antar usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi dengan usaha skala besar disertai dengan pembinaan dan pengembangan yang dilakukan oleh penyelenggara usaha skala besar, dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan.
29. Peraturan zonasi adalah ketentuan-ketentuan daerah setempat yang mengatur pemanfaatan ruang dan unsur-unsur pengendalian yang disusun untuk setiap zona peruntukan sesuai dengan rencana umum tata ruang dan rencana detail tata ruang.
30. Ketertiban Keamanan Pasar adalah suatu kondisi atau keadaan yang mencerminkan suasana tertib, aman dan teratur serta disiplin yang harus tercermin pada lingkungan pasar dan tempat-tempat penjualan umum.

31. Koperasi adalah koperasi para pedagang di lingkungan pasar yang biasa disebut Koperasi Pedagang Pasar (Koppas).

BAB II ASAS DAN TUJUAN

Pasal 2

Penyelenggaraan pasar modern dilaksanakan berdasarkan atas asas:

1. kemanusiaan;
2. keadilan;
3. kesamaan kedudukan;
4. kemitraan;
5. ketertiban dan kepastian hukum;
6. kelestarian lingkungan;
7. kejujuran usaha;
8. persaingan sehat (*fairness*).

Pasal 3

Penataan pasar modern, bertujuan untuk:

1. mengatur dan menata keberadaan dan pendirian pasar modern di suatu wilayah tertentu agar tidak merugikan dan mematikan pasar tradisional, mikro, kecil, menengah, dan koperasi yang telah ada dan memiliki nilai historis dan dapat menjadi aset pariwisata;
2. menjamin terselenggaranya kemitraan antara pelaku usaha pasar tradisional, mikro, kecil, menengah dan koperasi dengan pelaku usaha pasar modern berdasarkan prinsip kesamaan dan keadilan dalam menjalankan usaha dibidang perdagangan;
3. mendorong terciptanya partisipasi dan kemitraan publik serta swasta dalam penyelenggaraan usaha perpasaran antara pasar tradisional dan pasar modern;
4. menciptakan kesesuaian dan keserasian lingkungan berdasarkan Tata Ruang Wilayah.

BAB III JENIS USAHA PASAR MODERN

Pasal 4

- (1) Usaha pasar modern bisa berupa pusat perbelanjaan dan sejenisnya, waralaba yang berbentuk toko modern, minimarket, supermarket, department store, hypermarket, dan nama lainnya.
- (2) Usaha toko modern terdiri atas beberapa golongan sebagai berikut:
 - a. Minimarket adalah toko modern dengan luas lantai toko sampai dengan 400 m²;
 - b. Supermarket adalah toko modern dengan luas lantai toko diatas 400 m² sampai dengan 5000 m²;
 - c. Hypermarket adalah toko modern dengan luas lantai toko di atas 5.000 m²;
 - d. Departement Store adalah toko modern yang luas lantai toko di atas 400 m²;

- e. Pusat perkulakan adalah toko modern yang luas lantai toko di atas 5.000 m².
- (3) Sistem penjualan dan jenis barang dagangan Pasar Modern, ditentukan sebagai berikut:
 - a. Minimarket, Supermarket dan Hypermarket menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya;
 - b. Departmen Store menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk sandang dan perlengkapannya dengan penataan barang berdasarkan jenis kelamin dan/atau tingkat usia konsumen;
 - c. Pusat perkulakan menjual secara grosir barang konsumsi.

BAB IV PENATAAN PASAR MODERN

Pasal 5

- (1) Lokasi pendirian pasar modern wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten, dan Rencana Detail Tata Ruang Kabupaten, termasuk pengaturan zonasinya.
- (2) Penyelenggaraan dan pendirian pasar modern wajib memenuhi ketentuan, sebagai berikut:
 - a. memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat dan keberadaan pasar tradisional, usaha kecil, dan usaha menengah yang ada di wilayah yang bersangkutan;
 - b. memperhatikan jarak dengan pasar tradisional maupun pasar modern lainnya;
 - c. pasar modern dapat dibangun dengan jarak radius terdekat dari pasar tradisional minimal 1000 meter;
 - d. menyediakan fasilitas yang menjamin pasar modern yang bersih, sehat, higienis, aman, tertib dan ruang publik yang nyaman;
 - e. menyediakan fasilitas tempat usaha bagi usaha kecil dan menengah, pada posisi yang sama-sama menguntungkan;
 - f. menyediakan fasilitas parkir kendaraan bermotor dan tidak bermotor yang memadai di dalam area bangunan;
 - g. menyediakan sarana pemadam kebakaran dan jalur keselamatan bagi petugas maupun pengguna pasar modern dan toko modern;
 - h. pemberian ijin usaha pasar modern wajib memperhatikan pertimbangan Kepala Kampung/Lurah dan BPD/LPM;
 - i. pendirian Pasar Modern khususnya Minimarket diutamakan untuk diberikan kepada pelaku usaha yang domisilinya sesuai dengan lokasi Minimarket tersebut.
- (3) Perkulakan hanya boleh berlokasi pada akses sistem jaringan jalan arteri atau kolektor primer atau arteri sekunder.

- (4) Hypermarket dan Pusat Perbelanjaan:
 - a. hanya boleh berlokasi pada atau pada akses sistem jaringan jalan arteri atau kolektor;
 - b. tidak boleh berada kawasan pelayanan lokal atau lingkungan didalam kota/perkotaan.
- (5) Supermarket dan Departemen Store:
 - a. tidak boleh berlokasi pada sistem jaringan jalan lingkungan; dan
 - b. tidak boleh berada pada kawasan pelayanan lingkungan didalam kota/perkotaan.
- (6) Minimarket:
 - a. dapat berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk pada sistem jaringan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam kota/perkotaan;
 - b. jumlah minimarket untuk setiap kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam kota/perkotaan maksimal hanya ada 2 (dua) minimarket dalam jarak 2 km.

Pasal 6

- (1) Perencanaan pembangunan pasar modern harus didahului dengan studi mengenai dampak lingkungan baik dari sisi tata ruang maupun non fisik, meliputi aspek lingkungan, sosial, ekonomidan budaya, untuk mencegah dampak negatif terhadap eksistensi pasar tradisional, usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi serta usaha lainnya.
- (2) Dokumen rencana rincian teknis pasar modern skala kecil, menengah, dan besar, harus mengacu dan merupakan terjemahan dari ketentuan intensitas bangunan sebagaimana disebutkan dalam dokumen rencana umum tata ruang dan rencana detail tata ruang Kabupaten.
- (3) Pada saat proses konstruksi pembangunan pasar modern terutama skala menengah dan besar, harus mampu meminimalisir gangguan kebisingan, kemacetan lalu lintas, kebersihan, dan keselamatan aktivitas di lingkungan sekitar.

Pasal 7

- (1) Jam kerja hypermarket, department store, dan supermarket adalah sebagai berikut:
 - a. untuk hari Senin sampai dengan Jum'at, pukul 10.00 WIB sampai dengan pukul 22.00 WIB;
 - b. untuk hari Sabtu dan Minggu, pukul 10.00 WIB sampai dengan pukul 23.00 WIB;
 - c. untuk hari besar keagamaan, libur nasional atau hari tertentu lainnya, pukul 10.00 WIB sampai dengan pukul 24.00 WIB.
- (2) Jam kerja minimarket adalah sebagai berikut :
 - a. untuk hari Senin sampai dengan Jum'at, pukul 10.00 WIB sampai dengan pukul 22.00 WIB;
 - b. untuk hari Sabtu dan Minggu, pukul 10.00 WIB sampai dengan pukul 23.00 WIB;

- c. untuk hari besar keagamaan, libur nasional atau hari tertentu lainnya, pukul 10.00 WIB sampai dengan pukul 24.00 WIB.

BAB V

PEMBINAAN DAN PENGAWASAN

Pasal 8

- (1) Pembinaan, pengawasan dan evaluasi terhadap kegiatan penataan pasar modern dilakukan oleh pemerintah daerah melalui SKPD yang bertanggungjawab dibidang perdagangan.
- (2) Pembinaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berupa penciptaan sistem manajemen penataan pasar modern, konsultasi, dan fasilitasi kerjasama.
- (3) Pembinaan dan pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yang dilakukan oleh Pemerintah daerah diatur lebih lanjut dengan Peraturan Bupati.

BAB VI

PERIZINAN USAHA

Bagian Kesatu

Pasar Modern

Pasal 9

- (1) Untuk melakukan usaha pasar modern, wajib memiliki izin yang dikeluarkan oleh Bupati melalui SKPD yang bertanggungjawab dibidang perdagangan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Izin usaha pasar modern terdiri dari:
 - a. Izin Usaha Pusat Perbelanjaan (IUPP);
 - b. Izin Usaha Toko Modern (IUTM).
- (3) Persyaratan IUPP melampirkan dokumen:
 - a. copy Surat Izin Pemanfaatan Tanah dari Bupati;
 - b. hasil analisa kondisi sosial ekonomi masyarakat serta rekomendasi dari instansi yang berwenang;
 - c. copy Surat Izin Lokasi dari Badan Pertanahan Nasional (BPN);
 - d. copy Surat Izin Undang-Undang Gangguan (HO);
 - e. copy Surat Izin Mendirikan Bangunan (IMB);
 - f. copy Akte Pendirian Perusahaan dan Pengesahannya;
 - g. rencana kemitraan dengan Usaha Mikro dan Usaha Kecil; dan
 - h. surat pernyataan kesanggupan melaksanakan dan mematuhi ketentuan yang berlaku.
- (4) Persyaratan IUTM melampirkan dokumen:
 - a. copy Surat Izin Pemanfaatan Tanah dari Bupati;
 - b. hasil analisa kondisi sosial ekonomi masyarakat serta rekomendasi dari instansi yang berwenang;

- c. copy Surat Izin Lokasi dari Badan Pertanahan Nasional (BPN);
- d. copy Surat Izin Undang-Undang Gangguan (HO);
- e. copy Surat Izin Mendirikan Bangunan (IMB);
- f. copy Akte Pendirian Perusahaan dan Pengesahannya;
- g. rencana kemitraan dengan Usaha Mikro dan Usaha Kecil; dan
- h. surat pernyataan kesanggupan melaksanakan dan mematuhi ketentuan yang berlaku.

Bagian Kedua Waralaba

Paragraf Kesatu Kriteria dan Ruang Lingkup Waralaba

Pasal 10

- (1) Waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut:
 - a. memiliki ciri khas usaha;
 - b. terbukti sudah memberikan keuntungan;
 - c. memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;
 - d. mudah diajarkan dan diaplikasikan;
 - e. adanya dukungan yang berkesinambungan; dan
 - f. Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) yang telah terdaftar.
- (2) Orang pribadi atau badan usaha dilarang menggunakan istilah dan/atau nama waralaba untuk nama dan/atau kegiatan usahanya, apabila tidak memenuhi kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

Pasal 11

- (1) Waralaba terdiri atas pemberi waralaba dan penerima waralaba.
- (2) Pemberi waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
 - a. pemberi waralaba berasal dari luar negeri;
 - b. pemberi waralaba berasal dari dalam negeri;
 - c. pemberi waralaba lanjutan berasal dari waralaba luar negeri; dan
 - d. pemberi waralaba lanjutan berasal dari waralaba dalam negeri.
- (3) Penerima waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
 - a. penerima waralaba berasal dari waralaba luar negeri;
 - b. penerima waralaba berasal dari waralaba dalam negeri; dan
 - c. penerima waralaba lanjutan berasal dari waralaba luar negeri; dan
 - d. penerima waralaba lanjutan berasal dari waralaba dalam negeri.

Paragraf Kedua Perjanjian Waralaba

Pasal 12

- (1) Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dan mempunyai

kedudukan hukum yang setara dan terhadap mereka berlaku hukum Indonesia.

- (2) Dalam hal perjanjian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditulis dalam bahasa asing, perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia.
- (3) Perjanjian tertulis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat klausula paling sedikit:
 - a. nama dan alamat para pihak;
 - b. jenis Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI);
 - c. kegiatan usaha;
 - d. hak dan kewajiban para pihak;
 - e. bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba;
 - f. wilayah usaha;
 - g. jangka waktu perjanjian;
 - h. tata cara pembayaran imbalan;
 - i. penyelesaian sengketa;
 - j. tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian;
 - k. jaminan dari pemberi waralaba untuk tetap menjalankan kewajibannya pada penerima waralaba sesuai dengan isi perjanjian hingga waktu perjanjian berakhir; dan
 - l. jumlah gerai yang akan dikelola oleh penerima waralaba.
- (4) Perjanjian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus disampaikan kepada calon penerima waralaba paling singkat 2 (dua) minggu sebelum penandatanganan perjanjian.

Pasal 13

- (1) Perjanjian waralaba yang diputus secara sepihak oleh pemberi waralaba sebelum masa berlaku perjanjian berakhir, pemberi waralaba tidak dapat menunjuk penerima waralaba yang baru untuk wilayah yang sama, sebelum tercapai kesepakatan dalam penyelesaian perselisihan oleh kedua belah pihak (*clean break*) atau sampai ada putusan pengadilan yang sudah berkekuatan hukum tetap.
- (2) Penerima waralaba baru sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diberikan STPW, apabila sudah terjadi kesepakatan atau sampai ada putusan pengadilan yang sudah berkekuatan hukum tetap.

Paragraf Ketiga

Kewajiban Pemberi dan Penerima Waralaba

Pasal 14

- (1) Pemberi Waralaba harus memberikan prospektus penawaran Waralaba kepada calon Penerima Waralaba pada saat melakukan penawaran paling singkat 2 (dua) minggu sebelum penandatanganan perjanjian waralaba.

- (2) Prospektus penawaran Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat paling sedikit mengenai :
- a. data identitas Pemberi Waralaba;
 - b. legalitas usaha Pemberi Waralaba;
 - c. sejarah kegiatan usahanya;
 - d. struktur organisasi Pemberi Waralaba;
 - e. laporan Keuangan 2 (dua) tahun terakhir;
 - f. jumlah tempat usaha;
 - g. daftar Penerima Waralaba; dan
 - h. hak dan kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.
- (3) Dalam hal prospektus sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditulis dalam bahasa asing, prospektus harus diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia.
- (4) Pemberi waralaba dan penerima waralaba mengutamakan penggunaan barang dan/atau jasa produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu barang dan/jasa yang ditetapkan secara tertulis oleh pemberi waralaba.
- (5) Pemberi waralaba harus bekerja sama dengan pengusaha kecil dan menengah di daerah setempat sebagai penerima waralaba atau pemasok barang dan/jasa sepanjang memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba.
- (6) Pemberi waralaba wajib memberikan pembinaan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan dalam bentuk :
- a. pendidikan dan latihan tentang sistem manajemen pengelolaan waralaba yang dikerjasamakan sehingga penerima waralaba dapat menjalankan kegiatan waralaba dengan baik dan menguntungkan;
 - b. secara rutin memberikan bimbingan operasional manajemen, sehingga apabila ditemukan kesalahan operasional dapat diatasi dengan segera;
 - c. membantu pengembangan pasar melalui promosi, seperti melalui iklan, leaflet/catalog/brosur atau pameran; dan
 - d. penelitian dan pengembangan pasar dan produk yang dipasarkan, sehingga sesuai dengan kebutuhan dan dapat diterima pasar dengan baik.

**Paragraf Keempat
Penerbitan STPW**

Pasal 15

- (1) Pemberi waralaba wajib memiliki STPW dengan mendaftarkan prospektus penawaran waralaba sebelum membuat perjanjian waralaba dengan penerima waralaba.
- (2) Penerima waralaba wajib memiliki STPW dengan mendaftarkan perjanjian waralaba.

Pasal 16

Bupati melalui SKPD yang bertanggungjawab dibidang perdagangan menerbitkan:

- a. STPW pemberi waralaba berasal dari dalam negeri;
- b. STPW pemberi waralaba lanjutan berasal dari dalam negeri;
- c. STPW penerima waralaba berasal dari waralaba dalam negeri;
- d. STPW penerima waralaba lanjutan berasal dari waralaba luar negeri; dan
- e. STPW penerima waralaba lanjutan berasal dari waralaba dalam negeri.

Pasal 17

Permohonan STPW diajukan kepada Bupati melalui SKPD yang bertanggungjawab dibidang perdagangan dan harus ditandatangani oleh pemilik, pengurus, atau penanggung jawab perusahaan dengan mengisi formulir dan dilampiri persyaratan sebagai berikut:

- a. pemberi waralaba berasal dari dalam negeri
 1. fotokopi SIUP;
 2. fotokopi prospektus penawaran waralaba;
 3. fotokopi Tanda Daftar Perusahaan (TDP);
 4. fotokopi Akta Pendirian Perusahaan dan/atau Akta Perubahan yang telah mendapat Pengesahan dari Instansi Berwenang bagi Perusahaan yang Berbadan Hukum;
 5. fotokopi Tanda Bukti Pendaftaran HAKI; dan
 6. fotokopi KTP Pemilik/Penanggungjawab Perusahaan.
- b. pemberi waralaba lanjutan berasal dari dalam negeri :
 1. fotokopi SIUP;
 2. fotokopi Prospektus Penawaran Waralaba;
 3. fotokopi Tanda Daftar Perusahaan (TDP);
 4. fotokopi STPW sebagai Penerima Waralaba;
 5. fotokopi Akta Pendirian Perusahaan dan/atau Akta Perubahan yang telah mendapat Pengesahan dari Instansi Berwenang bagi Perusahaan yang Berbadan Hukum;
 6. fotokopi Tanda Bukti Pendaftaran HAKI; dan
 7. fotokopi KTP Pemilik/Penanggungjawab Perusahaan.
- c. penerima waralaba berasal dari dalam negeri :
 1. fotokopi SIUP;
 2. fotokopi Prospektus Penawaran Waralaba dari Pemberi Waralaba;
 3. fotokopi perjanjian waralaba;
 4. fotokopi Tanda Daftar Perusahaan (TDP);
 5. fotokopi STPW sebagai Pemberi Waralaba;
 6. fotokopi Akta Pendirian Perusahaan dan/atau Akta Perubahan yang telah mendapat Pengesahan dari Instansi Berwenang bagi Perusahaan yang berbadan Hukum;
 7. fotokopi Tanda Bukti Pendaftaran HAKI; dan
 8. fotokopi KTP Pemilik/Penanggungjawab Perusahaan.

- d. penerima waralaba lanjutan berasal dari waralaba luar negeri :
1. fotokopi SIUP;
 2. fotokopi Prospektus Penawaran Waralaba dari Pemberi Waralaba;
 3. fotokopi perjanjian waralaba;
 4. fotokopi Tanda Daftar Perusahaan (TDP);
 5. fotokopi STPW sebagai Pemberi Waralaba;
 6. fotokopi Akta Pendirian Perusahaan dan/atau Akta Perubahan yang telah mendapat Pengesahan dari Instansi Berwenang bagi Perusahaan yang berbadan Hukum;
 7. fotokopi Tanda Bukti Pendaftaran HAKI; dan
 8. fotokopi KTP Pemilik/Penanggungjawab Perusahaan.
- e. penerima waralaba lanjutan berasal dari dalam negeri:
1. fotokopi SIUP;
 2. fotokopi Prospektus Penawaran Waralaba dari Pemberi Waralaba;
 3. fotokopi perjanjian waralaba;
 4. fotokopi Tanda Daftar Perusahaan (TDP);
 5. fotokopi STPW sebagai Pemberi Waralaba;
 6. fotokopi Akta Pendirian Perusahaan dan/atau Akta Perubahan yang telah mendapat Pengesahan dari Instansi Berwenang bagi Perusahaan yang berbadan Hukum;
 7. fotokopi Tanda Bukti Pendaftaran HAKI; dan
 8. fotokopi KTP Pemilik/Penanggungjawab Perusahaan.

Pasal 18

- (1) Pemohon STPW harus menunjukkan asli dokumen persyaratan.
- (2) Pengurusan permohonan STPW dapat dilakukan oleh pihak ketiga dengan menunjukkan surat kuasa bermaterai cukup yang ditandatangani oleh pemilik, pengurus, atau penanggung jawab perusahaan.

Pasal 19

- (1) Paling lama 3 (tiga) hari kerja terhitung sejak diterimanya SP-STPW dan dokumen persyaratan secara lengkap dan benar Bupati melalui SKPD yang bertanggungjawab dibidang perdagangan menerbitkan STPW.
- (2) Apabila SP-STPW beserta dokumen persyaratan dinilai belum lengkap dan benar, Bupati melalui SKPD yang bertanggungjawab dibidang perdagangan membuat surat penolakan penerbitan STPW kepada pemohon STPW, paling lama 3 (tiga) hari kerja terhitung sejak tanggal diterimanya surat permohonan.
- (3) Pemohon STPW yang ditolak permohonannya dapat mengajukan kembali permohonan STPW sesuai persyaratan.
- (4) Tata cara penerbitan STPW diatur lebih lanjut dalam Peraturan Bupati.

Pasal 20

- (1) STPW berlaku untuk jangka waktu 5 (lima) tahun.
- (2) STPW sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yang habis masa berlakunya dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama.
- (3) Perpanjangan STPW, dengan melengkapi persyaratan :
 - a. asli Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW); dan
 - b. dokumen-dokumen lainnya apabila mengalami perubahan data dari dokumen yang disampaikan 5 (lima) tahun sebelumnya.
- (4) STPW dinyatakan tidak berlaku apabila :
 - a. Jangka waktu STPW berakhir;
 - b. Perjanjian waralaba berakhir; atau
 - c. Pemberi waralaba dan/atau penerima waralaba menghentikan kegiatan usahanya.

Pasal 21

- (1) Pemberi waralaba dan penerima waralaba yang telah memiliki STPW wajib menggunakan logo waralaba.
- (2) Pemberi waralaba dan Penerima waralaba wajib menggunakan bahan baku, peralatan usaha serta manual barang dagangan paling sedikit 80% barang dan/atau jasa produksi dalam negeri.

Paragraf Kelima Pembinaan dan Pengawasan

Pasal 22

- (1) Bupati wajib melakukan pembinaan Waralaba.
- (2) Pembinaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) antara lain berupa pemberian:
 - a. pendidikan dan pelatihan waralaba;
 - b. rekomendasi untuk memanfaatkan sarana perpasaran;
 - c. rekomendasi untuk mengikuti pameran waralaba baik di dalam negeri dan luar negeri;
 - d. bantuan konsultasi melalui klinik bisnis;
 - e. penghargaan kepada pemberi waralaba lokal terbaik; dan/atau
 - f. bantuan perkuatan permodalan.
- (3) Pembinaan waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dapat dilakukan secara bersama-sama dan/atau masing-masing instansi teknis terkait sesuai dengan kewenangannya.

Pasal 23

- (1) Bupati atau pejabat yang bertugas dan bertanggung jawab di bidang perdagangan melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan Waralaba.
- (2) Bupati atau pejabat yang bertugas dan bertanggung jawab di bidang perdagangan dapat melakukan koordinasi dengan

instansi terkait dalam melaksanakan pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

Pasal 24

Bupati atau pejabat yang ditunjuk apabila diperlukan, dapat bekerja sama dengan SKPD yang berwenang, untuk meminta data dan/atau informasi tentang kegiatan usaha yang dilaksanakan oleh orang pribadi atau badan usaha yang menggunakan istilah dan/atau nama waralaba.

Pasal 25

- (1) Pemilik STPW pemberi waralaba berasal dari dalam negeri, pemberi waralaba lanjutan berasal dari luar negeri, dan penerima waralaba berasal dari waralaba luar negeri, wajib menyampaikan laporan kegiatan waralaba kepada Bupati atau pejabat yang bertugas dan bertanggung jawab di bidang perdagangan.
- (2) Laporan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) disampaikan setiap tahun paling lambat tanggal 31 Maret tahun berikutnya.

Pasal 26

- (1) Pejabat yang ditunjuk untuk menerbitkan STPW harus menyampaikan lampiran laporan perkembangan penerbitan STPW kepada pejabat yang bertugas dan bertanggung jawab di bidang perdagangan dengan tembusan kepada Gubernur dan Bupati.
- (2) Laporan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) disampaikan setiap tahun sekali paling lambat tanggal 31 Januari tahun berikutnya.
- (3) Ketentuan dan tata cara pelaporan diatur lebih lanjut dalam Peraturan Bupati.

BAB VII KEMITRAAN USAHA

Pasal 27

- (1) Kemitraan dengan pola perdagangan umum dapat dilakukan dalam bentuk kerjasama pemasaran, penyediaan lokasi usaha, atau penerimaan pasokan dari pemasok kepada Toko Modern yang dilakukan secara terbuka.
- (2) Toko Modern wajib memberikan pembinaan terhadap produk UMKM agar sesuai dengan standar barang yang dipasarkan di Toko Modern.
- (3) Kerjasama pemasaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilakukan dalam bentuk:

- a. memasarkan barang produksi UMKM yang dikemas atau dikemas ulang (*repackaging*) 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.
- (4) Penyediaan lokasi usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan oleh pengelola Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern kepada UMKM dengan menyediakan ruang usaha dalam areal Pusat Perbelanjaan atau Toko Modern.
 - (5) UMKM sebagaimana dimaksud pada ayat (3) harus memanfaatkan ruang usaha sesuai dengan peruntukan yang disepakati.

Pasal 28

- (1) Kerjasama usaha dalam bentuk penerimaan pasokan barang dari Pemasok kepada Toko Modern dilaksanakan dalam prinsip saling menguntungkan, jelas, wajar, berkeadilan dan transparan.
- (2) Toko Modern mengutamakan pasokan barang hasil produksi UMKM nasional selama barang tersebut memenuhi persyaratan atau standar yang ditetapkan Toko Modern.
- (3) Pemasok barang yang termasuk ke dalam kriteria Usaha Mikro, Usaha Kecil dibebaskan dari pengenaan biaya administrasi pendaftaran barang (*listing fee*).
- (4) Kerjasama usaha kemitraan antara UMKM dengan Toko Modern dapat dilakukan dalam bentuk kerjasama komersial berupa penyediaan tempat usaha/space, pembinaan /pendidikan atau permodalan atau bentuk kerjasama lain.
- (5) Kerjasama sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (4) dibuat dalam perjanjian tertulis dalam bahasa Indonesia berdasarkan hukum Indonesia yang disepakati kedua belah pihak tanpa tekanan, yang sekurang-kurangnya memuat hak dan kewajiban masing-masing pihak serta cara dan tempat penyelesaian perselisihan.

Pasal 29

- (1) Dengan tidak mengurangi prinsip kebebasan berkontrak, syarat-syarat perdagangan antara pemasok dengan Toko Modern harus jelas, wajar, berkeadilan, dan saling menguntungkan serta disepakati kedua belah pihak tanpa tekanan.
- (2) Dalam rangka mewujudkan prinsip sebagaimana dimaksud pada ayat (1), maka wajib memenuhi pedoman sebagai berikut:
 - a. potongan harga reguler (*regular discount*) berupa potongan

harga yang diberikan oleh Pemasok kepada Toko Modern pada setiap transaksi jual-beli. Potongan harga reguler ini tidak berlaku bagi Pemasok yang memberlakukan sistem harga netto yang dipublikasikan secara transparan ke semua Toko Modern dan disepakati dengan Toko Modern;

- b. potongan harga tetap (*fixed rebate*) berupa potongan harga yang diberikan oleh pemasok kepada Toko Modern tanpa dikaitkan dengan target penjualan yang dilakukan secara periodik maksimum 3 (tiga) bulan yang besarnya maksimum 1% (satu persen);
- c. jumlah dari potongan harga reguler (*regular discount*) maupun potongan harga tetap (*fixed rebate*) ditentukan berdasarkan presentase terhadap transaksi penjualan dari pemasok ke Toko Modern baik pada saat transaksi maupun secara periodik;
- d. potongan harga khusus (*conditional rebate*) berupa potongan harga yang diberikan oleh Pemasok, apabila Toko Modern dapat mencapai atau melebihi target penjualan sesuai perjanjian dagang, dengan kriteria penjualan:
 - 1) mencapai jumlah yang ditargetkan sesuai perjanjian sebesar 100% (seratus persen) mendapat potongan harga khusus paling banyak sebesar 1% (satu persen);
 - 2) melebihi jumlah yang ditargetkan sebesar 101% (seratus satu persen) sampai dengan 115% (seratus lima belas persen), maka kelebihannya mendapat potongan harga khusus paling banyak sebesar 5% (lima persen);
 - 3) melebihi jumlah yang ditargetkan di atas 115% (seratus lima belas persen), maka kelebihannya mendapat potongan harga khusus paling banyak sebesar 10% (sepuluh persen).
- e. potongan harga promosi (*promotion discount*) diberikan oleh Pemasok kepada Toko Modern dalam rangka kegiatan promosi baik yang diadakan oleh Pemasok maupun oleh Toko Modern yang diberikan kepada pelanggan atau konsumen akhir dalam waktu yang dibatasi sesuai kesepakatan antara Toko Modern dengan Pemasok;
- f. biaya promosi (*promotion cost*) yaitu biaya yang dibebankan kepada Pemasok oleh Toko Modern sesuai kesepakatan kedua belah pihak yang terdiri dari:
 - 1) biaya promosi melalui media massa atau cetakan seperti brosur atau mailer, yang ditetapkan secara transparan dan wajar sesuai dengan tarif harga dari media dan biaya-biaya kreativitas lainnya;
 - 2) biaya promosi pada toko setempat (*In-Store Promotion*) dikenakan hanya untuk area promosi di luar display/pajangan reguler toko seperti floor display, gondola promosi, *block shelving*, tempat kasir (*Check out Counter*), wing gondola, papan reklame di dalam dan di luar toko, dan tempat lain yang memang digunakan untuk tempat promosi;
 - 3) biaya promosi yang dilakukan atas kerjasama dengan pemasok untuk melakukan kegiatan mempromosikan produk pemasok seperti sampling, demo produk, hadiah,

- games, dan lain-lain;
- 4) biaya yang dikurangkan atau dipotongkan atas aktivitas promosi dilakukan maksimal 3 (tiga) bulan setelah acara berdasarkan konfirmasi kedua belah pihak. Biaya promosi yang belum terpakai harus dimanfaatkan untuk aktivitas promosi lainnya baik pada periode yang bersangkutan maupun untuk periode yang berikutnya.
 - g. biaya-biaya lain di luar biaya sebagaimana dimaksud pada huruf f tidak diperkenankan untuk dibebankan kepada Pemasok;
 - h. biaya yang dikeluarkan untuk promosi produk baru sudah termasuk di dalam Biaya Promosi sebagaimana dimaksud pada huruf f;
 - i. Pemasok dan Toko Modern bersama-sama membuat perencanaan promosi baik untuk produk baru maupun untuk produk lama untuk jangka waktu yang telah disepakati;
 - j. penggunaan jasa distribusi Toko Modern tidak boleh dipaksakan kepada Pemasok yang dapat mendistribusikan barangnya sendiri sepanjang memenuhi kriteria (waktu, mutu, harga produk, jumlah) yang disepakati kedua belah pihak;
 - k. biaya administrasi pendaftaran barang (*Listing fee*) hanya untuk produk baru dengan besaran sebagai berikut:
 - 1) kategori Hypermarket paling banyak Rp. 150.000,00 (Seratus Lima Puluh Ribu Rupiah) untuk setiap jenis produk setiap gerai dengan biaya paling banyak Rp. 10.000.000,00 (Sepuluh Juta Rupiah) untuk setiap jenis produk di semua gerai;
 - 2) kategori Supermarket paling banyak Rp. 75.000,00 (Tujuh Puluh Lima Ribu Rupiah) untuk setiap jenis produk setiap gerai dengan biaya paling banyak Rp. 10.000.000,00 (Sepuluh Juta Rupiah) untuk setiap jenis produk di semua gerai;
 - 3) kategori Minimarket paling banyak Rp. 5.000,00 (Lima Ribu Rupiah) untuk setiap jenis produk setiap gerai dengan biaya paling banyak Rp. 20.000.000,00 (Dua Puluh Juta Rupiah) untuk setiap jenis produk di semua gerai.
 - l. perubahan biaya administrasi pendaftaran barang sebagaimana dimaksud pada huruf k dapat disesuaikan setiap tahun berdasarkan perkembangan inflasi;
 - m. Toko Modern dapat mengembalikan produk baru kepada Pemasok tanpa pengenaan sanksi apabila setelah dievaluasi selama 3 (tiga) bulan tidak memiliki prospek penjualan;
 - n. Toko Modern harus memberikan informasi tertulis paling sedikit 3 (tiga) bulan sebelumnya kepada Pemasok apabila akan melakukan stop order delisting atau mengurangi item produk atau SKU (*Stock Keeping Unit*) Pemasok;
 - o. Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern harus berlaku adil dalam pemberian pelayanan kepada mitra usaha baik sebagai pemilik/penyewa ruangan usaha maupun sebagai pemasok;
 - p. Toko Modern dilarang melakukan promosi penjualan dengan harga lebih murah dibandingkan dengan harga di

Pasar Tradisional terdekat untuk barang-barang kebutuhan pokok masyarakat.

Pasal 30

- (1) Pembayaran barang dari Toko Modern kepada Pemasok Usaha Mikro dan Usaha Kecil wajib dilakukan secara tunai untuk nilai pasokan sampai dengan Rp. 5.000.000,00 (lima juta rupiah), diatas Rp. 5.000.000,00 (lima juta rupiah) dilakukan dengan cek, giro bilyet dalam jangka waktu paling lama 15 (lima belas) hari setelah seluruh dokumen penagihan diterima
- (2) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berlaku untuk 1 (satu) outlet atau 1 (satu) jaringan usaha.

BAB VIII LARANGAN

Pasal 31

Setiap penyelenggara usaha pasar modern dilarang:

1. melakukan penguasaan atas produksi dan/atau penguasaan barang dan/atau jasa secara monopoli;
2. menimbun dan/atau menyimpan bahan kebutuhan pokok masyarakat di dalam gudang dalam jumlah melebihi kewajaran untuk tujuan spekulasi yang akan merugikan kepentingan masyarakat;
3. menimbun dan/atau menyimpan barang-barang yang sifat dan jenisnya membahayakan kesehatan;
4. menjual barang-barang yang sudah kadaluwarsa;
5. mengubah atau menambah sarana tempat usaha, jenis dagangan dan merubah peruntukannya tanpa Izin dari Bupati melalui SKPD yang membidangi perdagangan;
6. memakai tenaga kerja dibawah umur dan/atau tenaga kerja asing tanpa izin sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

BAB IX SANKSI ADMINISTRASI

Pasal 32

- (1) Setiap orang dan/atau badan hukum yang melanggar ketentuan Pasal 5, Pasal 6, Pasal 7, Pasal 9, Pasal 15, Pasal 29 dan Pasal 30 sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Daerah ini, dikenakan sanksi administrasi.
- (2) Sanksi administrasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1), berupa:
 - a. pembekuan izin usaha;
 - b. pencabutan izin usaha.
- (3) Tata cara dan prosedur penerapan sanksi administrasi sebagaimana dimaksud pada ayat (2) diatur lebih lanjut

dengan Peraturan Bupati.

BAB X PENYIDIKAN

Pasal 33

- (1) Selain pejabat Penyidik Kepolisian Republik Indonesia, yang bertugas menyidik tindak pidana, penyidikan atas pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Daerah ini dilakukan oleh Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS) di lingkungan Pemerintah Daerah yang pangkatannya ditetapkan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Dalam melaksanakan tugas penyidikan, Penyidik Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1), berwenang:
 - a. menerima, mencari, mengumpulkan dan meneliti keterangan atau laporan dari seseorang berkenaan dengan adanya tindak pidana;
 - b. melakukan tindakan pertama pada saat di tempat kejadian dan melakukan pemeriksaan;
 - c. meminta keterangan dari perusahaan perorangan dan badan hukum sehubungan dengan tindak pidana;
 - d. meminta bantuan tenaga ahli dalam hubungannya dengan pemeriksaan perkara;
 - e. menyuruh berhenti, melarang seseorang meninggalkan ruangan atau tempat pada saat pemeriksaan sedang berlangsung dan memeriksa identitas orang dan atau dokumen yang dibawa;
 - f. mengambil sidik jari dan memotret seseorang yang berkaitan dengan tindak pidana;
 - g. memanggil orang untuk didengar keterangannya dan diperiksa sebagai tersangka atau saksi;
 - h. menghentikan penyidikan setelah mendapat petunjuk dari Penyidik Kepolisian Republik Indonesia, bahwa tidak terdapat cukup bukti, atau peristiwa tersebut bukan merupakan tindak pidana dan selanjutnya memberitahukan hal tersebut kepada Penuntut umum, tersangka, atau keluarganya; dan/atau
 - i. melakukan tindakan lain yang perlu untuk kelancaran penyidikan tindak pidana di bidang perizinan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (3) Dalam melaksanakan tugasnya, penyidik tidak berwenang melakukan penangkapan, penahanan dan/atau penggeledahan.
- (4) Penyidik membuat berita acara setiap tindakan tentang:
 - a. pemeriksaan tersangka;
 - b. pemasukan rumah;
 - c. penyitaan benda;
 - d. pemeriksaan saksi;
 - e. pemeriksaan kejadian.

- (5) Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1), memberitahukan dimulainya penyidikan dan menyampaikan hasil penyidikan kepada penuntut umum melalui Penyidik Kepolisian Republik Indonesia, sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Undang-undang Hukum Acara Pidana.

BAB XI SANKSI PIDANA

Pasal 34

- (1) Setiap orang dan/atau badan hukum yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 31 Peraturan Daerah ini, diancam dengan pidana kurungan paling lama 6 (enam) bulan atau denda paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah).
- (2) Tindak Pidana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah pelanggaran.

BAB XII KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 35

- (1) Izin Usaha yang telah dimiliki Waralaba, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern sebelum berlakunya Peraturan Daerah ini tetap berlaku dan dipersamakan dengan Izin Usaha Pusat Perbelanjaan (IUPP), Izin Usaha Toko Modern (IUTM) dan/ atau Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) berdasarkan Peraturan Daerah ini.
- (2) Izin Usaha Waralaba, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern yang masih dalam proses harus mengikuti Izin Usaha Pusat Perbelanjaan (IUPP), Izin Usaha Toko Modern (IUTM) dan/atau Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) berdasarkan Peraturan Daerah ini.
- (3) Waralaba, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern yang telah beroperasi sebelum diberlakukannya Peraturan Daerah ini dan belum melaksanakan program kemitraan, wajib melaksanakan program kemitraan dalam waktu paling lambat 1 (satu) tahun sejak diberlakukannya Peraturan Daerah ini.

BAB XIII KETENTUAN PENUTUP

Pasal 36

Hal-hal yang belum diatur dalam Peraturan Daerah ini, sepanjang mengenai ketentuan teknis pelaksanaan diatur lebih lanjut dengan Peraturan Bupati.

Pasal 37

Peraturan Daerah ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan. Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Daerah ini dengan penempatannya dalam Lembaran Daerah.

Ditetapkan di Sukadana,
pada tanggal 14 Februari 2013

BUPATI LAMPUNG TIMUR,

ttd

ERWIN ARIFIN

Diundangkan di Sukadana,
pada tanggal 14 Februari 2013

**SEKRETARIS DAERAH
KABUPATEN LAMPUNG TIMUR,**

ttd

I WAYAN SUTARJA

**LEMBARAN DAERAH KABUPATEN LAMPUNG TIMUR TAHUN 2013
NOMOR 11**

PENJELASAN

**ATAS
PERATURAN DAERAH KABUPATEN LAMPUNG TIMUR
NOMOR 11 TAHUN 2013**

TENTANG

PENYELENGGARAAN PASAR MODERN DAN WARALABA

I. UMUM

Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern merupakan landasan konstitusional bagi daerah dalam melakukan penataan dan pembinaan bagi pasar tradisional dan modern, sedangkan pedoman teknisnya telah diatur di dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/M-DAG/PER/12/2008. Perkembangan dan Fenomena pasar modern di Kabupaten Lampung Timur baik yang berskala minimarket telah membawa dampak yang begitu nyata bagi masyarakat baik dari sisi sosial maupun ekonomi, dan kedepan juga sangat mungkin akan lebih berkembang kearah tumbuhnya hypermarket-hypermarket yang bila tidak diantisipasi akan membawa dampak negatif dan membahayakan bagi eksistensi pelaku ekonomi pemodal kecil seperti usaha mikro, kecil, menengah dan koperasi. Dengan pertumbuhan dan perkembangan pasar modern, maka perlu ditata dan dibina agar pedagang mikro, kecil, menengah dan koperasi serta pasar tradisional dapat tumbuh dan berkembang bersama-sama dengan pedagang pasar modern secara serasi, seimbang dan berkeadilan serta jauh dari praktek-praktek monopoli.

Kewenangan yang diberikan Pemerintah pusat kepada pemerintah daerah sebagaimana diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 khususnya Bab IV pasal 12, dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba, adalah kewenangan yang sangat strategis terutama dalam hal penataan dan pengendalian pasar tradisional dan pasar modern juga dalam penyelenggaraan waralaba. Berdasarkan hal tersebut, pembentukan perda penyelenggaraan pasar modern (waralaba) merupakan langkah tepat yang harus dilakukan.

II. PASAL DEMI PASAL

Pasal 1

Cukup jelas.

Pasal 2

Asas “Kemanusiaan” yaitu asas dalam memberikan perlindungan, Pemberdayaan pasar tradisional dan Penataan serta Pengendalian Pasar modern harus memperlakukan pelaku ekonomi yang ada di dalamnya secara manusiawi.

Asas “Keadilan” yaitu asas dalam memberikan perlindungan, Pemberdayaan pasar tradisional dan Penataan serta Pengendalian Pasar modern harus memperlakukan

pelaku ekonomi yang ada di dalamnya secara adil sesuai dengan porsinya.

Asas “Kesamaan Kedudukan” yaitu asas dalam memberikan perlindungan, Pemberdayaan pasar tradisional dan Penataan serta Pengendalian Pasar modern harus memperlakukan pelaku ekonomi yang ada di dalamnya dalam kedudukan sama/setara.

Asas “Kemitraan” yaitu asas dalam memberikan perlindungan, Pemberdayaan pasar tradisional dan Penataan serta Pengendalian Pasar modern harus memperhatikan aspek kemitraan dan kerjasama yang saling menguntungkan.

Asas “Ketertiban dan Kepastian Hukum” yaitu asas yang menjadi landasan keteraturan, keserasian, dan keseimbangan penyelenggaraan perpasaran; serta asas dalam negara hukum yang mengutamakan landasan peraturan perundang-undangan, kepatutan, dan keadilan dalam setiap kebijakan Penyelenggara Negara.

Asas “Kelestarian Lingkungan” yaitu asas dalam memberikan perlindungan, Pemberdayaan pasar tradisional dan Penataan serta Pengendalian Pasar modern harus memperhatikan aspek kelestarian lingkungan.

Asas “Kejujuran Usaha” yaitu asas dalam memberikan perlindungan, Pemberdayaan pasar tradisional dan Penataan serta Pengendalian Pasar modern harus memperhatikan aspek kejujuran dan saling percaya.

Asas “Persaingan Sehat (*Fairnees*)” yaitu asas dalam memberikan perlindungan, Pemberdayaan pasar tradisional dan Penataan serta Pengendalian Pasar modern harus diarahkan untuk tetap menjamin persaingan usaha yang sehat (*fairnees*) antara pelaku ekonomi yang ada di dalamnya.

Pasal 3

Cukup jelas.

Pasal 4

Cukup jelas.

Pasal 5

Cukup jelas.

Pasal 6

Cukup jelas.

Pasal 7

Cukup jelas.

Pasal 8

Cukup jelas.

Pasal 9

Cukup jelas.

Pasal 10

Cukup Jelas.

Pasal 11

Cukup Jelas.

Pasal 12

Ayat (1)

Cukup Jelas.

Ayat (2)

Cukup Jelas.

Ayat (3)

Perjanjian Waralaba memuat :

1. nama dan alamat para pihak yaitu nama dan alamat jelas perusahaan dan nama dan alamat jelas pemilik/penanggung jawab perusahaan yang mengadakan perjanjian yaitu pemberi waralaba dan penerima waralaba;
2. jenis hak kekayaan intelektual, yaitu jenis Hak Kekayaan Intelektual pemberi waralaba seperti merek dan logo perusahaan, desain outlet/gerai, system manajemen/pemasaran atau racikan bumbu masakan yang diwaralabakan;
3. kegiatan usaha yaitu kegiatan usaha yang diperjanjikan seperti perdagangan eceran/ritel, pendidikan, restoran, apotek atau bengkel.
4. hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba yaitu hak yang dimiliki baik oleh pemberi waralaba maupun penerima waralaba, seperti :
 - a. pemberi waralaba berhak menerima fee atau royalty dari penerima waralaba dan selanjutnya pemberi waralaba berkewajiban memberikan pembinaan secara berkesinambungan kepada penerima waralaba; dan
 - b. penerima waralaba berhak menggunakan hak kekayaan intelektual atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba dan selanjutnya penerima waralaba berkewajiban menjaga kode etik/kerahasiaan HAKI atau ciri khas usaha yang diberikan pemberi waralaba.
5. bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba seperti bantuan fasilitas berupa penyediaan dan pemeliharaan komputer dan program IT pengelolaan kegiatan usaha;
6. wilayah usaha yaitu batasan wilayah yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba untuk mengembangkan bisnis waralaba seperti wilayah Sumatra, Jawa dan Bali atau di seluruh Indonesia;
7. jangka waktu perjanjian yaitu batasan waktu mulai dan berakhir perjanjian seperti perjanjian kerja sama ditetapkan berlaku selama (sepuluh) tahun

terhitung sejak surat perjanjian ditandatangani oleh kedua belah pihak;

8. tata cara pembayaran imbalan yaitu tata cara/ketentuan termasuk waktu dan cara penghitungan besarnya imbalan seperti fee atau royalty apabila disepakati dalam perjanjian yang menjadi tanggung jawab penerima waralaba;
9. penyelesaian sengketa yaitu penetapan tempat/lokasi penyelesaian sengketa seperti melalui pengadilan negeri tempat/domisili perusahaan atau melalui pengadilan, arbitrase dengan memperhatikan hukum Indonesia;
10. tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian seperti pemutusan perjanjian tidak dapat dilakukan secara sepihak, perjanjian berakhir sengan sendirinya apabila jangka waktu yang ditetapkan dalam perjanjian telah berakhir. Perjanjian dapat diperpanjang kembali apabila dikehendaki oleh kedua belah pihak dengan ketentuan yang ditetapkan bersama.
11. jaminan dari pihak pemberi waralaba untuk tetap menjalankan kewajiban-kewajibannya kepada penerima waralaba sesuai dengan isi perjanjian hingga jangka waktu perjanjian berakhir.
12. jumlah gerai yang akan dikelola oleh penerima waralaba.

Ayat (4)

Cukup Jelas.

Pasal 13

Cukup Jelas.

Pasal 14

Ayat (1)

Cukup Jelas.

Ayat (2)

Prospektus Penawaran Waralaba memuat :

1. data identitas pemberi waralaba, yaitu fotokopi Kartu Tanda Penduduk atau Paspor pemilik usaha apabila perorangan, dan fotokopi Kartu Tanda Penduduk atau paspor para Pemegang Saham, Komisaris dan Direksi apabila berupa badan usaha;
2. legalitas usaha waralaba, yaitu izin usaha teknis seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Izin Usaha Pariwisata, Surat Izin Pendirian Satuan Pendidikan atau Izin usaha yang berlaku di negeri Pemberi Waralaba;
3. sejarah kegiatan usahanya, yaitu uraian yang mencakup antara lain mengenai pendirian usaha, kegiatan usaha, dan pengembangan usaha;

4. struktur organisasi Pemberi Waralaba, yaitu struktur organisasi usaha Pemberi Waralaba mulai dari Komisaris, Pemegang Saham dan Direksi sampai ke tingkat operasional termasuk dengan Pewaralaba/Franchisee-nya;
5. laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir, yaitu laporan keuangan atau neraca keuangan Perusahaan Pemberi Waralaba 2 (dua) tahun berturut-turut dihitung mundur dari waktu permohonan prospektus penawaran waralaba;
6. jumlah tempat usaha, yaitu outlet/gerai usaha waralaba sesuai dengan kabupaten domisili untuk Pemberi Waralaba Dalam Negeri dan sesuai dengan Negara domisili outlet/gerai untuk Pemberi Waralaba Luar Negeri;
7. daftar penerima waralaba, yaitu daftar nama dan alamat perusahaan dan/atau perseorangan sebagai Penerima waralaba dan perusahaan yang membuat prospektus penawaran waralaba baik yang berdomisili di Indonesia maupun di luar negeri; dan
8. hak dan kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba, yaitu hak yang dimiliki baik oleh Pemberi Waralaba maupun Penerima Waralaba, seperti :
 - a. Pemberi waralaba berhak menerima fee atau royalty dari penerima waralaba dan selanjutnya pemberi waralaba berkewajiban memberikan pembinaan secara berkesinambungan kepada penerima waralaba; dan
 - b. Penerima waralaba berhak menggunakan Hak Kekayaan Intelektual atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba dan selanjutnya penerima waralaba berkewajiban menjaga kode etik/kerahasiaan HKI atau ciri khas usaha yang diberikan pemberi waralaba.

Ayat (3)

Cukup Jelas.

Ayat (4)

Cukup Jelas.

Ayat (5)

Cukup Jelas.

Ayat (6)

Cukup Jelas.

Pasal 15

Cukup Jelas.

Pasal 16

Cukup Jelas.

Pasal 17
Cukup Jelas.

Pasal 18
Cukup Jelas.

Pasal 19
Cukup Jelas.

Pasal 20
Cukup Jelas.

Pasal 21
Cukup Jelas.

Pasal 22
Ayat (1)
Cukup Jelas.

Ayat (2)

Pembinaan yang dilakukan oleh Bupati antara lain:

1. menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan tentang sistem waralaba, baik bagi pemberi waralaba/penerima waralaba dalam negeri maupun bagi pengusaha yang usahanya layak diwaralabakan;
2. merekomendasikan penerima/calon penerima waralaba untuk diberikan keringanan/kemudahan memanfaatkan sarana perpasaran, baik milik pemerintah atau pemerintah daerah maupun milik swasta;
3. memfasilitasi/merekomendasikan pemberi/calon pemberi waralaba dalam negeri yang memiliki produk yang potensial dipromosikan lebih luas untuk mengikuti pameran waralaba, baik di dalam negeri maupun di luar negeri;
4. memfasilitasi sarana klinik bisnis, baik di daerah-daerah maupun pada pameran-pameran di dalam negeri untuk dapat dimanfaatkan para pewaralaba untuk berkonsultasi/berdiskusi tentang permasalahan yang dihadapi;
5. mengupayakan pemberian penghargaan kepada pemberi waralaba dalam negeri yang telah mengembangkan waralabanya dengan, baik dan memberikan manfaat yang baik terhadap perekonomian nasional;
6. memfasilitasi untuk memperoleh bantuan perkuatan permodalan bagi pemberi Waralaba/Penerima Waralaba dalam Negeri, baik melalui instansi terkait maupun melalui unsur perbankan.

Ayat (3)
Cukup Jelas.

Pasal 23
Cukup Jelas.

Pasal 24
Cukup Jelas.

Pasal 25
Cukup Jelas.

Pasal 26
Cukup Jelas.

Pasal 27
Cukup jelas.

Pasal 28
Cukup jelas.

Pasal 29
Cukup jelas.

Pasal 30
Cukup jelas.

Pasal 31
Cukup jelas.

Pasal 32
Cukup jelas.

Pasal 33
Cukup jelas.

Pasal 34
Cukup jelas.

Pasal 35
Cukup jelas.

Pasal 36
Cukup jelas.

Pasal 37
Cukup jelas.

**TAMBAHAN LEMBARAN DAERAH KABUPATEN LAMPUNG TIMUR
NOMOR 08**