



MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA

PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 23 TAHUN 2021
TENTANG
PEDOMAN PENGEMBANGAN, PENATAAN, DAN PEMBINAAN PUSAT
PERBELANJAAN DAN TOKO SWALAYAN

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA,

Menimbang : bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 91 ayat (2), Pasal 94 ayat (3), Pasal 98 ayat (5), dan Pasal 101 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, perlu menetapkan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan;

Mengingat : 1. Pasal 17 ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
2. Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 166, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4916);
3. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 45, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5512);

4. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 245, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6573);
5. Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 39, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6641);
6. Peraturan Presiden Nomor 48 Tahun 2015 tentang Kementerian Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 90);
7. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 80 Tahun 2020 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 1190);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN TENTANG PENGEMBANGAN, PENATAAN, DAN PEMBINAAN PUSAT PERBELANJAAN DAN TOKO SWALAYAN.

Pasal 1

Dalam Peraturan Menteri ini yang dimaksud dengan:

1. Pelaku Usaha adalah orang perseorangan atau badan usaha yang melakukan usaha dan/atau kegiatan pada bidang tertentu.
2. Toko adalah bangunan gedung dengan fungsi usaha yang digunakan untuk menjual barang dan terdiri dari hanya satu penjual.
3. Toko Swalayan adalah Toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis Barang secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, department store, hypermarket, ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.
4. 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.

5. Pasar Rakyat adalah tempat usaha yang ditata, dibangun, dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan/atau Badan Usaha Milik Daerah dapat berupa Toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi serta UMK-M dengan proses jual beli Barang melalui tawar-menawar.
6. Pemasok adalah Pelaku Usaha yang secara teratur memasok barang ke Toko Swalayan dengan tujuan untuk dijual kembali melalui kerja sama usaha.
7. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang selanjutnya disingkat UMK-M adalah usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
8. Kemitraan adalah kerja sama dalam keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan yang melibatkan UMK-M dengan usaha besar.
9. Persyaratan Perdagangan adalah syarat-syarat dalam perjanjian kerja sama antara Toko Swalayan dan/atau pengelola jaringan Toko Swalayan dengan pemasok yang berhubungan dengan pemasokan barang yang diperdagangkan dalam Toko Swalayan.
10. Pemerintah Daerah adalah kepala daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom.
11. Menteri adalah menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Perdagangan.

Pasal 2

- (1) Lokasi pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan mengacu pada:

- a. rencana tata ruang wilayah kabupaten/kota; atau
 - b. rencana detail tata ruang kabupaten/kota.
- (2) Gubernur DKI Jakarta atau bupati/wali kota setempat menetapkan zonasi lokasi pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan yang dimuat dalam rencana detail tata ruang kabupaten/kota.
- (3) Dalam hal rencana detail tata ruang kabupaten/kota sebagaimana dimaksud pada ayat (1) belum tersedia, penetapan zonasi lokasi pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dilakukan berdasarkan rencana tata ruang wilayah kabupaten/kota.

Pasal 3

Penetapan zonasi lokasi pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (2) dan ayat (3) dilaksanakan dengan mempertimbangkan:

- a. kondisi sosial ekonomi masyarakat setempat serta keberadaan Pasar Rakyat dan UMK-M yang ada di zona atau area atau wilayah setempat;
- b. pemanfaatan ruang dalam rangka menjaga keseimbangan antara jumlah Pasar Rakyat dengan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan;
- c. jarak antara Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dengan Pasar Rakyat atau Toko eceran tradisional; dan
- d. standar teknis penataan ruang untuk Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 4

Kondisi sosial ekonomi masyarakat setempat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a meliputi:

- a. struktur penduduk menurut mata pencaharian dan pendidikan;
- b. tingkat pendapatan ekonomi rumah tangga;
- c. tingkat kepadatan dan pertumbuhan penduduk di masing-masing daerah sesuai dengan data sensus Badan Pusat Statistik tahun terakhir;

- d. potensi Kemitraan dengan UMK-M;
- e. potensi penyerapan tenaga kerja;
- f. ketahanan dan pertumbuhan Pasar Rakyat sebagai sarana bagi UMK-M;
- g. ketersediaan fasilitas sosial dan fasilitas umum; dan
- h. dampak positif dan negatif atas pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan terhadap Pasar Rakyat atau Toko eceran tradisonal yang telah ada sebelumnya.

Pasal 5

- (1) Jarak antara Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dengan Pasar Rakyat atau Toko eceran tradisonal sebagaimana dimaksud pada Pasal 3 huruf c ditetapkan oleh Pemerintah Daerah setempat.
- (2) Pendirian Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan wajib mematuhi ketentuan yang ditetapkan oleh Pemerintah Daerah setempat sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
- (3) Pemerintah Daerah setempat dalam menetapkan jarak sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus mempertimbangkan:
 - a. tingkat kepadatan dan pertumbuhan penduduk di masing-masing daerah sesuai data sensus Badan Pusat Statistik tahun terakhir;
 - b. potensi ekonomi daerah setempat;
 - c. aksesibilitas wilayah (arus lalu lintas);
 - d. dukungan keamanan dan ketersediaan infrastruktur;
 - e. perkembangan pemukiman baru;
 - f. pola kehidupan masyarakat setempat; dan/atau
 - g. jam operasional Toko Swalayan yang sinergi dan tidak mematikan usaha Toko eceran tradisional di sekitarnya.

Pasal 6

- (1) Jam operasional supermarket, hypermarket, dan department store wajib memenuhi ketentuan:

- a. untuk hari Senin sampai dengan Jumat pukul 10.00 sampai dengan pukul 22.00 waktu setempat; dan
 - b. untuk hari Sabtu dan Minggu pukul 10.00 sampai dengan Pukul 23.00 waktu setempat.
- (2) Untuk hari besar keagamaan atau libur nasional, serta hari atau kondisi tertentu lainnya, Gubernur DKI Jakarta atau bupati/wali kota dapat menetapkan jam operasional supermarket, hypermarket, dan department store selain jam operasional sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

Pasal 7

- (1) Kemitraan dalam mengembangkan UMK-M di Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan dapat dilakukan dengan pola perdagangan umum dan/atau waralaba.
- (2) Kemitraan dengan pola perdagangan umum sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilakukan dalam bentuk:
 - a. kerja sama pemasaran;
 - b. penyediaan lokasi usaha; dan/atau
 - c. penyediaan pasokan.
- (3) Kerja sama pemasaran sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf a dapat dilakukan dalam bentuk memasarkan barang hasil produksi UMK-M yang dikemas atau dikemas ulang dengan merek pemilik barang, merek Toko Swalayan, atau merek lain yang disepakati dalam rangka meningkatkan nilai jual barang.
- (4) Penyediaan lokasi usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf b dilakukan dalam bentuk menyediakan ruang usaha dalam areal Pusat Perbelanjaan kepada pelaku UMK-M sesuai dengan peruntukkan yang disepakati.
- (5) Pengelola Pusat Perbelanjaan wajib menyediakan dan/atau menawarkan:
 - a. ruang usaha yang strategis dan proporsional dalam rangka kemitraan dengan harga jual atau biaya sewa sesuai kemampuan kepada usaha mikro dan usaha kecil; dan/atau

- b. ruang promosi dan/atau ruang usaha yang strategis dan proporsional untuk pencitraan dan/atau pemasaran produk dalam negeri dengan merek dalam negeri.
- (6) Ruang usaha yang strategis sebagaimana dimaksud pada ayat (5) berada di lokasi yang mudah diakses pengunjung.
 - (7) Kewajiban menyediakan ruang usaha dan/atau ruang promosi untuk usaha mikro dan usaha kecil dan/atau pemasaran produk dalam negeri dengan merek dalam negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (5) paling sedikit 30% (tiga puluh persen) dari luas areal Pusat Perbelanjaan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
 - (8) Penyediaan pasokan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf c dilakukan dalam bentuk penyediaan barang dari Pemasok ke Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Swalayan.
 - (9) Kemitraan dengan pola waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan berdasarkan peraturan perundang-undangan mengenai waralaba.

Pasal 8

Dalam pengembangan Kemitraan antara Pusat Perbelanjaan dan/atau Toko Swalayan dengan UMK-M, dilakukan dalam bentuk penyediaan fasilitasi berupa:

- a. pelatihan;
- b. konsultasi;
- c. pasokan Barang;
- d. permodalan; dan/atau
- e. bentuk bantuan lainnya.

Pasal 9

- (1) Pelaku usaha Toko Swalayan yang melakukan kerja sama pasokan barang wajib mengikutsertakan pelaku UMK-M.
- (2) Pasokan barang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus mengutamakan produksi dalam negeri.

Pasal 10

- (1) Pelaku Usaha hanya dapat memiliki paling banyak 150 (seratus lima puluh) gerai Toko Swalayan yang dimiliki dan dikelola sendiri.
- (2) Dalam hal Pelaku Usaha telah memiliki 150 (seratus lima puluh) gerai Toko Swalayan dan akan melakukan penambahan gerai Toko Swalayan lebih lanjut, Pelaku Usaha wajib mewaralabakan setiap gerai Toko Swalayan yang ditambahkan.

Pasal 11

- (1) Perjanjian kerja sama antara Pemasok dengan Toko Swalayan harus memuat Persyaratan Perdagangan paling sedikit mengenai:
 - a. Pemasok hanya dapat dikenakan biaya yang berhubungan langsung dengan penjualan barang;
 - b. besarnya biaya yang dikenakan sebagaimana dimaksud pada huruf a paling banyak 15% (lima belas persen) dari keseluruhan biaya Persyaratan Perdagangan di luar potongan harga regular.
 - c. Pemasok dan Toko Swalayan bersama-sama membuat perencanaan promosi, baik untuk barang baru maupun untuk barang lama untuk jangka waktu yang telah disepakati;
 - d. penggunaan jasa distribusi Toko Swalayan boleh dipaksakan kepada Pemasok yang dapat mendistribusikan barangnya sendiri sepanjang memenuhi kriteria (waktu, mutu, harga barang, jumlah) yang disepakati kedua belah pihak;
 - e. Pemasok dapat dikenakan denda apabila tidak memenuhi jumlah dan ketepatan waktu pasokan;
 - f. Toko Swalayan dapat dikenakan denda apabila tidak memenuhi pembayaran tepat pada waktunya;
 - g. denda sebagaimana dimaksud pada huruf e dan huruf f dikenakan sesuai kesepakatan kedua belah pihak;

- h. Toko Swalayan dapat mengembalikan barang yang baru dipasarkan kepada Pemasok tanpa dikenakan sanksi sepanjang setelah dievaluasi dalam jangka waktu 3 (tiga) bulan tidak memenuhi target yang telah ditetapkan bersama; dan
 - i. Toko Swalayan harus memberikan informasi tertulis paling sedikit 3 (tiga) bulan sebelumnya kepada Pemasok apabila akan melakukan *stop order delisting* atau mengurangi jenis barang atau SKU (*stock keeping unit*) Pemasok.
- (2) Biaya yang dapat dikenakan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a berupa:
- a. potongan harga regular tidak berlaku bagi Pemasok yang memberlakukan sistem harga netto yang dipublikasikan secara transparan ke semua Toko Swalayan dan disepakati dengan Toko Swalayan;
 - b. potongan harga tetap dilakukan secara periodik paling lama 3 (tiga) bulan paling banyak 1% (satu persen);
 - c. jumlah dari potongan harga regular ditentukan berdasarkan persentase terhadap transaksi penjualan dari Pemasok ke Toko Swalayan, baik pada saat transaksi maupun secara periodik;
 - d. potongan harga khusus yang diberikan oleh Pemasok dari total pembelian bersih termasuk retur barang, apabila Toko Modern dapat mencapai 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), kelebihannya mendapat potongan harga khusus paling banyak sebesar 5% (lima persen); atau

- 3) melebihi jumlah yang ditargetkan di atas 115% (seratus lima belas persen), kelebihannya mendapat potongan harga khusus paling banyak sebesar 10% (sepuluh persen).
- e. potongan harga promosi diberikan kepada pelanggan atau Konsumen akhir dalam waktu yang dibatasi sesuai kesepakatan antara Toko Swalayan dengan Pemasok;
 - f. biaya promosi yang dibebankan kepada Pemasok oleh Toko Modern sesuai kesepakatan kedua belah pihak yang terdiri dari:
 - 1) biaya promosi melalui media massa atau cetakkan seperti brosur atau *mailer*, yang ditetapkan secara transparan dan wajar sesuai dengan tarif dari media dan biaya kreativitas lainnya;
 - 2) biaya promosi pada Toko setempat dikenakan hanya untuk area promosi di luar display atau pajangan regular Toko seperti *floor display*, gondola promosi, *block shelving*, tempat kasir, *wing gondola*, papan reklame di dalam dan di luar Toko, dan tempat lain yang digunakan untuk tempat promosi;
 - 3) biaya promosi untuk mempromosikan barang milik Pemasok seperti *sampling*, *demo* barang, hadiah, *games*, dan lain-lain;
 - 4) biaya yang dikurangkan atau dipotongkan atas aktivitas promosi dilakukan paling lama 3 (tiga) bulan setelah acara berdasarkan konfirmasi kedua belah pihak; dan
 - 5) biaya promosi yang belum digunakan harus dimanfaatkan untuk aktivitas promosi lainnya baik pada periode yang bersangkutan maupun untuk periode yang berikutnya dalam jangka waktu 3 (tiga) bulan sesuai kesepakatan kedua belah pihak.

- g. biaya yang dikeluarkan untuk promosi barang baru sudah termasuk di dalam biaya promosi sebagaimana dimaksud pada huruf f;
- h. biaya lain di luar biaya sebagaimana dimaksud pada huruf f tidak diperkenankan untuk dibebankan kepada Pemasok;
- i. biaya administrasi pendaftaran barang hanya untuk barang baru dengan besaran biaya:
 - 1) untuk hypermarket paling banyak Rp150.000,00 (seratus lima puluh ribu rupiah) untuk setiap jenis barang setiap gerai dengan biaya paling banyak Rp10.000.000,00 (sepuluh juta rupiah) untuk setiap jenis barang di semua gerai;
 - 2) untuk supermarket paling banyak Rp75.000,00 (tujuh puluh lima ribu rupiah) untuk setiap jenis barang setiap gerai dengan biaya paling banyak Rp10.000.000,00 (sepuluh juta rupiah) untuk setiap jenis barang di semua gerai; dan
 - 3) untuk minimarket paling banyak Rp50.000,00 (lima puluh ribu rupiah) untuk setiap jenis barang setiap gerai dengan biaya paling banyak Rp20.000.000,00 (dua puluh juta rupiah) untuk setiap jenis barang di semua gerai.
- j. perubahan biaya administrasi pendaftaran barang sebagaimana dimaksud pada huruf i dapat disesuaikan setiap tahun berdasarkan perkembangan inflasi.

Pasal 12

Perjanjian kerja sama antara Pemasok dengan department store harus memuat Persyaratan Perdagangan yang memenuhi ketentuan:

- a. tidak memberlakukan biaya Persyaratan Perdagangan; dan

- b. Pemasok barang ke department store hanya dikenakan biaya margin dan dapat dikenakan tambahan biaya-biaya lain sesuai kesepakatan kedua belah pihak.

Pasal 13

Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan harus berlaku adil dan wajar dalam pemberian pelayanan kepada mitra usaha, baik sebagai pemilik, penyewa ruangan usaha, atau sebagai Pemasok, sesuai perjanjian kedua belah pihak.

Pasal 14

- (1) Perjanjian kerja sama usaha pemasokan Barang antara pemasok dengan Pelaku Usaha Toko Swalayan dan Perjanjian sewa menyewa atau jual beli antara Pusat Perbelanjaan dan pemilik atau penyewa ruangan usaha di dalam Pusat Perbelanjaan harus dibuat dalam bahasa Indonesia dan dalam mata uang rupiah serta berdasarkan hukum Indonesia.
- (2) Dalam hal perjanjian kerja sama sebagaimana dimaksud pada ayat (1) melibatkan pihak asing, perjanjian kerja sama ditulis juga dalam bahasa asing atau bahasa Inggris.

Pasal 15

Dalam hal Pelaku Usaha telah memiliki lebih dari 150 (seratus lima puluh) gerai Toko Swalayan sebelum Peraturan Menteri ini berlaku, Pelaku Usaha tetap dapat mempertahankan kepemilikan gerai Toko Swalayan tersebut dan wajib mewartalabakan setiap gerai Toko Swalayan yang ditambahkan setelah Peraturan Menteri ini berlaku.

Pasal 16

Pada saat Peraturan Menteri ini mulai berlaku, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Swalayan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 1520) sebagaimana

telah diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 56/M-DAG/PER/9/2014 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Swalayan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 1342), dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

Pasal 17

Peraturan Menteri ini mulai berlaku setelah 30 (tiga puluh) hari dihitung sejak tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Menteri ini dengan penempatannya dalam Berita Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 1 April 2021

MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

MUHAMMAD LUTFI

Diundangkan di Jakarta
pada tanggal 1 April 2021

DIREKTUR JENDERAL
PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

WIDODO EKATJAHJANA

BERITA NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2021 NOMOR 279

Salinan sesuai dengan aslinya

Sekretariat Jenderal

Kementerian Perdagangan

Kepala Biro Hukum,



Sri Hariyati