

**KEHADIRAN USAHA WARALABA ALFAMART
DAN INDOMARET TERHADAP WARUNG-
WARUNG KECIL DITINJAU DARI UNDANG-
UNDANG NO. 20 TAHUN 2008¹**

Oleh: Intan Angela Rahayu²

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan UU No. 20 Tahun 2008 terhadap hadirnya usaha waralaba modern Alfamart dan Indomart yang semakin mendominasi warung - warung kecil di sekitarnya dan bagaimana peranan dari pemerintah dalam usaha mewujudkan pertumbuhan ekonomi, dan pemerataan serta peningkatan pendapatan rakyat dalam usaha mikro, kecil dan menengah atas kehadiran usaha waralaba khususnya Indomart dan Alfamart yang semakin mendominasi di Indonesia, yang dengan menggunakan metode penelitian hukum normatif disimpulkan bahwa: 1. Hadirnya UU No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah seharusnya membawa dampak yang lebih baik lagi bagi UMKM yang sebelumnya menggantikan UU No.9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil. Namun nyatanya sampai pada saat setelah revisi undang-undang yang baru dominasi usaha yang memiliki modal besar seperti Alfamart dan Indomart semakin berkembang. Penerapan UU No.20 Tahun 2008 adalah untuk memberdayakan UMKM agar dapat meningkatkan kemampuan dan peran serta dalam perekonomian nasional. Pemberdayaan UMKM ini dilihat dari penetapan kebijakan pemberdayaan UMKM dalam penumbuhan iklim usaha bagi usaha kecil yang meliputi; pendanaan/penyediaan sumber dana, tata cara dan syarat pemenuhan kebutuhan dana, persaingan, prasarana, informasi, kemitraan, perijinan, dan perlindungan. Namun dalam hal ini pemberdayaan UMKM masih banyak mengalami kendala atau permasalahan yang sering dikeluhkan oleh UMKM khususnya usaha kecil. 2. Pemberdayaan UMKM merupakan salah satu strategi pemerintah untuk mensejahterakan masyarakat. Kebijakan demikian dengan jelas diatur dalam Undang-

Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Sebagai konsekuensi diundangkannya peraturan ini, pemerintah harus terus berupaya untuk mengembangkan UMKM dengan memberikan bantuan baik berupa permodalan, pemasaran, pelatihan dan pendidikan. Hal ini tidak terlepas dengan campur tangan pemerintah baik di pusat maupun di daerah, khususnya pemerintah daerah yang lebih mengetahui kondisi di daerah. Dalam hal ini peranan Pemerintah dan Pemerintah Daerah menumbuhkan Iklim Usaha dengan menetapkan peraturan perundang-undangan dan kebijakan yang meliputi aspek pendanaan, sarana prasarana, informasi usaha, kemitraan, perizinan usaha, kesempatan berusaha, promosi dagang, dan dukungan kelembagaan. Sebagai fasilitator, pemerintah memiliki peran dalam memfasilitasi UMKM untuk mencapai tujuan pengembangan usaha yang dimiliki oleh UMKM. Jika UMKM mempunyai kelemahan di bidang produksi, tugas fasilitator adalah memberikan kemampuan UMKM dengan berbagai cara. Peran pemerintah sebagai regulator adalah membuat kebijakan-kebijakan sehingga mempermudah usaha UMKM dalam mengembangkan usahanya. Dan peran pemerintah daerah sebagai katalisator pengembangan UMKM adalah mempercepat proses berkembangnya UMKM menjadi *fast moving enterprise*. *Fast moving enterprise* merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar.

Kata kunci: waralaba;

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Pertumbuhan perekonomian yang semakin pesat menimbulkan dampak persaingan usaha yang semakin ketat. Para pelaku ekonomi berlomba-lomba berinovasi dalam menjalankan usahanya (*bussines*), agar usaha tersebut dapat lebih berkembang (*expand*). Perluasan usaha tersebut bisa dengan cara membuat perusahaan baru, atau membeli perusahaan yang sudah dibangun dengan nama baik atau dengan sistem waralaba (*franchising*). Waralaba adalah bentuk kerja sama franchisor (pihak yang memiliki sistem atau cara dalam bisnis) memberikan izin atau haknya kepada

¹ Artikel Skripsi. Dosen Pembimbing: Deizen Rompas, S.H., M.H; Bobby Pinasang, S.H., M.H

² Mahasiswa pada Fakultas Hukum Unsrat, NIM. 16071101339

franchisee (pihak yang membeli waralaba atau sistem dari franchisor sehingga berhak menjalankan bisnis sesuai dengan cara yang dikembangkan oleh *franchisor*) untuk menggunakan hak intelektualnya, seperti nama, merek dagang, produk/jasa, dan sistem operasi usahanya dalam jangka waktu tertentu. Berdasarkan peraturan pemerintah Republik Indonesia No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba Pasal 1 ayat 1 "Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dan ciri khas usaha dalam memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba."³

B. Rumusan masalah

1. Bagaimana penerapan UU No. 20 Tahun 2008 terhadap hadirnya usaha waralaba modern Alfamart dan Indomart yang semakin mendominasi warung - warung kecil di sekitarnya?
2. Bagaimana peranan dari pemerintah dalam usaha mewujudkan pertumbuhan ekonomi, dan pemerataan serta peningkatan pendapatan rakyat dalam usaha mikro, kecil dan menengah atas kehadiran usaha waralaba khususnya Indomaret dan Alfamart yang semakin mendominasi di Indonesia?

C. Metode Penelitian

Ditinjau dari tipenya, maka tipe penelitian ini adalah penelitian hukum normatif atau juga disebut penelitian doktrinal.

PEMBAHASAN

A. Penerapan Undang- Undang No. 20 Tahun 2008 Terhadap Hadirnya Usaha Waralaba Modern Alfamart dan Indomaret Yang Semakin Mendominasi Warung- Warung Kecil Di Sekitarnya.

Pada bagian Menimbang dalam UU No.20 Tahun 2008 ini pada huruf a. disebutkan "Bahwa masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 harus diwujudkan melalui pembangunan perekonomian nasional berdasarkan demokrasi

ekonomi."⁴ Hal ini berarti bahwa perekonomian diharapkan mampu membangun taraf hidup masyarakat Indonesia.

Kemudian di dalam BAB I Ketentuan umum Pasal 1 No.2 disebutkan, usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang ini.⁵

Kemudian dalam Pasal 3 disebutkan bahwa, "Usaha Mikro, Kecil dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan."⁶ Dengan demikian hal yang diharapkan tercapai oleh undang-undang tersebut adalah masyarakat adil dan makmur dan konsep keadilan sosial ekonomi merupakan aspek normatif yang kuat dan menghinggapai para pemikir politik dan ekonomi Indonesia dari sejak sebelum kemerdekaan.⁷

Pengembangan pengusaha kecil dan menengah harus dimulai dengan memperjelas pembagian jalur usaha antara pengusaha besar, menengah, kecil. Pengusaha kecil akan sulit berkembang jika jalur usaha mereka juga dimasuki oleh pengusaha menengah ataupun pengusaha besar yang memiliki kemampuan modal dan manajemen yang lebih unggul.⁸

Kesalahan kebijakan melahirkan konsentrasi kekuasaan dan ekonomi mempunyai andil yang tidak kecil atas keterpurukan UKM selama kebijakan tidak memberikan keuntungan kepada UKM. Semua sumber daya hanya akan bergerak pada salah satu pihak pelaku usaha yang mendominasi. Fokus kebijaksanaan ekonomi pada Usaha Kecil merupakan suatu keharusan apabila kita memperhatikan mereka adalah mayoritas pelaku usaha di Indonesia.⁹

⁴ UU No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

⁵ UU No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Pasal 1 angka 2.

⁶ UU No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Pasal 3

⁷ Sukma Yogyantara, *Op.cit*, hlm. 27.

⁸ *Ibid*, hlm.25.

⁹ *Ibid*, hlm.28.

³ Endang Purwaningsih dkk, "UMKM Aspek Hukum dan Manajemen Pemasaran Produk", Empatdua, Malang, 2018, hlm. 97.

Usaha Kecil yang saat ini butuh perhatian khusus dari pemerintah adalah warung-warung kecil/ toko kelontong. Saat ini banyak usaha waralaba yang sudah mendominasi di berbagai daerah salah satunya Alfamart dan Indomaret. Karena kehadiran Alfamart dan Indomaret sehingga membawa dampak khusus bagi warung-warung kecil disekitarnya. Bahkan dampak tersebut berakibat pada matinya warung-warung kecil tertentu disekitarnya. Dalam hal ini pelaku usaha kecil merasa dirugikan, dari segi ekonomi keluarga tidak tercukupi karena usaha warung yang dimiliki merupakan salah satu sumber nafkah pelaku usaha kecil tersebut. Karena kehadiran Alfamart dan Indomaret sehingga banyak yang memilih untuk berbelanja di Alfamart dan Indomaret dibandingkan warung-warung kecil. Sebaiknya dalam hal ini pemerintah memberikan kebijakan mengenai pembatasan bagi usaha waralaba dalam menjalankan usahanya dalam suatu daerah dengan mempertimbangkan kondisi tertentu, seperti keberadaan warung-warung kecil disekitarnya, sehingga tidak menutupi perekonomian masyarakat disekitarnya yang melakukan usaha kecil dalam upaya mencari nafkah. Seperti yang disebutkan sebelumnya bahwa Usaha Kecil merupakan bagian penting dalam strategi pembangunan dengan arah jangka panjang yang jelas. Usaha Kecil merupakan sekoci penyelamat ekonomi Indonesia dari sejak sebelum kemerdekaan. Oleh karena itu, apabila Usaha Kecil ini mati, maka perekonomian di Indonesiapun akan terganggu.

Dampak kebijakan yang terjadi pada kondisi sekarang ataupun kondisi yang akan datang diduga pendirian Alfamart dan Indomaret akan semakin berkembang dan usaha kecil seperti warung-warung kecil akan semakin tersingkir dan akan mengakibatkan kerugian bagi pelaku usaha kecil. Selain itu juga, pendirian Alfamart seringkali bersamaan dengan pendirian Indomaret didekatnya, sehingga warung-warung yang berada di sekitarnya gulung tikar karena kehadiran dua minimarket ini secara bersamaan.

Hadirnya UU No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah seharusnya membawa dampak yang lebih baik lagi bagi UMKM yang sebelumnya menggantikan UU No.9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil. Karena

fakta sebelumnya banyak oknum tertentu dalam pemerintahan yang memberikan *privilege*/hak istimewa kepada pengusaha-pengusaha tertentu/ pelaku-pelaku usaha yang memiliki modal besar sementara masyarakat umum dikorbankan. Permainan-permainan tender pemerintahan, pemberian proteksi dan subsidi yang membangkitkan kontroversi, pendomplengan atas hak-hak monopoli negara, atau praktik-praktik yang menjurus pada perbuatan kartel.¹⁰

Praktik penyelenggaraan ekonomi negara seperti itu sesungguhnya menghalangi bekerjanya mekanisme pasar secara efisien dan memberikan andil bagi terpuruknya perekonomian Indonesia.¹¹ Itulah yang terjadi sebelum adanya revisi peraturan perundang-undangan yang baru. Namun nyatanya sampai pada saat setelah revisi undang-undang yang baru dominasi usaha yang memiliki modal besar seperti Alfamart dan Indomaret semakin berkembang.

Seiring kemajuan dan perkembangan zaman pada era globalisasi saat ini, Alfamart dan Indomaret tidak hanya dihubungkan dengan transaksi jual beli barang tetapi juga berhubungan dengan gaya hidup masyarakat yang lebih memilih berbelanja di minimarket dibandingkan di warung-warung kecil, sehingga berkembanglah Alfamart dan Indomaret dalam segi teknologi pemasaran/penjualan, pelayanan, dan sebagainya.¹²

Penerapan UU No.20 Tahun 2008 adalah untuk memberdayakan UMKM agar dapat meningkatkan kemampuan dan peran serta dalam perekonomian nasional. Pemberdayaan UMKM ini dilihat dari penetapan kebijakan pemberdayaan UMKM dalam penumbuhan iklim usaha bagi usaha kecil yang meliputi; pendanaan/penyediaan sumber dana, tata cara dan syarat pemenuhan kebutuhan dana, persaingan, prasarana, informasi, kemitraan, perijinan, dan perlindungan.¹³

¹⁰ Susanti Adi Nugroho, *Op.cit.*, hlm.12.

¹¹ *Ibid.*

¹² Mujahid, "Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Warung Kecil di Kota Makassar", Sinar Manajemen, Vol.5, No.1, Februari 2018, hlm.2.

¹³ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan Antara Pemerintah, Pemerintahan Daerah Provinsi, Dan Pemerintahan Daerah Kabupaten/Kota.

Dalam pendanaan/penyediaan sumber, terdapat lembaga keuangan perbankan dan lembaga keuangan non perbankan sebagai sumber dana bagi UMKM. Lembaga keuangan perbankan memiliki fungsi sebagai perantara antara kelompok masyarakat yang kelebihan dana dengan kelompok masyarakat yang mengalami kekurangan dana. Dalam hal ini terbagi lembaga keuangan perbankan/Bank dan Modal Ventura. Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sedangkan Modal Ventura adalah salah satu alternatif pendanaan bagi pelaku usaha selain bank. Selain itu juga terdapat lembaga keuangan non perbankan, yang menyalurkan dana bagi berbagai kegiatan usaha mikro dan kecil yang sumbernya berasal dari Pemerintah dan swasta/BUMN/BUMD dan Pegadaian.¹⁴

Namun dalam hal ini pemberdayaan UMKM masih banyak mengalami kendala atau permasalahan yang sering dikeluhkan oleh UMKM khususnya usaha kecil. Dalam hal akses pendanaan/penyediaan sumber dana atau tata cara dan syarat pemenuhan kebutuhan dana UMKM sering mengalami kendala, akibatnya UMKM kesulitan dalam meningkatkan kapasitas usahanya atau mengembangkan produk-produk yang mampu bersaing. Sebagian besar UMKM belum cukup tersentuh oleh pelayanan lembaga keuangan formal (bank) karena berbagai macam hal yang menghambat sehingga para pelaku UMKM sulit untuk mendapatkan akses kredit perbankan. Salah satu alasannya adalah Bank enggan mengalokasikan tenaga dan kredit untuk melayani kredit usaha kecil karena dianggap tidak efisien dan beresiko tinggi.¹⁵ Sehingga tidak sedikit dari UMKM terpaksa memanfaatkan jasa lembaga keuangan mikro

yang tradisional meskipun dengan beban dan resiko yang cukup memberatkan demi mempertahankan kelangsungan hidup usahanya.¹⁶

Pemberdayaan UMKM khususnya usaha kecil dalam hal persaingan di tengah arus globalisasi harus menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk, menentukan harga jual produk, promosi dan sebagainya. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, terutama dalam hal bersaing dengan usaha yang memiliki modal besar. UMKM di Indonesia adalah usaha kecil sektor informal dan pada umumnya menggunakan bahan baku lokal dengan pasar lokal, itulah sebabnya tidak terpengaruh secara langsung oleh krisis ekonomi global.¹⁷ Pemberdayaan UMKM dalam hal prasarana dilakukan untuk meningkatkan efisiensi usaha khususnya usaha kecil, dimana sarana prasarana ini sangat dibutuhkan oleh usaha kecil dalam mendukung usahanya agar lebih berkembang.

Dalam hal pemberdayaan informasi untuk UMKM masih juga mengalami permasalahan, khususnya informasi pasar. Hal tersebut menjadi kendala dalam hal memasarkan produk-produk dari UMKM, karena dengan terbatasnya akses informasi pasar yang mengakibatkan rendahnya orientasi pasar dan lemahnya daya saing di tingkat global. Miskinnya informasi mengenai pasar, menjadikan UMKM tidak dapat mengarahkan pengembangan usahanya secara jelas dan fokus, sehingga perkembangannya mengalami stagnasi/tidak berjalan/macet.¹⁸

Pemberdayaan dalam kemitraan juga diupayakan. Kemitraan UMK dengan waralaba yang secara filosofis didasarkan sila kelima "Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia" berkenaan dengan kesejahteraan rakyat dan ekonomi kerakyatan. Hal ini menunjukkan

¹⁴ Erika Lismawarni, "Sumber Dan Fasilitas Pendanaan Bagi UMKM", https://www.academia.edu/11595540/Modul_5_Sumber_Dan_Fasilitas_Pendanaan_Bagi_UMKM, Diakses pada 18 September 2019, Pukul 14.55.

¹⁵ Kurniasih Miftakhul Jannah, "Tiga Penyebab UMKM Sulit Dapat Kredit Dari Bank", <https://economy.okezone.com/read/2015/06/15/457/1165615/tiga-penyebab-umkm-sulit-dapat-kredit-dari-bank>, Diakses pada 18 September 2019, Pukul 15.17.

¹⁶ Ussi Ussisa, "Problematika Apa Saja Yang Dialami UMKM Di Indonesia?", <https://www.kompasiana.com/ussisa/565e27124623bdb70eba545b/problematika-apa-saja-yang-dihadapi-umkm-di-indonesia?page=all>, Diakses pada 18 September 2019, Pukul 15.21.

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ Sudaryanto, "Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas ASEAN", <https://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/strategi%20pemberdayaan%20umkm>, Diakses pada 18 September 2019, Pukul 17.17.

bahwa “Negara hendak mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia”.¹⁹

Penelitian mengenai kemitraan UMK dengan waralaba didasarkan pada Pasal 33 ayat (4) UUD 1945. Salah satu prinsip perekonomian nasional dan kesejahteraan sosial adalah efisiensi berkeadilan, yang artinya pelaksanaan perekonomian dan pencapaian kesejahteraan sosial didasarkan pada efisiensi berkeadilan. Kemitraan UMK dengan waralaba saat ini masih didasarkan pada Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Kedua Peraturan Pemerintah ini masih menggunakan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil sebagai dasarnya (Konsideran pada bagian Mengingat).

Padahal Undang-Undang ini sudah dicabut dan dinyatakan tidak berlaku lagi, sebagaimana telah dinyatakan dalam pasal 42 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dengan latar belakang tersebut maka, ketentuan kemitraan belum sepenuhnya mencerminkan hubungan yang berkeadilan antara pengusaha besar dan UMK, dan ketentuan pada pasal 3 dan 8 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 masih mencerminkan prinsip kapitalis yang menguntungkan usaha besar.²⁰

Seharusnya kemitraan yang dibangun adalah kemitraan sebagaimana yang dinyatakan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM Pasal 2 yang menyatakan UMKM berasaskan efisiensi berkeadilan dan Pasal 26 tentang pola kemitraan. Dengan uraian di atas maka kemitraan antara pengusaha kecil dan pengusaha yang memiliki modal besar pada saat ini belum mencerminkan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Dengan kata lain, ekonomi kerakyatan yang berbasis efisiensi berkeadilan belum terimplementasikan. Praktik yang berlangsung dewasa ini, usaha kecil belum mendapatkan tempat yang seimbang atau dalam hal ini seharusnya usaha kecil dan waralaba khususnya Alfamart dan Indomaret

mendapatkan posisi yang seimbang atau saling menguntungkan, bukannya salah satu pihak yang dirugikan. Artinya dalam hal ini usaha kecil seperti warung-warung kecil masih tersisih, tidak mampu bersaing, dan tidak terlindungi.²¹

Kekuatan ekonomi terbanyak adalah UMKM. Dengan demikian waralaba beroperasi di Indonesia menciptakan usaha adil, kondusif dan berdaya saing, bila tercapai akan lahir apa yang dinamakan dengan investasi berkeadilan. Salah satu cara investasi berkeadilan adalah kemitraan antara usaha kecil khususnya warung-warung kecil dengan waralaba khususnya Alfamart dan Indomaret secara menguntungkan (*mutual partnership*).²²

Salah satu bentuk kerjasama yang menguntungkan antara warung-warung kecil dengan Alfamart dan Indomaret adalah dalam hal pemberian pendampingan dan penyuplaian barang dari Alfamart ke warung tradisional. Menurut President Direktur Alfamart Anggara Hans Prawira, toko Alfamart yang menjadi penyuplai barang ke warung-warung sudah sekitar 1900 toko. Satu toko ditargetkan dapat menyuplai sekitar 7 warung kecil yang berada di sekitarnya. Selain menyuplai barang, Alfamart juga akan memberikan pendampingan terkait dengan strategi penjualan barang kepada pemilik warung. Salah satu pendampingan adalah terkait dengan membaca tren penjualan. Tujuan kerjasama ini adalah untuk menyelamatkan industri retail tradisional dari modern. Kerjasama ini memotong mata rantai logistik agar usaha kecil seperti warung kecil dapat menjual barang dengan harga yang bersaing. Selain itu membantu warung supaya tidak terjebak dalam *walking capital* yang tidak bergerak.²³

Selain itu juga bentuk kemitraan yang saling menguntungkan diantara usaha kecil dengan usaha waralaba Alfamart Indomaret yaitu dimana mewajibkan usaha waralaba Alfamart dan Indomaret untuk menyediakan setidaknya 10% dari luas wilayah penjualan bagi usaha kecil atau menjadikan usaha kecil sebagai rekanan pemasok barang dari hasil industri

¹⁹ Arief Wisnu Wardhana, Tesis: “Pengaturan Hukum Kemitraan Waralaba Dengan Usaha Mikro Kecil (UMK) Berbasis Asas Efisiensi Berkeadilan Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Kerakyatan”, UMP, Palembang, 2016, hlm.4.

²⁰ *Ibid*, hlm.5.

²¹ *Ibid*, hlm.7.

²² *Ibid*, hlm.9.

²³ Alfian Hilmi, “Alfamart Jalin Kemitraan Dengan Warung Kecil, Seperti Apa?”, <https://bisnis.tempo.co/read/1034918/alfamart-jalin-kemitraan-dengan-warung-kecil-seperti-apa>, Diakses pada 18 September 2019, Pukul.20.02.

tradisional. Kemitraan usaha dalam bidang toko modern atau pasar modern secara khusus diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/M-DAG/Per/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern. Kemitraan usaha dalam bisnis ritel dan pola perdagangan umum (*general trading*) dapat dilakukan dalam bentuk kerjasama pemasaran, penyediaan lokasi usaha, atau penerimaan pasokan dari pemasok kepada toko modern yang dilakukan secara terbuka. Misalnya memasarkan barang produksi usaha kecil yang dikemas ulang dengan merek pemilik barang, merek toko modern atau merek toko lain yang disepakati dalam rangka meningkatkan nilai jual barang, selain itu juga dapat melalui memasarkan barang/produk hasil usaha kecil melalui etalase atau *outlet* dari toko modern.²⁴

Pemberdayaan yang mengalami kendala adalah dalam hal perizinan dan birokrasi serta tingginya tingkat pungutan. Dimana ada banyak prosedur yang harus diikuti dengan biaya yang tidak murah dan jangka waktu yang lama. Hal ini sedikit banyak terkait dengan kebijakan perekonomian pemerintah yang dinilai tidak memihak pihak kecil seperti usaha kecil tetapi lebih mengakomodir kepentingan dari para pengusaha yang memiliki modal besar. Merujuk pada permasalahan yang dialami oleh usaha kecil, saat ini berkomitmen melakukan upaya di segala sektor untuk memperbaiki tingkat kemudahan berusaha atau *Ease of Doing Business* (EODB) di Indonesia, termasuk sektor UMKM. Upaya memperbaiki tingkat kemudahan berusaha tersebut diwujudkan melalui perbaikan regulasi di berbagai sektor mulai dari memulai usaha, hingga perlindungan terhadap pemilik saham minoritas; mempercepat standar waktu pelayanan dengan menyederhanakan prosedur atau melakukan inovasi lainnya; melakukan sosialisasi lebih efektif terhadap regulasi yang dianggap dapat mendorong kemudahan berusaha di Indonesia;

dan peningkatan pelayanan melalui sistem online.²⁵

B. Peranan Pemerintah Dalam Usaha Mewujudkan Pertumbuhan Ekonomi, Dan Pemerataan Serta Peningkatan Pendapatan Rakyat Dalam UMKM.

UMKM di Indonesia sendiri telah berperan sebagai pelaku utama kegiatan ekonomi, penyedia kesempatan kerja dan penggerak ekonomi daerah serta masyarakat. UMKM dapat dikatakan salah satu solusi masyarakat untuk tetap bertahan dalam menghadapi krisis ekonomi dengan hal ini maka persoalan pengangguran sedikit banyak dapat tertolong dan implikasinya juga dalam hal pendapatan. Melihat peranan UMKM pada perekonomian yang semakin penting, UMKM seharusnya mendapat perhatian yang semakin besar dari para pengambil kebijakan, khususnya lembaga pemerintahan yang bertanggung jawab atas perkembangan UMKM itu sendiri. Adanya suatu campur tangan dari pemerintah terhadap UMKM itu sendiri akan sangat berdampak pada keberlangsungannya, seperti yang diungkapkan George J. Stigler dalam Mandala Harefa (2008: 206), bahwa "Regulasi adalah seperangkat aturan yang dimaksudkan untuk memberikan perlindungan dan manfaat untuk masyarakat pada umumnya atau pada sekelompok masyarakat". Maka dari itu strategi pemerintah sangat penting peranannya dalam memberdayakan UMKM.²⁶

Pemberdayaan UMKM merupakan salah satu strategi pemerintah untuk mensejahterakan masyarakat. Kebijakan demikian dengan jelas diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Sebagai konsekuensi diundangkannya peraturan ini, pemerintah harus terus berupaya untuk mengembangkan UMKM dengan memberikan bantuan baik berupa permodalan, pemasaran, pelatihan dan pendidikan. Hal ini tidak terlepas dengan campur tangan pemerintah baik di pusat maupun di daerah, khususnya

²⁴ Rahmat Kurniasir, "Analisis Dampak Toko Modern Terhadap Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, Menengah Di Kota Padangsidempuan", At Tawassuth, Vol.4. No.1, Januari 2019, hlm.218.

²⁵ Ade Irawan Taufik, "Evaluasi Regulasi Dalam Menciptakan Kemudahan Berusaha Bagi UMKM", Rechts Vinding, Vol.6. No.3, Desember 2017, hlm.371.

²⁶ Giovanni Malemta Purba, Tesis: "Peran Pemerintah Daerah Dalam Memberdayakan UMKM Di Kota Semarang", UNDIP, Semarang, 2012, hlm.6.

pemerintah daerah yang lebih mengetahui kondisi di daerah.²⁷

Dalam hal ini peranan Pemerintah dan Pemerintah Daerah menumbuhkan iklim Usaha dengan menetapkan peraturan perundang-undangan dan kebijakan yang meliputi aspek pendanaan, sarana prasarana, informasi usaha, kemitraan, perizinan usaha, kesempatan berusaha, promosi dagang, dan dukungan kelembagaan. Dalam aspek pendanaan, pemerintah berperan dalam memperluas sumber pendanaan dan memfasilitasi usaha mikro, kecil dan menengah untuk dapat mengakses kredit perbankan dan lembaga keuangan bukan bank, memperbanyak lembaga pembiayaan dan memperluas jaringannya sehingga dapat diakses oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, memberikan kemudahan dalam memperoleh pendanaan secara cepat, tepat, murah, dan tidak diskriminatif dalam pelayanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, serta membantu para pelaku Usaha Mikro dan Usaha Kecil untuk mendapatkan pembiayaan dan jasa/produk keuangan lainnya yang disediakan oleh perbankan dan lembaga keuangan bukan bank, baik yang menggunakan sistem konvensional maupun sistem syariah dengan jaminan yang disediakan oleh Pemerintah.

Dalam aspek sarana prasarana, pemerintah berperan dalam mengadakan prasarana umum yang dapat mendorong dan mengembangkan pertumbuhan Usaha Mikro dan Kecil, serta memberikan keringanan tarif prasarana tertentu bagi Usaha Mikro dan Kecil. Dalam aspek informasi usaha pemerintah berperan dalam membentuk dan mempermudah pemanfaatan bank data dan jaringan informasi bisnis, mengadakan dan menyebarluaskan informasi mengenai pasar, sumber pembiayaan, komoditas, penjaminan, desain dan teknologi dan mutu, memberikan jaminan transparansi dan akses yang sama bagi semua pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atas segala informasi usaha.²⁸

²⁷ Siti Nurhasanah Furqani, Skripsi: *"Peran Pemerintah Daerah Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Luwu Utara"*, UNHAS, Makassar, 2017, hlm.93.

²⁸ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah.

Dalam aspek kemitraan, pemerintah berperan dalam mewujudkan kemitraan antar UMKM, mewujudkan kemitraan antara UMKM dan Usaha Besar, mendorong terjadinya hubungan yang saling menguntungkan dalam pelaksanaan transaksi usaha antar UMKM, mendorong terjadinya hubungan yang saling menguntungkan dalam pelaksanaan transaksi usaha antara UMKM, dan Usaha Besar, mengembangkan kerjasama untuk meningkatkan posisi tawar UMKM, mendorong terbentuknya struktur pasar yang menjamin tumbuhnya persaingan usaha yang sehat dan melindungi konsumen, serta mencegah terjadinya penguasaan pasar dan pemusatan usaha oleh orang perorangan atau kelompok tertentu yang merugikan UMKM. Dalam aspek perizinan usaha, pemerintah berperan dalam menyederhanakan tata cara dan jenis perizinan usaha dengan sistem pelayanan terpadu satu pintu dan membebaskan biaya perizinan bagi Usaha Mikro dan memberikan keringanan biaya perizinan bagi Usaha Kecil. Dalam aspek kesempatan berusaha pemerintah berperan dalam menentukan peruntukan tempat usaha yang meliputi pemberian lokasi di pasar, ruang pertokoan, lokasi sentra industri, lokasi pertanian rakyat, lokasi pertambangan rakyat, lokasi yang wajar bagi pedagang kaki lima, serta lokasi lainnya, menetapkan alokasi waktu berusaha untuk Usaha Mikro dan Kecil di subsektor perdagangan retail, mencadangkan bidang dan jenis kegiatan usaha yang memiliki kekhususan proses, bersifat padat karya, serta mempunyai warisan budaya yang bersifat khusus dan turun-temurun, menetapkan bidang usaha yang dicadangkan untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah serta bidang usaha yang terbuka untuk Usaha Besar dengan syarat harus bekerja sama dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, melindungi usaha tertentu yang strategis untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, mengutamakan penggunaan produk yang dihasilkan oleh Usaha Mikro dan Kecil melalui pengadaan secara langsung, memprioritaskan pengadaan barang atau jasa dan pemborongan kerja Pemerintah dan Pemerintah Daerah, serta memberikan bantuan konsultasi hukum dan pembelaan. Pelaksanaan penerapan tersebut diawasi dan dikendalikan oleh pemerintah dan pemerintah daerah. Dalam aspek promosi dagang, peranan pemerintah

meliputi peningkatan promosi produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di dalam dan di luar negeri, memperluas sumber pendanaan untuk promosi produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di dalam dan di luar negeri, memberikan insentif dan tata cara pemberian insentif untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang mampu menyediakan pendanaan secara mandiri dalam kegiatan promosi produk di dalam dan di luar negeri, dan memfasilitasi pemilikan hak atas kekayaan intelektual atas produk dan desain Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam kegiatan usaha dalam negeri dan ekspor. Serta dalam aspek dukungan kelembagaan, pemerintah berperan dalam mengembangkan dan meningkatkan fungsi inkubator, lembaga layanan pengembangan usaha, konsultan keuangan mitra bank, dan lembaga profesi sejenis lainnya sebagai lembaga pendukung pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.²⁹

Selain itu juga pemerintah dan pemerintah daerah memfasilitasi pengembangan usaha dalam berbagai bidang, yaitu produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, serta desain dan teknologi.

Pengembangan dalam bidang produksi dan pengolahan dilakukan dengan cara meningkatkan teknik produksi dan pengolahan serta kemampuan manajemen bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana, produksi dan pengolahan, bahan baku, bahan penolong, dan kemasan bagi produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, mendorong penerapan standarisasi dalam proses produksi dan pengolahan, serta meningkatkan kemampuan rancang bangun dan perekayasaan bagi Usaha Menengah. Pengembangan dalam bidang pemasaran dilakukan dengan cara, melaksanakan penelitian dan pengkajian pemasaran, menyebarluaskan informasi pasar, meningkatkan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran, menyediakan sarana pemasaran yang meliputi penyelenggaraan uji coba pasar, lembaga pemasaran, penyediaan rumah dagang, dan promosi Usaha Mikro dan Kecil, memberikan dukungan promosi produk, jaringan pemasaran, dan distribusi,

²⁹*Ibid.*

menyediakan tenaga konsultan profesional dalam bidang pemasaran.³⁰

Pengembangan dalam bidang sumber daya manusia dilakukan dengan cara memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan, meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial, serta membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk, melakukan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, motivasi dan kreativitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru.³¹

Pengembangan dalam bidang desain dan teknologi dilakukan dengan meningkatkan kemampuan di bidang desain dan teknologi serta pengendalian mutu, meningkatkan kerja sama dan alih teknologi, meningkatkan kemampuan Usaha Kecil dan Menengah di bidang penelitian untuk mengembangkan desain dan teknologi baru, memberikan insentif kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang mengembangkan teknologi dan melestarikan lingkungan hidup, serta mendorong Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk memperoleh sertifikat hak atas kekayaan intelektual.

Peran pemerintah yang berfungsi sebagai pemegang kontrol atas aktivitas usaha dan bisnis yang dijalankan oleh para pelaku UMKM adalah peran pemerintah sebagai regulator. Produk pemerintah yang berisi ketentuan yang mengatur termasuk didalamnya mengenai kebijakan tentang usaha mikro, kecil dan menengah. Peran pemerintah dapat dikatakan ada apabila output yang dihasilkan dalam hal ini para pelaku usaha mikro dapat merasakan dampak positif dengan keberadaan aturan yang ditetapkan. Dalam kerangka penelitian yang dikembangkan pada penelitian ini output dari peran pemerintah terhadap pengembangan UMKM yaitu terletak pada pertumbuhan pasar dan iklim usaha, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan tenaga kerja dan pertumbuhan modal.³²

Peran lain pemerintah dalam proses pengembangan UMKM adalah peran sebagai katalisator yaitu peran pemerintah yang bersifat persuasif yang mengajak masyarakat

³⁰ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah.

³¹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 19.

³² Saharudin, "Peran Pemerintah Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Tanjung Pinang", Repository, hlm.5.

untuk berwirausaha. Peran tersebut sangat dibutuhkan guna mengstimulus masyarakat untuk berwirausaha. Berupa program, pelatihan pemberdayaan tenaga kerja mandiri dan penciptaan wirausaha baru, seminar kewirausahaan, serta kerja sama dengan komunitas wirausaha.³³

Dalam Perpres No. 112/2007 Pasal 1 Angka 12 telah dinyatakan bahwa peraturan zonasi adalah ketentuan-ketentuan Pemerintah Daerah setempat yang mengatur pemanfaatan ruang dan unsur-unsur dengan rencana rinci tata ruang. DKI Jakarta merupakan salah satu yang memiliki aturan mengenai penempatan ini. Dalam Pasal 8 Keputusan Gubernur No 44 Tahun 2004 jo. Pasal 10 huruf a Perda DKI No 2 Tahun 2002 disebutkan bahwa minimarket harus berjarak 500 meter dari pasar tradisional. Namun pada kenyataannya, saat ini kita dapat menemukan minimarket yang bersebelahan dengan kios ataupun pasar tradisional. Contohnya Alfamart dan Indomaret. Bukan hanya itu juga, pada kenyataannya masih ada yang melanggar aturan tersebut dengan adanya Alfamart berdekatan sekitar kurang lebih 200 meter berdekatan dengan Indomaret. Ditambah lagi dengan buruknya kondisi kios tradisional, kondisi ini haruslah mendapat penanganan yang serius dari pemerintah karena menyangkut hidup orang banyak. Menjadikan kios kecil kelas rumah tangga sebagai tempat perbelanjaan yang nyaman dan menarik adalah suatu tantangan diupayakan pemerintah sebagai rasa tanggung jawab kepada publik serta harus mendorong pedagang tradisional untuk melakukan perubahan pelayanan layaknya pedagang modern agar tidak tersingkir dalam perebutan konsumen. Ditambah lagi dengan buruknya kondisi kios tradisional, kondisi ini haruslah mendapat penanganan yang serius dari pemerintah karena menyangkut hidup orang banyak. Campur tangan pemerintah sangat berpengaruh untuk masa depan toko-toko kecil. Karena tanpa adanya izin dari pihak pemerintah tidak akan banyak bermunculan Alfamart dan Indomaret yang pada kenyataannya memiliki dampak yang cukup

merugikan warung kecil yang ada disekitarnya.³⁴

Perlindungan terhadap usaha kecil ini terbilang lemah, pemerintah hanya memberikan peminjaman dana untuk modal usahanya, tanpa memperhitungkan aspek perlindungan dan pertahanan bagi usaha kecil. Padahal sebenarnya usaha kecil merupakan cerminan dari masyarakat mandiri, yang mencoba mengangkat perekonomiannya ke arah yang lebih baik. Pemerintah harus mampu mengoptimalkan pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah, agar angka permasalahan dalam proses pengembangan, pemerataan dan peningkatan perekonomian menjadi mudah di atasi, serta agar tidak menimbulkan kerugian oleh salah satu pihak, sejatinya pengoptimalan ini untuk menjawab permasalahan yang ada di UMKM sehingga langkah pengoptimalan yang harus di lakukan pemerintah adalah memaksimalkan potensi yang ada dalam masyarakat, sehingga produktivitas dapat meningkat, hal ini bisa di lakukan pemerintah dengan memberikan pelatihan terhadap wirausahawannya, memudahkan akses terhadap pasar sehingga usaha kecil dapat menyesuaikan dengan kebutuhan pasar, oleh karena itulah, mulai saat ini baik pemerintah maupun usaha kecil harus mulai berbenah guna menghadapi perilaku pasar yang semakin terbuka di masa mendatang, bekerjasama dengan bank baik negeri maupun swasta, hal ini dapat menjadi jalan keluar ketika biaya transaksi mulai tinggi. Peningkatan kontribusi pembiayaan perbankan kepada UMKM memerlukan sinergi yang terarah dengan mengoptimalkan sumberdaya dari masyarakat atau wirausahanya, kemudahan dalam mendapatkan legalitas formal, pemerintah di harapkan tidak hanya memberikan peminjaman modal begitu saja, tanpa memperhitungkan kelangsungan pertahanan wirausaha, namun juga memberikan legalitas terhadap usaha masyarakat, contoh PKL (Pedagang Kaki Lima)

³⁴ Djohan, "Artikel Non Penelitian Tentang Pengaruh Hadirnya Alfamart Terhadap Toko Kecil Dan Warung Tradisional Di Kota Gorontalo", <http://mahasiswa.ung.ac.id/131415006/home/2016/11/8/artikel-non-penelitian-tentang-pengaruh-hadirnya-alfamart-terhadap-toko-kecil-dan-warung-tradisional-di-kota-gorontalo-oleh-djohan-jurusan-manajemen-pendidikan-fip-angkatan-2015.html>, Diakses pada 19 September 2019, Pukul 19.34.

³³*ibid*, hlm.6.

di berikan lahan untuk usahanya, karna ketika PKL berada di tempat yang layak barulah PKL tersebut dapat di katakan memperoleh legalitas formalnya, penjaminan terhadap perlindungan dan kelangsungan usaha, serta memanfaatkan teknologi untuk pengembangan UMKM. Di era ini teknologi semakin berkembang pesat, pengembangan UMKM dengan menggunakan teknologi di harapkan menguntungkan bagi UMKM karena bisa memperluas pasar.³⁵

Pemerintah daerah memiliki peran yang sangat strategis dalam menumbuhkembangkan UMKM di daerah. Tentu, pemda harus memberikan perhatian bagi tumbuh dan berkembangnya lapangan usaha yang kerap disebut sebagai "katup penyelamat" itu. Pemda harus memberikan kontribusi yang nyata bagi UMKM di saat mereka harus berjuang untuk bertahan menyusul terjadinya serbuan dari usaha-usaha yang memiliki modal besar. Jika selama ini, kecenderungan pemerintah, tak terkecuali pemda, lebih fokus ke usaha yang lebih besar. Tentu, saat ini kecenderungan itu harus diubah. Usaha kecil harus lebih didorong dan diperkuat peran sertanya untuk bersama-sama membangun ekonomi daerah. UMKM yang banyak tumbuh di berbagai daerah harus di kembangkan oleh pemda, karena bisa menjadi salah satu kunci bagi peningkatan ekonomi daerah.³⁶

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Hadirnya UU No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah seharusnya membawa dampak yang lebih baik lagi bagi UMKM yang sebelumnya menggantikan UU No.9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil. Namun nyatanya sampai pada saat setelah revisi undang-undang yang baru dominasi usaha yang memiliki modal besar seperti Alfamart dan Indomaret semakin berkembang. Penerapan UU No.20 Tahun 2008 adalah untuk memberdayakan UMKM

agar dapat meningkatkan kemampuan dan peran serta dalam perekonomian nasional. Pemberdayaan UMKM ini dilihat dari penetapan kebijakan pemberdayaan UMKM dalam penumbuhan iklim usaha bagi usaha kecil yang meliputi; pendanaan/penyediaan sumber dana, tata cara dan syarat pemenuhan kebutuhan dana, persaingan, prasarana, informasi, kemitraan, perijinan, dan perlindungan. Namun dalam hal ini pemberdayaan UMKM masih banyak mengalami kendala atau permasalahan yang sering dikeluhkan oleh UMKM khususnya usaha kecil.

2. Pemberdayaan UMKM merupakan salah satu strategi pemerintah untuk mensejahterakan masyarakat. Kebijakan demikian dengan jelas diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Sebagai konsekuensi diundangkannya peraturan ini, pemerintah harus terus berupaya untuk mengembangkan UMKM dengan memberikan bantuan baik berupa permodalan, pemasaran, pelatihan dan pendidikan. Hal ini tidak terlepas dengan campur tangan pemerintah baik di pusat maupun di daerah, khususnya pemerintah daerah yang lebih mengetahui kondisi di daerah.

Dalam hal ini peranan Pemerintah dan Pemerintah Daerah menumbuhkan Iklim Usaha dengan menetapkan peraturan perundang-undangan dan kebijakan yang meliputi aspek pendanaan, sarana prasarana, informasi usaha, kemitraan, perizinan usaha, kesempatan berusaha, promosi dagang, dan dukungan kelembagaan. Sebagai fasilitator, pemerintah memiliki peran dalam memfasilitasi UMKM untuk mencapai tujuan pengembangan usaha yang dimiliki oleh UMKM. Jika UMKM mempunyai kelemahan di bidang produksi, tugas fasilitator adalah memberikan kemampuan UMKM dengan berbagai cara. Peran pemerintah sebagai regulator adalah membuat kebijakan-kebijakan sehingga mempermudah usaha UMKM dalam mengembangkan usahanya. Dan peran pemerintah daerah sebagai katalisator pengembangan UMKM adalah mempercepat proses berkembangnya

³⁵ Unknown, "Kebijakan Pemerintah Dalam Mempertahankan Melindungi Usaha Kecil Dan Menengah",

<http://kebijakanpemerintahuntukusahakecil.blogspot.com>
└ Diakses pada 19 September 2019, Pukul 20.01.

³⁶ Taranggana Gani Putra, "Peran Pemerintah Daerah Dan Partisipasi Pelaku Usaha Dalam Pengembangan UMKM Manik-Manik Kaca Di Kabupaten Jombang", Kebijakan dan Manajemen Publik, Vol. 3 No.1, April 2015, hlm.2.

UMKM menjadi *fast moving enterprise*. *Fast moving enterprise* merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar.

B. Saran

1. Pengembangan pengusaha kecil dan menengah harus dimulai dengan memperjelas pembagian jalur usaha antara pengusaha besar, menengah, kecil. Pengusaha kecil akan sulit berkembang jika jalur usaha mereka juga dimasuki oleh pengusaha menengah ataupun pengusaha besar yang memiliki kemampuan modal dan manajemen yang lebih unggul. Sebaiknya dalam hal ini pemerintah memberikan kebijakan mengenai pembatasan bagi usaha waralaba dalam menjalankan usahanya dalam suatu daerah dengan mempertimbangkan kondisi tertentu, seperti keberadaan warung-warung kecil disekitarnya, sehingga tidak menutupi perekonomian masyarakat disekitarnya yang melakukan usaha kecil dalam upaya mencari nafkah. Selain itu, pemerintah seharusnya lebih berpusat pada usaha kecil dan lebih meningkatkan efisiensi pemberdayaan UMKM baik itu dalam hal akses pendanaan/penyediaan sumber dana atau tata cara dan syarat pemenuhan kebutuhan dana UMKM dengan cara mempermudah pelaku UMKM untuk mendapatkan kredit perbankan sehingga pelaku UMKM dapat mengembangkan usahanya agar lebih baik. Peningkatan pemberdayaan dalam hal persaingan seperti meningkatkan inovasi produk, menentukan harga jual produk, promosi dan sebagainya. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, terutama dalam hal bersaing dengan usaha yang memiliki modal besar. Peningkatan dalam hal prasarana seperti penyediaan fasilitas berusaha. Peningkatan dalam hal pemberdayaan informasi khususnya informasi pasar seperti pemberian penyuluhan ataupun website khusus mengenai informasi pasar yang *up to date*.
2. Dalam kemitraan usaha kecil khususnya warung-warung kecil dan usaha yang memiliki modal besar seperti Alfamart dan

Indomaret harus mencerminkan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Dengan kata lain, ekonomi kerakyatan yang berbasis efisiensi berkeadilan belum terimplementasikan. Dimana usaha kecil belum mendapatkan tempat yang seimbang atau dalam hal ini seharusnya usaha kecil dan waralaba khususnya Alfamart dan Indomaret mendapatkan posisi yang seimbang atau saling menguntungkan, bukannya salah satu pihak yang dirugikan. Oleh karena itu, sebaiknya usaha kecil dan usaha Alfamart dan Indomaret membangun suatu kerja sama yang saling menguntungkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adolf, Huala. 2003. *Hukum Ekonomi Internasional*. Jakarta : RajaGrafindo Persada.
- Asyhadie, Zaeni. 2012. *Hukum Bisnis*. Jakarta : RajaGrafindo Persada.
- Hermansyah. 2009. *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Kansil, Christine. 2008. *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta :Sinar Grafika.
- Marzuki, Peter Mahmud. 2010. *Penelitian Hukum*. Jakarta : Kencana.
- Nugroho, Susanti Adi. 2012. *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Jakarta : Kencana.
- Purwaningsih, Endang. 2018. *UMKM Aspek Hukum dan Manajemen Pemasaran Produk*. Malang : Empatdua.
- Sari, Elsi Kartika. 2005. *Hukum Dalam Ekonomi*. Jakarta : Grasindo.
- Sunggono, Bambang. 2001. *Metodologi Penelitian Hukum*. Jakarta : RajaGrafindo Persada.
- Usman, Rachmadi. 2013. *Hukum Acara Persaingan Usaha Di Indonesia*. Jakarta:Sinar Grafika.
- Usman, Rachmadi. 2013. *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*. Jakarta :Sinar Grafika.
- Wibowo, Destivano. 2005. *Hukum Acara Persaingan Usaha*. Jakarta : RajaGrafindo Persada.
- Widjaya, Rai. 2000. *Hukum Perusahaan*. Jakarta : Kesaint Blanc.