

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP USAHA KECIL MENENGAH (UKM)  
BERDASARKAN UU NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG HUKUM PERLINDUNGAN  
KONSUMEN**

**OLEH :**  
**SRI YULIANA, S.H.,M.H<sup>1</sup>**  
srieyulie@yahoo.co.id

**ABSTRAK**

Di Indonesia, UKM telah menjadi tulang punggung ekonomi sejak lama. Jumlah UKM hingga 2011 mencapai sekitar 52 juta. UKM di Indonesia sangat penting bagi ekonomi karena menyumbang 60% dari PDB dan menampung 97% tenaga kerja. Tetapi akses ke lembaga keuangan sangat terbatas baru 25% atau 13 juta pelaku UKM yang mendapat akses ke lembaga keuangan. Pemerintah Indonesia, membina UKM melalui Dinas Koperasi dan UKM, di masing-masing Provinsi atau Kabupaten/Kota. Bisa dikatakan jika Usaha Kecil dan Menengah atau UKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Namun semua bisnis termasuk UKM juga memiliki tantangan yang besar seperti memperkerjakan orang yang tepat, membangun merek dan masih banyak lagi yang lain. Dan juga tantangan dalam hal memasarkan produk. Sebagai Negara hukum, negara yang berdasarkan hukum (*Rule of law*), sudah selayaknya pemerintah menetapkan suatu konsep dasar yang berisi panduan hukum tentang arah pembangunan hukum nasional untuk periode pemerintah tertentu. Kurangnya perlindungan membuat UMK Indonesia mengalami kesulitan dalam berkembang, sayangnya fakta tersebut seringkali malah disalahpahami pemerintah, dunia usaha dan masyarakat Peran UKM dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja diharapkan menjadi langkah awal bagi upaya pemerintah menggerakkan sektor produksi pada berbagai lapangan usaha. Akan tetapi, eksistensinya di dalam struktur APBN kerap mengalami ketidakadilan ekonomi, seperti halnya untuk memenuhi permintaan dana tanggap darurat bencana dari daerah. Alokasi dana yang seharusnya digunakan bagi pengembangan UKM diminta untuk dialokasikan bagi bencana banjir. Hal ini akan menjadikan UKM merasa dianak tirikan dinegeri sendiri. Peran pemerintah dalam ekonomi pasar khususnya di Asia posisinya sangatlah besar dan signifikan. Tantangan besar peran pemerintah bagi UKM selain oleh pelbagai hambatan internal, adalah sejauh mana mengkreasi ketergantungan terhadap intervensi ekonomi asing. Sebab menghindari investasi asing dalam perekonomian Indonesia juga merupakan sesuatu yang sangat tidak mungkin di era globalisasi ini. Tetapi gagasan dari pengembangan UKM ini, paling tidak, dapat membantu perekonomian Indonesia untuk mengurangi ketergantungan dari pihak asing. Untuk mewujudkan perekonomian nasional yang kukuh tersebut, UKM perlu diberdayakan agar dapat menjadi tangguh dan mandiri serta dapat berkembang. Bagaimanapun, bila dinapaktisasi, pemerintah telah sejak lama melakukan pembinaan terhadap usaha kecil, menengah dan koperasi. Pembinaan terhadap kelompok usaha ini semenjak kemerdekaan telah mengalami

---

<sup>1</sup> STIH Pertiba Pangkalpinang

perubahan beberapa. Dahulu pembinaan terhadap koperasi dipisahkan dengan pembinaan terhadap usaha kecil dan menengah. Yang satu dibina oleh Departemen Koperasi, sedangkan yang lain dibina oleh Departemen Perindustrian dan Departemen Perdagangan. Setelah melalui perubahan beberapa kali, semenjak beberapa tahun terakhir pembinaan terhadap usaha kecil, menengah, dan koperasi dilakukan satu atap di bawah Departemen Koperasi, Pengusaha Kecil dan Menengah.

Kata kunci : UKM, Pemerintah, Perekonomian, Perlindungan.

### ***Abstract***

*In Indonesia, SMEs have been the backbone of the economy for a long time. The number of SMEs until 2011 reached around 52 million. SMEs in Indonesia are very important to the economy as they contribute 60% of GDP and accommodate 97% of the workforce. However, access to financial institutions is very limited, only 25% or 13 million SMEs have access to financial institutions. The Government of Indonesia, fosters SMEs through the Office of Cooperatives and SMEs, in each province or district/city. It can be said that Small and Medium Enterprises or SMEs have an important role in the Indonesian economy. But all businesses including SMEs also have big challenges such as hiring the right people, building a brand and many others. And also challenges in terms of marketing the product. As a state of law, a state based on law (rule of law), the government should stipulate a basic concept that contains legal guidance on the direction of national law development for a certain period of government. The lack of protection makes Indonesian MSEs have difficulty in developing, unfortunately this fact is often misunderstood by the government, the business world and the community. However, its existence in the APBN structure often suffers from economic injustice, such as to meet the demand for disaster emergency response funds from the regions. The allocation of funds that should be used for the development of SMEs is requested to be allocated for flood disasters. This will make SMEs feel stepchildren in their own country. The role of government in market economies, especially in Asia, is very large and significant. The big challenge for the government's role for SMEs, apart from various internal obstacles, is the extent to which they create dependence on foreign economic intervention. Because avoiding foreign investment in the Indonesian economy is also something that is very unlikely in this era of globalization. But the idea of developing SMEs, at least, can help the Indonesian economy to reduce dependence on foreign parties. To realize a strong national economy, SMEs need to be empowered so that they can become strong and independent and can develop. However, if it is manipulated, the government has long been providing guidance to small, medium-sized enterprises and cooperatives. The development of this business group since independence has undergone several changes. In the past, coaching for cooperatives was separated from coaching for small and medium enterprises. One is fostered by the Ministry of Cooperatives, while the other is fostered by the Ministry of Industry and the Ministry of Trade. After going through several changes, since the last few years the development of small, medium and cooperative businesses has been carried out under one roof under the Department of Cooperatives, Small and Medium Enterprises.*

*Keywords: SMEs, Government, Economy, Protection.*

## **A. Latar Belakang**

Suatu proses kenaikan pendapatan total dan pendapatan perkapita dengan memperhitungkan adanya penambahan penduduk dan disertai dengan perubahan fundamental dalam struktur ekonomi suatu negara dan pemerataan pendapatan bagi penduduk suatu negara merupakan pembangunan ekonomi. Pembangunan ekonomi tak dapat lepas dari pertumbuhan ekonomi (*economic growth*), pembangunan ekonomi mendorong pertumbuhan ekonomi, dan sebaliknya, pertumbuhan ekonomi memperlancar proses pembangunan ekonomi. Pembangunan ekonomi diartikan sebagai suatu proses yang menyebabkan pendapatan perkapita penduduk meningkat dalam jangka panjang. Pada tahun 1998, terjadi krisis ekonomi besar-besaran yang terjadi di Indonesia. Pada saat itu pemerintahan dipegang oleh Soeharto hal tersebut menyebabkan kerusuhan dan kericuhan yang terjadi yang dilakukan oleh para mahasiswa yang terjadinya penurunan kesejahteraan ekonomi dalam skala besar di Indonesia dan salah satu pendorong kebangkitan ekonomi pada masa itu ialah hanya sektor UKM yang bertahan dari kolapsnya ekonomi, sementara sektor yang lebih besar justru tumbang oleh krisis. Krisis ini telah mengakibatkan kedudukan posisi pelaku sektor ekonomi berubah. Resesi ekonomi Indonesia 1998 terjadi pada masa pemerintahan Soeharto. Bahkan, peristiwa ini juga disebut-sebut menjadi penyebab utama tumbangnya masa Orde Baru setelah berkuasa selama 32 tahun. Berbagai usaha telah dilakukan, namun usaha tersebut satu persatu gagal karena bahan baku impor meningkat secara drastis, biaya cicilan utang yang telah ada di Indonesia sejak negara ini lahir akhirnya semakin meningkat sebagai akibat dari nilai tukar rupiah terhadap dollar yang menurun dan berfluktuasi. Sektor perbankan yang ikut terpuruk turut memperparah

sektor industri dari sisi permodalan. Banyak perusahaan yang tidak mampu lagi meneruskan usaha karena tingkat bunga yang tinggi. Berbeda dengan UKM yang sebagian besar tetap bertahan, bahkan cenderung bertambah. (Departemen Koperasi, 2008) Terbukti saat krisis global yang terjadi beberapa waktu lalu, UKM hadir sebagai suatu solusi dari sistem perekonomian yang sehat. Ditahun 2019 yang lalu dunia mengalami keterpurukan ekonomi yang akhirnya menjalar ke Indonesia yang dimulai sejak awal tahun 2020 yang lalu. Keterpurukan ekonomi ini disebabkan oleh COVID-19 yang melanda. Berawal dari kota Wuhan,China dan terus menjalar kenegara yang lainnya disekitar China tidak terkecuali Indonesia. Tak hanya di Benua Asia tetapi juga menjalar hingga ke Benua lain seperti Eropa,Australia hingga Afrika. Kejadian ini menyebabkan banyak masyarakat di seluruh dunia tidak bisa beraktifitas seperti biasa. Di Indonesia dan beberapa negara berkembang lainnya banyak dari karyawan yang akhirnya kehilangan pekerjaan mereka karena perusahaan memutuskan untuk mengurangi pegawai demi melindungi perusahaan agar tidak mengalami kebangkrutan.Sejak saat itu jumlah pengangguran di Indonesia semakin meningkat pesat. Banyak karyawan yang di berhentikan sementara dan juga diberhentikan secara permanen. Masyarakat juga disarankan untuk mengerjakan segala hal dimulai dari sekolah hingga bekerja di dalam rumah masing-masing untuk menghindari penyebaran virus. Tidak terkecuali dengan kegiatan berbelanja. Semenjak pandemi terjadi banyak platfrom online yang berisi para (UKM) muncul untuk mempermudah masyarakat dalam berbelanja. Dimulai dari berbelanja kebutuhan untuk memasak hingga kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan hidup lainnya. Banyak toko online yang menjadi semakin aktif dan berkembang karena masyarakat lebih memilih berbelanja online melalui platform online tersebut. Selain lebih praktis dan juga lebih mudah dilakukan.

Berbagai macam pelaku usaha (UKM) dapat dijumpai dengan mudah hanya dengan click and scroll pada layar gadget maupun laptop yang terhubung melalui koneksi internet. Dalam pemasarannya tidak jarang dijumpai pelaku usaha melakukan obral pada barang yang memiliki keunikan untuk menarik minat konsumen, khususnya wanita. Peranan (UKM) dalam mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi sangat penting. Faktanya terdapat ketidakseimbangan antara sumbangan (UKM) dalam penyediaan lapangan kerja dengan kontribusi dalam pembentukan nilai tambah. Pertumbuhan (UKM) yang lebih cepat dibandingkan kelompok usaha besar akan memperbaiki struktur usaha dan distribusi pendapatan secara keseluruhan. (Ikhsan, 2004). Badan Pusat Statistik Provinsi Kepulauan Bangka Belitung (2003) menyebutkan bahwa jumlah UKM tercatat 42,3 juta atau 99,90 % dari total jumlah unit usaha. UKM (Usaha Kecil dan Menengah) menyerap tenaga kerja sebanyak 79 juta atau 99,40 % dari total angkatan kerja. Kontribusi UKM dalam pembentukan PDB sebesar 56,70 %. Kemudian sumbangan UKM terhadap penerimaan devisa negara melalui kegiatan ekspor sebesar Rp 75,80 triliun atau 19,90 % dari total nilai ekspor. Sampai saat ini perekonomian Indonesia mayoritas ditopang oleh sektor ini. Setidaknya, sektor usaha mikro, kecil, dan menengah tersebut mampu menyerap sekitar 70 % tenaga kerja informal. Sisanya, 30 % bergerak di bidang formal. UKM juga telah menyumbang produk ekspor sampai 16 %. Sektor usaha mikro kecil dan menengah ini perlu dibina dan diberdayakan, karena merupakan penggerak perekonomian dan pengembang ekonomi kerakyatan. Potensi itu terlihat tahun 2003, UKM telah menyerap sebanyak 42,4 juta unit usaha dan 79 juta tenaga kerja dengan 56,7 % dari PDB nasional. Adanya minat yang tinggi dari konsumen juga menjadi salah satu alasan terbesar pelaku usaha (UKM) dalam memperoleh keuntungan kecil, Adanya kemudahan dalam

bertransaksi dalam teknik ini tentu juga memiliki berbagai kelemahan yang dapat berupa tidak sesuainya barang yang diperjanjikan dengan barang yang diterima, mengandung syarat tersembunyi, dan tentu terdapat berbagai komplain yang tidak diindahkan oleh pelaku usaha. Model penjualan dengan syarat tersembunyi pun telah melawan ketentuan dalam pasal 6, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Tidak terdapatnya perilaku tanggungjawab yang dimiliki oleh pelaku usaha (UKM) tentu juga membuat rasa kenyamanan dalam melakukan transaksi baik secara tatap muka ataupun secara online tentu dinilai buruk. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik meneliti fenomena tentang “Kajian tentang perlindungan hukum terhadap usaha kecil menengah (UKM) dalam memasarkan produk berdasarkan undang - undang no 8 tahun 1999 tentang hukum perlindungan konsumen”

## **B. Latar Permasalahan**

Berlandaskan pada latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut : Bagaimanakah perlindungan hukum terhadap UKM dalam memasarkan produk menurut undang-undang No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

## **C. Pembahasan**

### **1. Perlindungan Konsumen**

Pengertian Perlindungan Konsumen Perlindungan konsumen adalah “Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.”<sup>2</sup> Perlindungan konsumen yang dijamin oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah adanya kepastian hukum terhadap segala perolehan

---

<sup>2</sup> A. Abdurrahman, *Kamus Ekonomi - perdagangan*, Gramedia, 1986, h. 230

kebutuhan konsumen. Kepastian hukum itu meliputi segala upaya berdasarkan hukum untuk memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan/jasa kebutuhan serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh perilaku-perilaku usaha sebagai penyedia kebutuhan konsumen. Hukum perlindungan konsumen secara umum bertujuan memberikan perlindungan bagi konsumen baik dalam bidang hukum privat maupun bidang hukum publik. Kedudukan hukum perlindungan konsumen berada dalam kajian hukum ekonomi.<sup>3</sup> Perlindungan hukum bagi konsumen ini memiliki dimensi banyak, dimana salah satunya adalah perlindungan hukum yang apabila dipandang baik secara materil maupun formal akan semakin terasa sangat penting, dengan demikian upaya-upaya untuk memberikan perlindungan hukum terhadap kepentingan bagi para konsumen merupakan salah satu hal yang penting serta mendesak untuk dapat sesegera mungkin dicari solusi dan penyelesaian masalahnya. Dengan pemahaman bahwa perlindungan konsumen mempersoalkan perlindungan (hukum) yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memperoleh barang dan jasa dari kemungkinan timbulnya kerugian karena penggunaannya, maka hukum perlindungan konsumen dapat dikatakan sebagai hukum yang mengatur tentang pemberian perlindungan kepada konsumen dalam rangka pemenuhan kebutuhannya sebagai konsumen. Dengan demikian, hukum perlindungan konsumen mengatur hak dan kewajiban produsen, serta cara-cara mempertahankan hak dan kewajiban itu<sup>4</sup>.

Hukum perlindungan konsumen di Indonesia terdapat beberapa asas guna memberikan arahan dan implementasinya. Dengan adanya asas dan tujuan yang jelas,

---

<sup>3</sup> Eli Wuria, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), 5

<sup>4</sup> Janus Sidabolok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2010), 45.

hukum perlindungan konsumen memiliki dasar ketentuan yang kuat. Pada penjelasan pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dijelaskan bahwa perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

1. Asas manfaat Asas ini dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Undang-undang perlindungan konsumen mengatur bahwa pelaku usaha harus memberikan informasi yang benar kepada konsumen perihal produk barang dan/atau jasa yang di promosikan, sehingga akan memberikan manfaat kepada keduanya yaitu konsumen dan pelaku usaha.
2. Asas keadilan Asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

Undang-undang perlindungan konsumen mengatur bahwa konsumen dan pelaku usaha memiliki hak dan kewajibannya masing-masing yang dimana salah satunya beritikad baik, konsumen harus beritikad baik terhadap pelaku usaha begitupun pelaku usaha harus beritikad baik kepada konsumen. Kewajibannya masing-masing yang dimana salah satunya beritikad baik, konsumen harus beritikad baik terhadap pelaku usaha begitupun pelaku usaha harus beritikad baik kepada konsumen.

3. Asas keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintahan dalam arti materiil dan spiritual. Penyelenggaraan

perlindungan konsumen diharapkan dapat mengakomodir segala macam kepentingan-kepentingan baik konsumen, pelaku usaha dan pemerintah secara seimbang, baik dari aspek regulasi maupun norma-norma perlindungan konsumen.

4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Penyelenggaraan perlindungan konsumen diharapkan memperhatikan aspek-aspek keamanan dan keselamatan bagi konsumen. Dalam mewujudkan keamanan dan keselamatan konsumen atas barang dan/atau jasa diawali dengan membuat regulasi yang baik, standarisasi, serta optimalisasi lembaga lembaga pengawasan.

5. Asas kepastian hukum

Asas ini dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.<sup>12</sup> Pemberlakuan undang-undang perlindungan konsumen diharapkan dapat memberikan pedoman yang pasti terhadap penyelenggaraan melindungi konsumen di Indonesia. Semua pihak harus menjalankan hak dan kewajiban sesuai dengan apa yang telah ditentukan. Penegakan hukum terhadap pelanggaran penyelenggaraan perlindungan konsumen dilaksanakan sesuai dengan aturan yang telah ditentukan, dengan tetap memperhatikan keadilan dan kemanfaatan bagi para pihak termasuk konsumen.

Perlindungan konsumen merupakan tujuan dan sekaligus usaha yang akan dicapai atau keadaan yang akan diwujudkan. Oleh karena itu, tujuan perlindungan konsumen perlu dirancang dan dibangun secara berencana dan dipersiapkan sejak dini. Tujuan perlindungan konsumen meliputi atau mencakup aktivitas-aktivitas penciptaan dan penyelenggaraan perlindungan konsumen. Dalam Pasal 3 UUPK telah dijelaskan mengenai tujuan konsumen, yaitu:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Konsumen sebagai pemakai barang/jasa memiliki hak dan kewajiban yang sudah diatur Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah diatur secara terperinci mengenai hak dan kewajiban konsumen sebagaimana diuraikan berikut:

Hak konsumen terdapat dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang di dalamnya terdapat 9 hak konsumen. Hak-hak tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.<sup>5</sup>

## **2. Usaha Kecil Menengah ( UKM )**

Pengertian Usaha Kecil Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Usaha menurut etimologi berarti bekerja sedangkan menurut terminologi berarti kegiatan dengan mengerahkan tenaga (fikiran dan badan) untuk mencapai suatu maksud tertentu.<sup>6</sup> Usaha kecil adalah orang yang berani membuka lapangan pekerjaan dengan kekuatan sendiri, tetapi juga menguntungkan masyarakat, karena dapat menyerap tenaga kerja yang memerlukan pekerjaan.<sup>7</sup> Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil, memenuhi kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana

---

<sup>5</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 38.

<sup>6</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa, 2008, h. 1599. 2

<sup>7</sup> Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah, Banjarmasin*: Antasari Press, 2010, h. 1

diatur dalam undang-undang.<sup>8</sup> Usaha kecil adalah bisnis yang dimiliki sendiri oleh seseorang, tidak tergantung pada pemilik lain, dan melakukan operasional bisnisnya pada daerah tertentu dengan bersaing secara adil dan tidak mendominasi bisnis yang ada. Pada kenyataannya, memang hampir sebagian besar wiraswasta bergerak dalam usaha kecil dan ada beberapa yang terjun langsung dalam industri besar. Yang digunakan adalah kemampuannya dalam memimpin, membuat keunggulan atas input perusahaan, dan melakukan inovasi atas produk yang dihasilkan perusahaan tersebut. Usaha kecil adalah industri kerajinan dan industri rumahan yang dibina menjadi usaha yang menjadi efisien dan mampu berkembang mandiri, meningkatkan peranan dalam menyediakan barang dan jasa dalam berbagai komponen baik untuk keperluan pasar dalam negeri maupun luar negeri. Menurut No 20 Tahun 2008 ini, yang disebut dengan Usaha Kecil adalah entitas (sebuah kesatuan usaha) yang memiliki kriteria sebagai berikut :

- a. Kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Sementara itu, yang disebut dengan Usaha Menengah adalah entitas usaha yang memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

---

<sup>8</sup> Ina Primiana, *Menggerakkan Sektor Riil UKM dan Industri*, Bandung: Alfabeta, 2009,

2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

**3. Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Kecil Menengah (UKM) Dalam Memasarkan Produk Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

Usaha Kecil dan Menengah disingkat UKM adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan usaha yang berdiri sendiri. Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah: “Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.” Modal yang terbatas, kualitas sumber daya manusia, kelemahan pengusahaan teknologi malah dilihat sebagai factor kekurangan UMK, ketimbang dilihat sebagai akibat yang timbul dari tidak adanya perlindungan (protection) dan pemberdayaan (empowerment) yang memadai. Padahal, siapapun tahu jika kebijakan politik ekonomi pemerintah secara makro seringkali salah arah, tidak tepat sasaran dan kurang melindungi UMK dari persaingan bisnis. Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil (UMK) Di Kota Pangkalpinang, seharusnya pemerintah melindungi dan memberdayakan Usaha Mikro Kecil dengan melakukan antara lain:

1. Menciptakan lingkungan usaha yang kondusif bagi pengembangan usaha.
2. Peningkatan Kapasitas SDM melalui Bimbingan Teknis berupa pelatihan.

3. Peningkatan produktifitas dan penguasaan tehnologi melalui bantuan sarana dan prasarana produksi berupa bahan baku rotan, perizinan berbentuk CV, Sertifikasi Merek Dagang UMKM, dan pengembangan dalam bidang desain dan teknologi.
4. Pengembangan Akses Pemasaran melalui :
  - a. Bantuan Peralatan Sarana Usaha
  - b. Bantuan sarana kemasan produk
  - c. Fasilitasi sarana pemasaran melalui IT ( Informasi Teknologi )
  - d. Kontak Dagang, dan Pameran.

Namun belum berjalan dengan baik karena pemerintah hanya memberikan dalam bentuk penciptaan lingkungan usaha yang kondusif bagi pengembangan usaha dan peningkatan kapasitas SDM melalui Bimbingan Teknis berupa pelatihan dan tidak diiringi dengan kebutuhan modal serta peningkatan Produktifitas dan penguasaan tehnologi melalui bantuan sarana dan prasarana produksi, perizinan, sertifikasi merek dagang, dan pengembangan dalam bidang desain dan teknologi dan pemerintah juga belum bisa menyediakan sarana pemasaran yang baik terhadap pelaku usaha terutama terhadap pelaku usaha. Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan terhadap subjek hukum dalam bentuk perangkat hukum baik yang bersifat preventif maupun yang bersifat represif, baik yang tertulis maupun yang tidak tertulis Perlindungan hukum merupakan gambaran fungsi hukum yaitu konsep dimana hukum dapat memberikan keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan dan kedamaian. Bahwa dukungan financial Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil telah diusahakan oleh pemerintah untuk melakukan pengembangan usaha mikro kecil dimana sejumlah mekanisme dilakukan sesuai dengan keragaman kondisi yang dihadapi UMK berkaitan dengan akses finansial. Untuk

pembiayaan usaha mikro biasanya memerlukan pengembangan lembaga keuangan mikro dan ketersediaan kredit yang dapat diakses pelaku usaha. Di banyak daerah, masalah strategi pemasaran menjadi perhatian utama, khususnya untuk produk budaya lokal. Industri budaya lokal yang tradisional mungkin masih menggunakan metode pemasaran kadaluarsa. Ini bisa membuat industri ini mengalami penurunan. Tetapi, upaya mengembangkan industri budaya lokal dengan pemasaran inovatif dan modern bisa membantu meraih kembali keuntungan pasar. Kebijakan seperti ini dapat mencegah hilangnya nilai budaya dan sejarah karena dampak globalisasi. Produk dari industri budaya lokal merupakan ekspresi budaya dan seni, yang biasanya banyak menarik bagi pembeli asing dan memiliki potensi ekspor tinggi. Walaupun secara umum, sebagian dari industri ini adalah usaha mikro yang kesulitan pemasaran di luar negeri. Strategi pemasaran Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil adalah strategi pemasaran belum bisa dijalankan dengan baik dikarenakan pemerintah belum bisa melakukan pemasaran secara luas dari daerah kota Pangkalpinang namun jika ada pemesanan maka pemerintah akan memenuhinya. Pembangunan daerah sebagian besar tergantung pada kemitraan antara pemerintah, pelaku bisnis dan lembaga non pemerintah. Kemitraan ini memfasilitasi koordinasi dan kerja sama. Pasangan lokal dari sektor swasta dapat membantu mengeksplorasi kesempatan daerah dalam mengembangkan kebijakan dan strategi yang sesuai dengan kebutuhan setempat. Beberapa program yang telah dilaksanakan pemerintah guna mengayomi UKM, antara lain :

- a. Program penciptaan iklim usaha yang kondusif. Program ini bertujuan untuk membuka kesempatan berusaha seluas-luasnya, serta menjamin kepastian usahan dengan memperhatikan kaidah efisiensi ekonomi sebagai prasyarat untuk

berkembangnya UKM dan koperasi. Sedangkan sasaran yang akan dicapai adalah menurunnya biaya transaksi dan meningkatnya skala usaha UKM dan koperasi dalam kegiatan ekonomi.

- b. Program peningkatan akses kepada sumber daya produktif. Tujuan program ini adalah meningkatkan kemampuan UKM dalam memanfaatkan kesempatan yang terbuka dan potensi sumber daya, terutama sumber daya lokal yang tersedia. Sedangkan sasarannya adalah tersedianya lembaga pendukung untuk meningkatkan akses UKM terhadap sumber daya produktif, seperti SDM, modal, pasar, teknologi, dan informasi.
- c. Program pengembangan kewirausahaan dan pelaku UKM berkeunggulan kompetitif. Tujuannya untuk mengembangkan perilaku kewirausahaan serta meningkatkan daya saing UKMK. Sedangkan sasaran adalah meningkatnya pengetahuan serta sikap wirausaha dan meningkatnya produktivitas pelaku UKM.

Selain itu Peran pemerintah dalam pengembangan UKM sangat penting dan tidak boleh berhenti, baik buruknya hari depan UKM sangat ditentukan oleh adanya bantuan dan dukungan dari pemerintah untuk pengembangan sektor UKM yang bersumber dari kemauan politik pemerintah dalam rangka menyusun struktur ekonomi kerakyatan berdasarkan keadilan sosial.

Adapun upaya yang bisa pemerintah lakukan untuk mengatasi permasalahan UKM antara lain

- a. Penciptaan iklim usaha yang kondusif  
Antara lain dengan mengusahakan ketenteraman dan keamanan usaha serta penyederhanaan prosedur perijinan usaha, keringanan pajak dan sebagainya
- b. Bantuan prmodalan

Modal UKM ini biasanya dari pemilik yang terbatas untuk itu pemerintah bisa memberikan bantuan modal melalui kredit Bank, koperasi atau sebagainya dengan syarat yang ringan dan mudah dalam prosesnya

c. Perlindungan usaha

Jenis usaha tertentu terutama usaha tradisional yang merupakan golongan usaha ekonomi lemah harus mendapatkan perlindungan dari pemerintah baik itu melalui undang – undang maupun melalui peraturan pemerintah yang bermuara kepada saling menguntungkan

d. Pelatihan

Pemerintah perlu meningkatkan pelatihan bagi UKM baik dalam aspek kewiraswastaan, management, administrasi, dan pengetahuan serta ketrampilan dalam pengembangan usaha. Disamping itu harus diberi ruang untuk menerapkan hasil pelatihan di lapangan untuk mempraktekan teori melalui pengembangan kemitraan rintisan

## **D. PENUTUP**

### **1. Kesimpulan**

Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil (UMK) Di Kota Pangkalpinang, seharusnya pemerintah melindungi dan memberdayakan Usaha Mikro Kecil dengan melakukan antara lain:

1. Menciptakan lingkungan usaha yang kondusif bagi pengembangan usaha.
2. Peningkatan Kapasitas SDM melalui Bimbingan Teknis berupa pelatihan.

3. Peningkatan produktifitas dan penguasaan tehnologi melalui bantuan sarana dan prasarana produksi berupa bahan baku rotan, perizinan berbentuk CV, Sertifikasi Merek Dagang UMKM, dan pengembangan dalam bidang desain dan teknologi.
4. Pengembangan Akses Pemasaran.

Peran pemerintah dalam pengembangan UKM sangat penting dan tidak boleh berhenti, baik buruknya hari depan UKM sangat ditentukan oleh adanya bantuan dan dukungan dari pemerintah untuk pengembangan sektor UKM yang bersumber dari kemauan politik pemerintah dalam rangka menyusun struktur ekonomi kerakyatan berdasarkan keadilan sosial

## **2. Saran**

- a. Pemerintah hendaknya melakukan sosialisasi program kerjasama UKM dengan Usaha Besar melalui diskusi, seminar-seminar, atau dengan cara mengundang kelompok usaha besar untuk menyadarkan bahwa pentingnya sinergi antara UKM dan usaha besar dalam mengembangkan usaha, apalagi dengan masuknya produk impor ke dalam negeri yang akan memacu para pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing produknya. Salah satu cara untuk melindungi produk lokal dengan mengkampanyekan ke masyarakat untuk menggunakan produk dalam negeri sendiri. Pemerintah juga harus memprioritaskan UKM dalam memberikan bantuan permodalan guna meningkatkan daya saing usahanya, mendorong lembaga penjaminan kredit permodalan, serta memberi kemudahan dalam memberikan perijinan.
- b. Perlu adanya aturan yang mengatur mekanisme pasar. Hal ini penting guna mengantisipasi terjadinya persaingan yang tidak sehat antar sesama pelaku usaha

sejenis dan agar tercipta persaingan yang sehat antar pelaku usaha internal maupun eksternal. Pemerintah perlu membuat langkah strategis dalam meningkatkan daya saing UKM dengan cara penataan kawasan industri, pembenahan infrastruktur dan energi, insentif pajak, perluasan akses pembiayaan dan pengurangan bunga kredit oleh lembaga pembiayaan, penyederhanaan peraturan, perbaikan pelayanan publik dan peningkatan sumber daya manusia (keahlian tenaga kerja)

### **DAFTAR PUSTAKA**

- A. Abdurrahman, 1986, *Kamus Ekonomi - perdagangan*, Gramedia.
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Departemen Pendidikan Nasional, 2008, *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa.
- Eli Wuria, 2005, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Janus Sidabolok, 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: PT. Citra Grafindo Persada.
- Ma'ruf Abdullah, 2010, *Wirausaha Berbasis Syariah*, Banjarmasin: Antasari Press.
- Ina Primiana, 2009, *Menggerakkan Sektor Riil UKM dan Industri*, Bandung: Alfabeta.
- UU NO. 8 Tahun 1999 Tentang Hukum Perlindungan Kosumen.