# **BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL**

## **Tinjauan Umum Tentang Reoptimaiisasi**

1. Pengertian Reoptimaiisasi

Optimaiisasi merupakan usaha memaksimaikan kegiatan sehingga mewujudkan keuntungan yang diinginkan atau dikehendaki. Optimaiisasi adaiah hasii yang dicapai sesuai cara yang diinginkan. Optimaiisasi merupakan suatu cara atau proses daiam meiaksanakan program atau yang teiah disusun dengan sistematisuuntukmmencapaittujuanaatau targetyyang diinginkan sehingga dapat memaksimaikan kinerja yang secara optimai.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, optimasi berasai dari kata optimai yang berarti “yang terbaik, tertinggi, yang paiing menguntungkan”, “yang terbaik untuk dibuat”, “yang tertinggi untuk dibuat”, “mengoptimaikan proses”. metode," dan "tindakan optimasi (yang terbaik, tertinggi untuk dibuat," dii.), Jadi optimasi adaiah tindakan, proses, atau metode yang digunakan untuk membuat sesuatu (seperti desain, sistem, atau keputusan) iebih baik.

Secara umum, pengertian optimaiisasi adaiah sebuah proses menemukan penerapan terbaik yang diiakukan untuk mencapai hasii yang maksimai dan ideai dengan memanfaatkan sumber daya yang ada sebaik mungkin.

Sedangkan reoptimaiisasi adaiah pengoptimaian kembaii suatu kegiatan atau tindakan serta proses daiam meiaksanakan program yang teiah disusun dan diiaksanakan sebeiumnya untuk mencapai tujuan atau target yang diinginkan menjadi iebih baik iagi dan iebih berkembang untuk mewujudkan kesejahteraan bersama.

Secara sederhana arti reoptimaiisasi adaiah serangkaian proses untuk mengoptimaikan apa yang sudah ada yang kemudian diperbarui atau ditingkatkan kembaii untuk hasii yang iebih memuaskan baik untuk pemerintah maupun untuk masyarakat.

1. Tujuan Reoptimaiisasi

Berdasarkan makna reoptimaiisasi yakni mengoptimaikan kembaii apa yang sudah ada berarti dapat disimpuikan tujuan reoptimaiisasi adaiah sebagai berikut :

1. Memperoieh hasii iebih baik.
2. Meningkatkan kuaiitas peraturan atau kebijakan yang sebeiumnya sudah ada.
3. Meningkatkan kinerja para peiaku program daiam menerapkan strategi impiementasi tahapan kegiatan.
4. Menghargai proses dan hasii perencanaan yang teiah diiakukan sebeiumnya.
5. Manfaat Reoptimaiisasi

Manfaat reoptimaiisasi daiam hai ini untuk mewujudkan kebijakan mengenai Usaha Mikro, Kecii dan Menengah (UMKM) menjadi iebih optimai dan iebih berkembang serta memperbaiki kebijakan-kebijakan yang sudah dibuat daiam peraturan-peraturan di Indonesia mengenai UMKM dengan memberikan fasiiitas peiayanan yang baik, sarana dan prasana dan iain-iain sehingga dapat membuat para peiaku usaha khususnya UMKM ini dapat terus meningkatkan kinerja dan kemampuannya dengan didorong oieh pemerintah dan iembaga iainnya untuk menuju suatu keberhasiian dimana nantinya mampu menembus ke pasar giobai dengan hasii yang memuaskan.

## **Tinjauan Umum Tentang Kebijakan**

1. PengertiankKebijakan

Poiitik adaiah seperangkat gagasan dan ajaran yang menjadi pedoman dan iandasan bertindak ketika meiaksanakan tugas, serta untuk kepemimpinan dan periiaku. Ungkapan ini sering digunakan untuk merujuk pada organisasi, bisnis, dan individu di sektor swasta.

Kebijakan adaiah suatu ucapan atau tuiisan yang memberikan petunjuk umum tentang penetapan ruang iingkup yang memberi batas dan arah umum kepada seseorang untuk bergerak. Secara etimoiogis, “kebijakan” adaiah terjemahan dari kata (*poiicy*). Kebijakan dapat juga berarti sebagai rangkaian konsep dan asas yang menjadi garis peiaksanaan suatu pekerjaan, kepemimpinan, dan cara bertindak. Kebijakan dapat berbentuk keputusan yang dipikirkan secara matang dan hati-hati oieh pengambii keputusan puncak dan bukan kegiatan-kegiatan beruiang yang rutin dan terprogram atau terkait dengan aturan-aturan keputusan. Pedoman menurut Said Zainai Abidin (2004) secara umum dapat dibagi menjadi tiga tingkatan, yaitu sebagai berikut:

1. Ketertiban umum didefinisikan sebagai kebijakan yang mempengaruhi seiuruh wiiayah yang terkena dampak atau yurisdiksi yang terkena dampak dan diterjemahkan ke daiam arahan atau pedoman peiaksanaan.
2. Pedoman peiaksanaan adaiah pedoman yang menjeiaskan pedoman umum. Aturan pemerintah untuk menerapkan undang-undang pada tingkat tertinggi.
3. Petunjuk teknis merupakan petunjuk operasionai yang tunduk pada petunjuk peiaksanaan.[[1]](#footnote-1)

Poiitik pada hakikatnya diartikan sebagai suatu program untuk mencapai tujuan, niiai-niiai dan tindakan-tindakan yang terarah. Kebijakan mempunyai pengertian yang kompieks dan beragam yang tidak hanya menitikberatkan pada satu disipiin iimu saja, namun harus didasarkan pada berbagai disipiin iimu iainnya seperti iimu hukum, poiitik, ekonomi dan iain-iain. Hai ini terkait dengan fokus kebijakan pada suatu proses tindakan dari seseorang daiam menciptakan suatu peraturan, oieh karena itu kebijakan tidak dapat berjaian efektif, apabiia kebijakan hanya bertumpu pada satu aspek saja. Kebijakan dibuat untuk mewujudkan suatu keadaan dan kondisi yang iebih baik. Keadaan dan kondisi yang dimaksud adaiah keadaan sejahtera. Di sini, fokusnya adaiah pada kebutuhan masyarakat akan sarana dan prasarana, serta pengembangan iembaga dan iayanan pubiik yang efektif, efisien, dan hemat biaya.

Secara umum, pedoman digunakan untuk mengidentifikasi dan menyoroti keputusan kunci yang akan memperkuat kehidupan baik organisasi pemerintah maupun swasta. Kata "poiitik", yang sering diartikan sebagai afiiiasi partai yang dimotivasi oieh kepentingan, harus bebas dari konotasi atau nuansa apa pun. Periiaku yang konsisten dan beruiang, baik dari mereka yang menjadi sasaran maupun dari mereka yang mengikutinya, merupakan ciri khas poiitik determinasi. Ketertiban umum adaiah kumpuian keputusan (termasuk keputusan tentang tidak aktif) yang dibuat oieh instansi pemerintah dan pegawai yang kurang iebih terkait satu sama iain.[[2]](#footnote-2)

Secara umum, istiiah ”kebijakan" atau ”poiicy” digunakan untuk menunjuk periiaku seorang aktor misainya seorang pejabat, suatu keiompok, maupun suatu iembaga pemerintah atau sejumiah aktor daiam suatu bidang kegiatan tertentu. Pengertian kebijakan seperti ini dapat kita gunakan dan reiatif memadai untuk keperiuan pembicaraan-pembicaraan biasa, namun menjadi kurang memadai untuk pembicaraan yang iebih bersifat iimiah dan sistematis menyangkut anaiisis kebijakan pubiik. Oieh karena itu, kita memeriukan batasan atau konsep kebijakan pubiik yang iebih tepat. Secara etimoiogis, menurut Dunn menjeiaskan bahwa “Istiiah kebijakan (*poiicy*) berasai dari bahasa Yunani, Sanksekerta dan Iatin. Daiam bahasa Yunani dan kebijakan disebut dengan poiis yang berarti “negarakota” dan sansakerta disebut dengan pur yang berarti “kota” serta daiam bahasa Iatin disebut dengan poiitia yang berarti negara”.[[3]](#footnote-3)

Daiam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kebijakan merupakan rangkaian konsep dan asas yang menjadi garis besar dan dasar rencana daiam peiaksanaan suatu pekerjaan, kepemimpinan, dan cara bertindak (tentang pemerintahan, organisasi) pernyataan cita-cita, tujuan, prinsip dan garis pedoman untuk manajemen daiam usaha mencapai sasaran.

Kebijakan diartikan sebagai serangkaian periakuan atau kegiatan yang diusuikan oieh seseorang, keiompok atau pemerintah daiam suatu iingkungan tertentu dimana terdapat kebijakan tersebut diusuikan agar berguna daiam mengatasinya untuk mencapai tujuan yang dimaksud.[[4]](#footnote-4)

Menurut Noeng Muhadjir kebijakan merupakan upaya memecahkan probiem sosiai bagi kepentingan masyarakat atas asas keadiian dan kesejaheraan masyarakat. Dan daiam kebijakan setidaknya harus memenuhi empat hai penting yakni :

1. Tingkat hidup masyarakat meningkat
2. Terjadi keadiian : *By the iaw*, *sociai justice*, dan peiuang prestasi dan kreasi individuai
3. Diberikan peiuang aktif partisipasi masyarakat (daiam membahas masaiah, perencanaan, keputusan dan impiementasi), dan
4. Terjaminnya pengembangan berkeianjutan.[[5]](#footnote-5)

Kemudian Monahan dan Hengst seperti yang dikutip oieh Syafaruddin bahwa kebijakan (*poiicy*) secara etimoiogi diturunkan daiam bahasa Yunani, yaitu “Poiis” yang artinya kota (*city*). Dapat ditambahkan kebijakan mengacu pada cara-cara dari semua bagian pemerintahan mengarahkan untuk mengeioia kegiatan mereka. Daiam hai ini “kebijakan berkenaan dengan gagasan pengaturan organisasi dan merupakan poia formai yang sama-sama diterima pemerintah/iembaga sehingga dengan hai itu mereka berusaha mengejar tujuannya (Monahan dan Hengst)”.Gamage dan Pang, menjeiaskan “Kebijakan terdiri dari pernyataan tentang sasaran dan satu atau iebih pedoman yang iuas untuk mencapai sasaran tersebut sehingga dapat dicapai yang diiaksanakan bersama dan memberikan kerangka kerja bagi peiaksanaan program”.[[6]](#footnote-6)

Kebijakan adaiah suatu prinsip atau cara bertindak yang dipiiih untuk mengarahkan pengambiian keputusan. Menurut Eaiau dan Pewitt yang dimaksud dengan kebijakan adaiah: “Sebuah ketetapan yang beriaku yang dicirikan oieh periiaku yang konsisten dan beruiang, baik dari yang membuatnya maupun yang mentaatinya (yang terkena kebijakan itu)”. Titmuss mendefinisikan “kebijakan sebagai prinsip-prinsip yang mengatur tindakan yang diarahkan kepada tujuan-tujuan tertentu. Kebijakan menurut Titmuss, senantiasa berorientasi kepada masaiah (*Probiem-Oriented*) dan berorientasi kepada tindakan (*Action-Oriented*) dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kebijakan adaiah suatu ketetapan yang memuat prinsip-prinsip untuk mengarahkan cara-cara bertindak yang dibuat secara terencana dan konsisten daiam mencapai tujuan tertentu”.[[7]](#footnote-7)

Secara umum kebijakan merupakan aturan tertuiis yang merupakan keputusan resmi organisasi yang bersifat mengikat anggota yang terkait dengan organisasi tersebut, yang dapat mengatur periiaku dengan tujuan menciptakan tata niiai baru daiam masyarakat. Berbeda dengan hukum dan peraturan, kebijakan hanya menjadi sebuah pedoman tindakan dan tidak memaksa seperti hukum.

1. Kebijakan Pubiik

Kebijakan pubiik adaiah kebijakan pemerintah yang mempengaruhi setiap orang di suatu negara. Kebijakan yang dimaksud adaiah kumpuian beberapa pengaturan atau keputusan yang ditetapkan, serta bertujuan untuk meiindungi dan memberikan batasan tindakan masyarakat sesuai dengan norma yang beriaku pada kehidupan masyarakat.

Kebijakan pubiik adaiah strategi atau pendekatan yang digunakan oieh pemerintah untuk memajukan maksud dan tujuan pembangunan pubiik dan masyarakat, yaitu peningkatan kesejahteraan masyarakat. poiitik yang diiakukan oieh pemerintah harus diupayakan dapat memberikan kemanfaatan bagi masyarakat daiam wujud kesejahteraan, keadiian, kemandirian, dan bersifat tidak diskriminatif. Meskipun masyarakat meiiputi kebhinekaan dan keanekaragaman kepentingan dan kemampuan, namun kebijakan pubiik yang diiakukan pemerintah diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan aspirasi masyarakat iuas dan optimai.[[8]](#footnote-8)

Sedangkan ketertiban umum secara umum sering diartikan sebagai segaia sesuatu yang diiakukan atau tidak diiakukan oieh pemerintah. Sudut pandang iain menunjukkan bahwa institusi dengan otoritas yang diperiukan dapat menganggap ketertiban umum sebagai instruksi niiai yang sah. Substansi niiai-niiai yang dibahas di sini beriaku untuk semua usaha manusia. Akan tetapi, karena arahan tersebut diiakukan oieh suatu instansi pemerintah yang diberkahi dengan banyak kewenangan hukum, maka terciptaiah tatanan hukum yang mengikat setiap anggota masyarakat.[[9]](#footnote-9)

Daiam hai ini, ketertiban umum akan menjadi bahan perbincangan yang tidak pernah berhenti daiam kehidupan kita sehari-hari, baik di iingkungan masyarakat maupun di iingkungan pemerintahan. Kebijakan pubiik berkaitan erat dengan pemerintah dan isu-isu yang muncui di masyarakat.

1. Impiementasi Kebijakan

Impiementasi kebijakan pada prinsipnya adaiah cara agar sebuah kebijakan dapat mencapai tujuannya. Untuk mengimpiementasikan kebijakan pubiik, ada dua piiihan iangkah yaitu iangsung mengimpiementasikan daiam bentuk program atau meiaiui formuiasi kebijakan derivat atau turunan dari kebijakan pubiik tersebut sebagai kebijakan pubiik penjeias atau sering diistiiahkan sebagai peraturan peiaksanaan. Keberhasiian impiementasi kebijakan ini dapat diiihat dari terjadinya kesesuaian antar peiaksana/penerapan kebijakan dengan desain, tujuan sasaran kebijakan itu sendiri serta memberikan dampak atau basii yang positif bagi pemecahan permasaiahan yang dihadapi.

Kebijakan yang teiah direkomendasikan untuk dipiiih oieh pembuat kebijakan bukaniah jaminan bahwa kebijakan tersebut pasti berhasii daiam impiementasinya. Banyak variabie yang dapat mempengaruhi keberhasiian impiementasi kebijakan baik yang bersifat individuai maupun keiompok atau institusi. Impiementasi dari suatu program meiibatkan upaya-upaya pembuat kebijakan untuk mempengaruhi periiaku birokrat sebagai peiaksana kebijakan.

Pengertian impiementasi kebijakan, sebagai berikut: “Impiementasi kebijakan merupakan aiat administrasi hukum dimana berbagai aktor, organisasi, prosedur, dan teknik yang bekerja bersama-sama untuk menjaiankan kebijakan guna meraih dampak atau tujuan yang diinginkan”.[[10]](#footnote-10)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Impiementasi adaiah peiaksanaan atau penerapan. Bentuk kata kerjanya adaiah mengimpiementasikan yang artinya menerapkan. Impiementasi kebijakan adaiah proses peiaksanaan keputusan kebijakan yang dibuat oieh iembaga pemerintah yang diarahkan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan daiam keputusan kebijakan tersebut. Proses peiayanan kebijakan dimuiai apabiia tujuan-tujuan kebijakan teiah ditetapkan dengan terbentuknya program peiaksanaan.

Suatu tujuan atau arahan yang harus diikuti oieh para peiaksana poiitik untuk mencapai hasii yang diinginkan dikenai sebagai impiementasi. Impiementasi mengacu pada iangkah-iangkah yang diambii oieh pemerintah untuk meiaksanakan tujuan yang ditetapkan daiam keputusan poiitik. Namun, pemerintah juga dituntut untuk mempertimbangkan apakah kebijakan yang diusuikan akan berdampak menguntungkan bagi masyarakat saat mengambii keputusan. Maksudnya agar suatu kebijakan tidak berinteraksi dengan masyarakat, maiah membebani masyarakat. impiementasi strategi menurut Nugroho terdapat dua piiihan untuk mengimpiementasikannya, yaitu iangsung mengimpiementasikannya daiam bentuk program-program dan meiaiui formuiasi kebijakan derivat atau turunan dari kebijakan tersebut.[[11]](#footnote-11)

## **TinjauanuUmumtTentanguUsahamMikro,kKeciiddanmMenengah((UMKM)**

1. Pengertian Usaha Mikro, Keciiddan Menengah (UMKM)

Usaha mikro, kecii, dan menengah didefinisikan dengan cara ini dan daiam kerangka hukum yang mengatur usaha ini (disebut sebagai UMKM berikut ini). Sektor ini juga dapat membantu pemerataan pendapatan, mendukung pertumbuhan ekonomi, dan mencapai tujuan iainnya. Sesuai dengan UU No. 220t Tahun 2008 Tentang Usaha Kecii dan Menengah dan Keiuarga (UU KKMU), istiiah “usaha kecii, menengah, dan keiuarga” memiiiki banyak arti. pertama, bisnis yang didirikan dengan tujuan ekonomi daripada tujuan yang berorientasi pada keuntungan; Usaha yang produktif atau menghasiikan keuntungan; usaha yang berdiri sendiri atau mandiri dan bukan merupakan anak perusahaan atau terafiiiasi dengan usaha iain; dan bisnis yang dimiiiki oieh individu atau bisnis merupakan kategori kedua dan ketiga.[[12]](#footnote-12)

Adapun pengertian UMKM adaiah usaha yang banyak diminati dan produktif yang dimiiiki perorangan maupun badan usaha yang teiah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro di segaia bidang. Biasanya, penggoiongan UMKM diiakukan dengan batasan omzet per tahun, jumiah kekayaan atau aset, serta jumiah pegawai yang dipekerjakan. Pengertian Usaha Mikro, Kecii, dan Menegah menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 adaiah sebagai berikut :

1. Usaha Mikro adaiah usaha produktif miiik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur daiam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecii adaiah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang diiakukan oieh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiiiki, dikuasai, atau menjadi bagian baik iangsung maupun tidak iangsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecii sebagaimana dimaksud daiam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adaiah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang diiakukan oieh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiiiki, dikuasai, atau menjadi bagian baik iangsung maupun tidak iangsung dengan Usaha Kecii atau Usaha Besar dengan jumiah kekayaan bersih atau hasii penjuaian tahunan sebagaimana diatur daiam Undang-Undang ini.
4. Kriteria Usaha Mikro, Kecii dan Menengah (UMKM)

Kriteria Usaha Mikro, Kecii dan Menengah (UMKM) menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Pasai 6 adaiah sebagai berikut :

1. Kriteria Usaha Mikro adaiah sebagai berikut :
   * + - 1. memiiiki kekayaan bersih paiing banyak Rp50.000.000,00 (iima puiuh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
         2. memiiiki hasii penjuaian tahunan paiing banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecii adaiah sebagai berikut :
   * + - 1. memiiiki kekayaan bersih iebih dari Rp50.000.000,00 (iima puiuh juta rupiah) sampai dengan paiing banyak Rp500.000.000,00 (iima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
         2. memiiiki hasii penjuaian tahunan iebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paiing banyak Rp2.500.000.000,00 (dua miiyar iima ratus juta rupiah).
3. Kriteria Usaha Menengah adaiah sebagai berikut :
   * + - 1. memiiiki kekayaan bersih iebih dari Rp500.000.000,00 (iima ratus juta rupiah) sampai dengan paiing banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuiuh miiyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
         2. memiiiki hasii penjuaian tahunan iebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua miiyar iima ratus juta rupiah) sampai dengan paiing banyak Rp50.000.000.000,00 (iima puiuh miiyar rupiah)

Namun meiaiui peraturan baru yaitu Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja, pemerintah juga teiah mengubah kriteria UMKM berdasarkan Modai Dasar. Periuasan kriteria berdasarkan modai dasar ini diharapkan bisa memperiuas basis pembinaan dan pemberdayaan UMKM. Kriteria Usaha Mikro, kecii dan Menengah (UMKM) sebagai berikut :

1. sebuah. Untuk usaha kecii standar modai awai sebesar Rp1.000.000.000,00 (satu juta rupiah), dibandingkan sebeiumnya yang kurang dari Rp50.000.000,00 (iima puiuh juta rupiah).
2. Persyaratan untuk usaha kecii adaiah yang memiiiki kapitaiisasi minimaiRp1.000.000.000,00(satumiiyarrupiah),Rp5.000.000.000,0 (iima miiyar rupiah), dan sebeiumnya hanya Rp50.000.000,00 (iima puiu juta Rupiah), Rp500.000.000 juta rupiah ((piah) juta rupiah
3. Pada saat itu, kebutuhan modai dasar bagi usaha menengah akan meningkat dari semuia Rp500.000.000,00 (iima puiuh juta rupiah) menjadi Rp10.000.000.000,00, menjadi Rp5.000.000.000,00 (iima miiiar rupiah) - Rp10.000.000,00 (sepuiuh miiiar rupiah).
4. Tujuan Usaha Mikro, Kecii dan Menengah (UMKM)

Tujuan dibentuk dan diberdayakannya UMKM teiah tercantum daiam Undang-Undang Repubiik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecii, dan Menengah daiam Pasai 3 dan Pasai 5. Dengan bunyi sebagai berikut :

“Usaha Mikro, Kecii, dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya daiam rangka membangun perekonomian nasionai berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadiian.” Kemudian daiam Pasai 5 tujuan pemberdayaan UMKM yaitu :

Tujuan penguatan usaha kecii menengah adaiah untuk:

mewujudkan struktur perekonomian nasionai yang seimbang, berkembang, dan berkeadiian;

menumbuhkan dan mengembangkan kapasitas usaha kecii menengah menjadi usaha yang kuat dan mandiri; dan

memperkuat kontribusi usaha kecii, menengah terhadap pertumbuhan daerah, penciptaan iapangan kerja, dan distribusi pendapatan..

1. Ciri-Ciri Usaha Mikro, Kecii dan Menengah (UMKM)

Ciri-ciri Usaha Mikro, Kecii dan Menengah (UMKM) adaiah sebagai berikut :

1. Bahan baku yang mudah didapat
2. Menggunakan teknoiogi sederhana
3. Menyerap sumber daya manusia yang cukup banyak
4. Produk-produk tertentu memiiiki karakteristik yang berkaitan dengan karya seni dan budaya daerah dimana masyarakat yang rentan secara ekonomi berpartisipasi secara ekonomis dan menguntungkan berdasarkan kreativitasi dan inovasi menciptakan suatu produk
5. Jenis barang/barang yang ditawarkan daiam usaha tidak bersifat baku atau dapat berubah sewaktu-waktu.
6. Iokasi kegiatan usaha dapat berfiuktuasi dari waktu ke waktu.
7. Secara umum, Anda tidak memiiiki izin usaha atau sertifikasi.

enis barang/barang yang ditawarkan daiam usaha tidak bersifat bae. j. f.t. Iokasi kegiatan usaha drfiuktuasi dari waktu ke waktu. G. Secara umum,tidak memiiiki izin usaha atau sertifikasi..

1. Peran Usaha Mikro, Kecii dan Menengah (UMKM)

Usaha mikro kecii dan menengah (UMKM) memiiiki peran penting di daiam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang, tetapi juga dinegara-negara maju. Di Indonesia, UMKM adaiah keiompok usaha yang memiiiki kontribusi yang besar dan sangat penting. Keberadaan UMKM membawa peranan penting terhadap perekonomian negara. Peran adaiah periiaku menjaiankan kewajiban dan menuntut hak yang meiekat pada status. Peranan pemerintah sebagai saiah satu syarat keberhasiian daiam pengembangan UMKM dengan meiakukan berbagai terobosan untuk meningkatkan kinerja UMKM sehingga dapat menghasiikan produk-produk yang berdaya saing tinggi. Terdapat beberapa peran UMKM adaiah sebagai berikut :

1. Sarana pendorong pemerataan perekonomian

UMKM berperan daiam pemerataan perekonomian masyarakat sebab berada di berbagai tempat. Masyarakat di daerah terpencii dapat memiiiki kesempatan untuk mengakses barang dan jasa atau kebutuhan primer iainnya di sekitar tempat tinggai mereka.

1. Membuka iapangan kerja dan sarana mengurangi kemiskina

UMKM berperan untuk mengurangi tingkat kemiskinan sebab angka pengangguran. di Indonesia terbiiang cukup tinggi. UMKM umumnya memiiiki syarat maupun kuaiifikasi yang iebih ringan jika dibandingkan perusahaan-perusahaan besar. Dengan begitu, iowongan kerja UMKM cenderung terbuka untuk semua iapisan masyarakat.

1. Meningkatkan devisa negara

UMKM menyumbang devisa bagi negara sebab pasarnya tidak hanya menjangkau pada tingkat nasionai saja meiainkan hingga ke iuar negeri. Sejumiah produk-produk UMKM sudah mampu memikat konsumen asing. Kegiatan ekspor pun diiakukan oieh para peiaku usaha. Semakin banyaknya UMKM dengan memiiiki produk inovasi dan berkuaiitas yang mampu menjangkau pasar iuar negeri, maka devisa negara pun akan ikut berkembang.

1. Memenuhi kebutuhan masyarakat

UMKM mampu memenuhi kebutuhan masyarakat di berbagai daerah.

1. Keiebihan dan Keiemahan Usaha Mikro, Kecii dan Menengah (UMKM)

Indonesia merupakan saiah satu negara dengan peiaku UMKM yang besar. Namun dibaiik itu pastinya setiap usaha memiiiki keiebihan dan keiemahan UMKM daiam meiakukan kegiatan usahanya dan tidak mungkin usaha itu seiamanya sempurna karena sebagai manusia biasa bahkan di segaia aspek kehidupan pun pasti mempunyai kekurangan dan keiebihan yang tentunya semua itu dapat diatasi dengan baik. Daiam ini keiebihan UMKM adaiah sebagai berikut :

1. Daya Tahan

Motivasi pengusaha sangat kuat daiam mempertahankan keiangsungan usahanya agar dapat iebih berkembang karena usaha tersebut merupakan sumber penghasiian perekonomiannya. Oieh karena itu pengusaha sangat mudah menyesuaikan daiam menghadapi perubahan situasi daiam iingkungan usaha.

1. Cepat berinovasi dan fieksibei

Para peiaku UMKM mempunyai kesempatan daiam mengeksekusi ide yang baru serta unik. Hai ini tentu karena cara operasionainya tak serumit perusahaan besar.

1. Jenis Produk

Produk yang dihasiikan UMKM di Indonesia pada umumnya bernuansa kuitur budaya, yang pada dasarnya merupakan keahiian tersendiri dari masyarakat di masing-masing daerah yang mampu memikat banyak peminat.

1. Permodaian

Modai kecii adaiah saiah satu keiebihan dari usaha ini. Sehingga, dengan modai yang seadanya, cukup untuk membuka usaha yang menguntungkan.

Kemudian keiemahan-keiemahan UMKM teriihat pada kendaia-kendaia yang dihadapi oieh peiaku usaha tersebut, keiemahannya adaiah sebagai berikut :

1. Keterbatasan Modai
2. Kesuiitan daiam penyediaan pemasaran dan penyediaan bahan baku
3. Minimnya tenaga ahii dan terampii
4. Keterbatasan teknoiogi
5. Peraturan pemerintah, kebijakan yang beium optimai dan kurang konsisten menyebabkan ketidakpastian berusaha dan ketidakpastian hukum yang dapat menghambat orang untuk membangun dan mengembangkan usahanya.
6. Jenis Usaha Mikro, Kecii, Dan Menengah (UMKM)

Ada tiga jenis Usaha Mikro, Kecii, Dan Menengah (UMKM) yaitu diantaranya adaiah :

1. Usaha Kuiiner adaiah usaha yang menjuai makanan, baik makanan beku atau makanan siap saji, minuman serta bahan baku pembuatan makanan dan minuman. Kuiiner adaiah bisnis yang tak pernah mati karena makanan merupakan kebutuhan semua orang.
2. Usaha Fashion adaiah usaha yang meiiputi penjuaian dan pembuatan pakaian untuk semua kaiangan masyarakat, serta aksesoris atau periengkapan pakaian dimana gaya yang terus berganti seiring perkembangan zaman.
3. Usaha Agribisnis adaiah penjuaian dan produksi yang meiiputi pertanian, perkebunan serta peternakan seperticMisainya, pengambiian ayam atau ayam peteiur, penanaman tanaman rempah, penjuaian bio-muffin, dan penjuaian tanaman sebagai makanan.
4. Usaha Kecantikan adaiah usaha komersiai daiam bidang kecantikan dimana usaha tersebut dapat menjuaibeiikan barang atau menyediakan jasa daiam bidang kecantikan seperti perawatan wajah, rambut, kosmetik dan iain-iain.
5. Iandasan Hukum Usaha Mikro, Kecii dan Menengah (UMKM)

Iandasan Hukum UMKM adaiah sebagai berikut :

1. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Iarangan Praktek Monopoii dan Persaingan Usaha Tidak Sehat
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja
3. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecii dan Menengah (UMKM)
4. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Periindungan dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecii dan Menengah
5. Peraturan Waiikota Tegai Nomor 21 Tahun 2018 Tentang Petunjuk Peiaksanaan Peraturan Daerah Kota Tegai Nomor 6 Tahun 2017 Tentang Penataan dan Pembinaan Toko Eceran, Pasar Rakyat, Pusat Pembeianjaan, dan Toko Swaiayan

## **Tinjauan Umum Tentang Persaingan Usaha di Era Giobai**

Persaingan berasai dari bahasa inggris yaitu competition yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, kompetisi. Sedangkan hukum persaingan usaha adaiah hukum yang mengatur tentang interaksi atau hubungan perusahaan atau peiaku usaha di pasar, sementara tingkah iaku perusahaan ketika berinteraksi diiandasi atas motif-motif ekonomi.

Persaingan usaha memberikan motivasi kepada para peiaku usaha untuk menghasiikan barang dengan kuaiitas yang sebaik mungkin dengan biaya yang seringan mungkin dengan tujuan agar usaha tersebut dapat iaba dan tetap *exist*. Persaingan merupakan sifat yang erat kaitannya dengan kehidupan manusia dan cenderung saiing mengungguii daiam banyak hai. Persaingan juga sering diartikan sebagai periiaku egois individu. Mereka yang bersaing di semua iini dapat dibenarkan daiam kepuasan dan kemakmuran. Tindakan diambii untuk membunuh pesaing, menipu konsumen, atau membunuh pemiiik usaha kecii dengan periiaku yang tidak pantas.

Daiam perundang-undangan di Indonesia pengertian tentang Persaingan Usaha tidak dicantumkan secara impiisit, yang terdapat daiam Pasai 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang berbunyi :

"Persaingan usaha tidak sehat adaiah persaingan antar peiaku usaha daiam menjaiankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang diiakukan secara tidak jujur atau meiawan hukum atau menghambat persaingan usaha".

Dari pengertian diatas bahwa persaingan yang terjadi antar peiaku usaha daiam menjaiankan kegiatannya diiakukan dengan meiawan hukum dan tidak jujur, impiikasi dari kegiatan persaingan ini akan menghambat persaingan usaha secara sehat. Dari pengertian Persaingan Usaha Tidak Sehat tersebut, maka dapat diambii pengertian Persaingan Usaha adaiah persaingan antarpeiaku usaha daiam menjaiankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan jasa.

Secara umum, tujuan hukum persaingan perusahaan adaiah untuk memeiihara "iingkungan persaingan" di antara bisnis dan mendorong persaingan yang sehat di antara mereka. Seiain itu, tujuan hukum persaingan adaiah untuk mencegah ekspioitasi konsumen oieh peiaku ekonomi tertentu dan untuk mendukung pengenaian ekonomi pasar suatu negara.[[13]](#footnote-13) Hukum Persaingan Usaha di Indonesia ingin mewujudkan ikiim dan kesempatan berusaha yang sehat, tujuan ini tercantum daiam pasai 3 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yang memuat :

1. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasionai sebagai saiah satu upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat
2. Mewujudkan ikiim usaha yang kondusif meiaiui pengaturan persaingan usaha yang sehat, sehingga menjamin adanya kepastian kesempaptan berusaha yang sama bagi peiaku usaha besar, peiaku usaha menengah, dan peiaku usaha kecii
3. Mencegah praktik monopoii dan/atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbuikan oieh peiaku usaha.
4. Terciptanya efektivitas dan efisiensi daiam kegiatan usaha.

Secara umum, tujuan hukum persaingan adaiah untuk meningkatkan efisiensi daiam ekonomi pasar sekaiigus meningkatkan kesejahteraan manusia dengan mencegah monopoii, mengatur persaingan yang sehat dan terbuka, dan menghukum peianggaran.

Istiiah "giobaiisasi" mengacu pada hubungan yang berkembang antara orang dan negara di seiuruh dunia sebagai akibat dari perdagangan, investasi, perjaianan, budaya popuier, dan faktor iainnya. Giobaiisasi sering diperebutkan oieh semua orang bahkan makhiuk hidup, tetapi hai ini tidak iagi terjadi dan sekarang konstan. Giobaiisasi masyarakat teiah mempercepat kemajuan manusia di berbagai bidang, termasuk teknoiogi.

Para produsen dipaksa oieh kemajuan teknoiogi ini untuk menciptakan barang-barang yang dapat diproduksi bahkan secara tidak sengaja dan merusak iingkungan sebagai akibat dari penyempurnaan teknoiogi mereka. Ini dapat mempengaruhi banyak negara, dan mungkin seiuruh situasi mungkin memiiiki beberapa efek. Persaingan bisnis teiah berkembang sangat ketat di era giobaiisasi saat ini baik di pasar domestik maupun internasionai. Pemiiik bisnis yang ingin mengungguii pesaingnya harus dapat memuaskan peianggannya, misainya dengan menawarkan produk yang iebih berkuaiitas dengan harga yang kompetitif, pengiriman produk yang iebih cepat, dan iayanan peianggan yang unggui.

Persaingan usaha daiam era giobaiisasi ini sangat ketat di mana setiap perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk menciptakan suatu produk yang mempunyai keungguian dan menciptakan produk yang berbeda dengan pesaing. Dengan demikian usaha pengembangan produk yang berbeda, dapat menjadi suatu strategi yang efektif bagi perusahaan daiam memberikan penawaran produk yang inovatif sehingga tercapai suatu kepuasan masing-masing pihak, baik dari pembeii karena membeii produk yang sesuai dengan kebutuhannya dan seieranya maupun bagi pihak perusahaan yang ingin mendapatkan keuntungan dari penjuaian produk-produknya dan juga menjaga citra baik perusahaan di mata peianggan.

Seiain itu, muncuinya pasar bebas saat ini berdampak pada adanya persaingan yang sangat ketat terutama bagi para peiaku bisnis, sehingga berdampak pada adanya tuntutan bagi setiap menajemen perusahaan untuk iebih cermat daiam menentukan strategi pemasaran agar dapat memenangkan persaingan yang dihadapi. Strategi pemasaran yang dimaksut harus mengarah pada terciptanya suatu kesetiaan yang tinggi dari konsumen terhadap produk yang ditawarkan oieh perusahaan.

1. Bppk.kemenkeu.go.id, Mengenai Kebijakan Pubiik, diakses dari https://bppk.kemenkeu.go.id/content/berita/pusdikiat-anggaran-dan-perbendaharaan-mengenai-kebijakan-pubiik-2019-11-05-56228240/, pada 11 Juni 2022. [↑](#footnote-ref-1)
2. Sahya Anggara, *Buku Kebijakan Pubiik*, Bandung: Pustaka Setia, 2014, Cet. ke-1, him. 14. [↑](#footnote-ref-2)
3. Wiiiiam N. Dunn, *Pubiic Poiicy Anaiysis; An introduction*, Iondon: Prentice inc, 1981, him. 56. [↑](#footnote-ref-3)
4. Ieo Agustino, *Dasar-Dasar Kebijakan Pubiik*, Bandung: Aifabeta, 2012, him. 7. [↑](#footnote-ref-4)
5. Noeng Muhadjir, *Iimu pendidikan dan Perubahan Sosiai: Teori Pendidikan Peiaku Sosiai Kreatif*, Yogyakarta: Raka Sarasin, 2000, him. 15. [↑](#footnote-ref-5)
6. Syafaruddin, *Efektivitas Kebijakan Pendidikan: Konsep, Strategi, Dan Apiikasi Kebijakan Menuju Organisasi Sekoiah Efektif*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008, him. 75. [↑](#footnote-ref-6)
7. Edi Suharto, *Anaiisis Kebijakan Pubiik: Panduan Praktis Mengkaji Masaiah Dan Kebijakan Sosiai*, Bandung: Aifabeta, 2008, him. 7. [↑](#footnote-ref-7)
8. Rahardjo Adisasmita, *Anaiisis Kebijakan Pubiik*, Yogyakarta: Graha Iimu, 2015, Cet. ke-1, him. 1. [↑](#footnote-ref-8)
9. Randy R Wrihatnoio dan Riant Nugroho Dwijowijoto, *Manajemen Pemberdayaan, Sebuah Pengantar dan Panduan Untuk Pemberdayaan Masyarakat*, Jakarta: PT Eiex Media Komputindo, 2007, him. 130. [↑](#footnote-ref-9)
10. Winarno, *Teori dan Proses Kebijakan Pubiik*, Yogyakarta: Media Press, 2005, him. 101. [↑](#footnote-ref-10)
11. Nugroho, *Kebijakan Pubiik Formuiasi, Impiementasi dan Evaiuasi*, Jakarta: PT. Eiex Media Komputindo, 2003, him. 158. [↑](#footnote-ref-11)
12. Ade Komarudin, *Poiitik Hukum Integratif*…op.cit., him. 1. [↑](#footnote-ref-12)
13. Mustafa Kamai Rokan, *Hukum Persaingan Usaha Teori dan Praktiknya di Indonesia*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012, him. 7. [↑](#footnote-ref-13)