

**IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG KEMITRAAN USAHA  
MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DENGAN USAHA BESAR  
(Studi Kasus Pada PT Indomaret Cabang Candi Panggung Kec. Lowokwaru  
Kota Malang)**

**Kevin Ardika Wahyudi, Siti Saroh, Dadang Krisdianto**

*Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang,  
Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia*

*LPPM Universitas slam Malang, Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia  
email: [ardikawahyudikevin@gmail.com](mailto:ardikawahyudikevin@gmail.com)*

**ABSTRAK**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam peningkatan perekonomian daerah maupun perekonomian suatu negara. Pada saat ini kemitraan dengan UB (Usaha Besar) sangat penting untuk perkembangan UMKM. Kunci keberhasilan UMKM dalam persaingan baik di pasar domestik maupun pasar global adalah membangun kemitraan dengan perusahaan-perusahaan yang besar, salah satunya yaitu Indomaret cabang Candi Panggung Kota Malang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran implementasi Undang- Undang No. 20 tahun 2008 mengenai prinsip kemitraan, pola kemitraan dan peran Usaha Besar Terhadap UMKM. Metode pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Sumber data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Implementasi Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang prinsip kemitraan, pola kemitraan, dan peran usaha besar terhadap UMKM belum cukup baik. Pada prinsip dan pola kemitraan sudah sesuai dengan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 yaitu adanya prinsip saling menguntungkan, saling memerlukan, dan saling menguatkan serta pola kemitraan yang digunakan adalah Kerja Sama Operasional (KSO) dimana masing-masing pihak memiliki hak, kewajiban dan tanggung jawab dengan beberapa kesepakatan tertulis yang telah disetujui oleh pihak UMKM sebelum tanda tangan kontrak.. Tetapi dalam penerapannya, PT. Indomaret belum pernah melakukan pembinaan, pengawasan dan pelatihan kerja kepada Mitra UMKM Takoyaki Glenmore dan UMKM Belikebab. Selain itu dalam menjalin kemitraan (UMKM) juga terdapat beberapa manfaat yang diperoleh dari segi produktivitas, efisiensi, jaminan kualitas, resiko usaha, social benefit dan ketahanan ekonomi nasional.

**Kata Kunci:** Impelementasi, Kemitraan, Usaha Besar, UMKM

**ABSTRACT**

*Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role in improving the regional economy and the economy of a country. At this time the partnership with UB (Big Enterprises) is very important for the development of MSMEs. The key to the success of MSMEs in competition both in the domestic and global markets is to build partnerships with large companies, one of which is Indomaret, the Candi Panggung branch, Malang City. This study aims to find out the description of the implementation of Law no. 20 of 2008 regarding the principles of partnership, partnership patterns and the role of large businesses towards MSMEs. The method in this study used a qualitative approach with a descriptive research type with interview data collection techniques, observation and documentation. Sources of research data consist of primary data and secondary data. The results of the research show that the implementation of Law no. 20 of 2008 concerning partnership principles, partnership patterns, and the role of large businesses for MSMEs is not good enough. The principles and patterns of partnerships are in accordance with Law no. 20 of 2008 namely the existence of the principle of mutual benefit, mutual need and mutual reinforcement and the partnership pattern used is Operational Cooperation (KSO) where each party has rights, obligations and responsibilities with several written agreements that have been approved by the MSME before signing the contract. But in practice, PT. Indomaret has never conducted coaching, supervision and job training for Takoyaki Glenmore MSME Partners and Belikebab MSME Partners. In addition, in establishing partnerships (MSMEs) there are also several benefits obtained in terms of productivity, efficiency, quality assurance, business risks, social benefits and national economic resilience.*

**Keywords:** Implementation, Partnership, Big Business, MSMEs

## Pendahuluan

Menurut Tambunan (2013:2) UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam peningkatan perekonomian daerah maupun perekonomian suatu negara. Peraturan Pemerintah tentang Usaha Mikro Kecil Menengah yaitu: Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mewujudkan stabilitas ekonomi nasional.

Pada saat ini kemitraan dengan UB (Usaha Besar) sangat penting untuk perkembangan UMKM. Kunci keberhasilan UMKM dalam persaingan baik di pasar domestik maupun pasar global adalah membangun kemitraan dengan perusahaan-perusahaan yang besar. Pengembangan UMKM memang dianggap sulit dilakukan tanpa melibatkan partisipasi usaha-usaha besar. Disamping itu, kemitraan merupakan salah satu solusi untuk mengatasi kesenjangan antara UMKM dan UB. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tumbuh kembangnya UMKM di Indonesia tidak terlepas dari fungsinya sebagai mitra dari UB (Usaha Besar) yang terikat dalam satu pola kemitraan, salah satunya adalah Indomaret.

Sebagai salah satu waralaba terbesar di Indonesia, Indomaret berkomitmen membantu para pengusaha kecil untuk mengembangkan usahanya dengan menyediakan fasilitas penyewaan teras untuk para pengusaha dengan yang kebingungan dalam mencari lokasi usaha, dengan harapan keberadaan Indomaret bisa membantu pelaku UMKM dimanapun berada. Indomaret mengembangkan usahanya di berbagai wilayah di Indonesia, salah satunya adalah Kota Malang, Jawa Timur. Hingga saat ini tercatat total jumlah gerai Indomaret di Kota Malang terdapat 140 toko dengan 40% nya adalah toko waralaba. Dasar kerja sama waralaba adalah

saling percaya dan saling menguntungkan, dengan ini Indomaret juga turut serta meningkatkan SDM dalam berwiraswasta dengan cara merangkul UKM (Usaha Kecil Menengah) untuk tumbuh berkembang bersama.

Adapun dasar hukum tentang kemitraan seperti Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah menyebutkan bahwa pelaksanaan kemitraan diawasi secara tertib dan teratur oleh lembaga yang dibentuk dan bertugas untuk mengawasi persaingan usaha sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan dan tentang cara pengawasan dan penanganan perkara kemitraan di pasal 2 menyebutkan bahwa komisi melakukan pengawasan kemitraan yang dilakukan oleh Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah dengan usaha besar.

Dalam UU Nomor 20 Tahun 2008 pasal 1 tentang usaha kecil mengenai Ketentuan Umum. Pembinaan merupakan sebuah upaya yang dilakukan oleh Pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat dengan cara pemberian pelatihan kewirausahaan, binaan, pengawasan, maupun bimbingan serta bantuan untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil, menengah agar menjadi usaha besar. Diharapkan dengan adanya undang-undang yang berlaku usaha kecil, menengah dapat mengembangkan usahanya dan semakin kreatif serta inovatif yang nantinya akan meningkatkan pendapatan mereka.

Berdasarkan hasil observasi ada beberapa permasalahan UMKM Takoyaki Glenmore dan UMKM Belikebab saat bermitra dengan Indomaret. Tidak semua kemitraan antara usaha kecil dan usaha besar berjalan lancar, tentunya ada beberapa hal yang menjadi hambatan dalam berkembangnya kemitraan. Permasalahan *pertama*, yaitu kurangnya pengawasan dari pihak Indomaret kepada pelaku UMKM menyebabkan kemitraan berlangsung tidak fair dan hanya menguntungkan perusahaan besar saja tanpa memikirkan kemajuan mitra UMKM-nya. Permasalahan *kedua*, kurangnya pembinaan dari pihak Indomaret kepada pelaku UMKM berdampak pada kurangnya kemampuan daya saing dan pelatihan, sehingga menyebabkan pelaku UMKM belum mampu mengembangkan peran dan potensi usahanya dengan optimal.

Dan permasalahan *ketiga*, potensi pengembangan pada UMKM sewa teras ini masih terbilang belum jelas karena ketidakpastian pasar. Hal ini dikarenakan kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar kebanyakan pelaku UMKM hanya berfokus memproduksi barang saja, tanpa memikirkan bagaimana strategi ekspansi bisnisnya lebih besar lagi.

### Rumusan Masalah

1. Bagaimana implementasi Undang- Undang No 20 tahun 2008 mengenai kemitraan UMKM dengan Usaha Besar

### Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui gambaran implementasi Undang- Undang no 20 tahun 2008 mengenai kemitraan UMKM dengan Usaha Besar

### Manfaat Penulisan

1. Manfaat Teoritis  
Secara teoritis, memberikan tambahan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan kemitraan terutama dalam kemitraan dengan Usaha Besar, diharapkan dapat dipakai sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang memiliki tema dan permasalahan yang sama dengan penelitian ini, dan diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan kurikulum mengenai kemitraan untuk meningkatkan mutu pembelajaran di kampus.
2. Manfaat Praktis  
Manfaat bagi UMKM dan Usaha besar, penelitian ini dapat dijadikan tambahan ilmu pengetahuan dan memperluas pemahaman bagi Implementasi Undang-Undang tentang kemitraan, dan hasil penelitian ini dapat berguna untuk menjadi referensi dan bahan evaluasi bagi penerapan kemitraan yang dilakukan oleh perusahaan masyarakat, meningkatkan kaulitas dalam menanggapi pengaduan pelanggan.

### Tinjauan Pustaka Penelitian Terdahulu

1. Berdasarkan Pasal 1 ayat 13 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, yang dimaksud dengan Kemitraan adalah kerjasama dalam keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan yang melibatkan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan Usaha Besar.

Menurut Hafsah (2000:43), kemitraan adalah suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan.

2. Menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2008 pasal 1 ayat 13, ada tiga prinsip penting dalam kemitraan yaitu :

#### a. Saling Memerlukan

Penerapannya dalam kemitraan, perusahaan besar dapat menghemat tenaga dalam mencapai target tertentu dengan menggunakan tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan yang kecil. Sebaliknya, perusahaan yang lebih kecil, yang umumnya relatif lemah dalam hal kemampuan teknologi, permodalan, dan sarana produksi, dapat menggunakan teknologi dan sarana produksi yang dimiliki oleh perusahaan besar.

#### b. Saling Memperkuat

Dalam arti baik kelompok mitra maupun perusahaan mitra sama-sama memperhatikan tanggung jawab moral dan etika bisnis, sehingga akan memperkuat kedudukan masing-masing dalam meningkatkan daya saing usahanya

#### c. Saling Menguntungkan

Salah satu maksud dan tujuan dari kemitraan usaha adalah win-win solution. Pada kemitraan usaha hubungan bersifat timbal balik, bukan seperti kedudukan antara buruh dengan majikan, atau antara atasan dengan bawahan, suatu kemitraan harus membawa manfaat bagus semua pihak yang terlibat.

3. Berdasarkan Pasal 26 UU No. 20 Tahun 2008 & Pasal 11 PP No. 17 Tahun 2013,

kemitraan dilaksanakan dengan pola sebagai berikut :

a. Inti Plasma

Hubungan antara usaha kecil dengan usaha menengah atau besar, dan usaha besar itu bertindak sebagai inti dan usaha kecil sebagai plasma. Perusahaan inti menyediakan pembinaan, penyediaan sarana produksi pembinaan teknis, sampai dengan pemasaran hasil produksi

b. SubKontrak

Hubungan antara usaha kecil dengan usaha menengah atau besar, yang mana usaha kecil memproduksi komponen yang diperlukan usaha besar. Pola ini ditandai dengan adanya kontrak yang disepakati bersama tentang harga, mutu, volume, dan waktu.

c. Waralaba

Hubungan usaha besar memberi waralaba dan memberikan hak penggunaan lisensi merek dan saluran distribusi perusahaan kepada usaha kecil yang menerima waralaba tersebut disertai dengan bantuan bimbingan manajemen.

d. Keagenan

Hubungan yang mana usaha kecil diberikan hak khusus untuk memasarkan barang dan jasa usaha besar mitranya. Sedangkan usaha besar mitra bertanggung jawab atas mutu dan volume produk tersebut.

e. Dagang Umum

Pola dagang umum merupakan pola hubungan kemitraan mitra usaha yang memasarkan hasil dengan kelompok usaha yang mensuplai kebutuhannya yang diperlukan oleh perusahaan.

f. Bagi Hasil

Hubungan Kerjasama antara UMKM dengan Usaha Besar yang berperan sebagai penyedia modal sedangkan UMKM sebagai pengelola atau yang menjalankan usaha.

g. Kerja Sama Operasional

Hubungan kerjasama antara UMKM dengan Usaha Besar yang menjalankan usaha bersifat sementara dan masing-

masing dari mereka memiliki hak, kewajiban dan tanggung jawab berdasarkan kesepakatan tertentu sampai pekerjaan selesai.

h. Join Venture

Secara umum bisa diartikan sebagai persetujuan di antara dua pihak atau lebih untuk melakukan kerjasama atau menggabungkan sumber daya modal (patungan) guna mencapai tujuan tertentu, seperti untuk menjalankan bisnis atau proyek tertentu dengan membentuk badan usaha baru

i. Outsourcing

Penggunaan tenaga kerja dari pihak ketiga untuk menyelesaikan pekerjaan tertentu di dalam perusahaan.

4. Peran Usaha Besar terhadap UMKM dalam hal pembinaan, pengawasan dan pelatihan kerja :

a. Pembinaan

Dalam hal ini peranan pembinaan ini adalah menciptakan iklim yang kondusif bagi pengembangan kemitraan usaha serta terwujudnya kemitraan usaha yang dapat memberikan manfaat kepada pihak yang bermitra.

b. Pengawasan

Pengawasan pelaksanaan kemitraan adalah kegiatan mengawasi pelaksanaan kemitraan yang dilakukan antara Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah dengan Usaha Besar dengan ketentuan perundang-undangan, bahwa pelaksanaan diawasi secara tertib dan teratur oleh lembaga terkait untuk persaingan usahanya.

c. Pelatihan kerja

Jenis pelatihan yang diberikan tentunya disesuaikan dengan bidang usaha. Selain itu Ada juga pelatihan di bidang manajemen, misalnya strategi branding, manajemen usaha dan keuangan, pemasaran, dan lain-lain. Manfaat dari pelatihan UMKM, selain mendapatkan ilmu tambahan, kamu juga bisa mendapatkan jaringan atau kenalan baru dan beberapa manfaat lain diantaranya: produktivitas, meningkatkan kualitas usaha, berbagi pengalaman, mengelola keuangan, tahu dengan

penggunaan teknologi yang terbaru dan mampu bersaing dengan kompetitor.

- d. Manfaat kemitraan menurut Rahma (2008) manfaat yang diperoleh bagi UKM dan UB yang melakukan kemitraan diantaranya adalah meningkatkan produktivitas, efisiensi, jaminan kualitas, kuantitas, dan kontinuitas, menurunkan resiko kerugian, memberikan social benefit yang cukup tinggi dan meningkatkan ketahanan ekonomi secara nasional.

## **Metode Penelitian**

### **Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Moleong (2017:6), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Ini sesuai dengan jenis penelitian yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai Implementasi Undang-Undang Kemitraan UMKM dengan Usaha Besar (PT.Indomaret) pada cabang Jl. Candi Panggung, Kec. Lowokwaru, Kota Malang.

### **Fokus Penelitian**

Fokus penelitian adalah pemusatan fokus kepada intisari penelitian yang akan dilakukan. Dengan adanya fokus penelitian observasi dan analisis hasil peneliti akan menjadi lebih terarah. Maka pada penelitian ini berfokus pada Implementasi Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 mengenai kemitraan Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah dengan Usaha Besar yang dilihat dari latar belakang masalah yang dikaji dari Undang-Undang dalam tinjauan pustaka ialah : prinsip kemitraan , pola kemitraan, dan peran Usaha Besar terhadap UMKM. Adapun temuan pada penelitian ini adalah manfaat kemitraan.

### **Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian yang diambil oleh peneliti yaitu mitra UMKM sewa teras yang

berada di Indomaret Jl. Candi Panggung Kec. Lowokwaru Kota Malang yaitu UMKM Takoyaki Glenmore, UMKM Belikebab dan UMKM bola tela lumer (sudah tidak beroperasi).

### **Sumber Data**

Dalam penelitian kualitatif posisi sumber data manusia (narasumber) sangat penting perannya sebagai individu yang memiliki informasinya. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### a) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli yaitu para informan yang berkaitan yang mempunyai informasi mengenai permasalahan yang dikaji dalam penelitian. Data ini didapat melalui teknik observasi dan wawancara yang diajukan penulis kepada dengan Ibu Sulaiha selaku owner UMKM Takoyaki Glenmore dan Ibu Sulaiha selaku owner UMKM Beli Kebab.

#### b) Data sekunder

Data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara yaitu dengan mengumpulkan buku, literatur, jurnal ilmiah, peraturan-peraturan atau undang-undang, serta dokumen lain yang berkaitan dengan kemitraan UMKM dengan Usaha Besar.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### a. Wawancara

Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik (owner) UMKM Takoyaki Glenmore yaitu Saliha (22) dan pemilik UMKM BeliKebab yaitu Aini (25) Teknik wawancara yang digunakan ini dilakukan secara tidak terstruktur, dimana peneliti tidak melakukan wawancara dengan struktur yang ketat dan formal agar informasi yang diperoleh memiliki kapasitas yang cukup tentang berbagai aspek dalam penelitian ini.

#### b. Observasi

Peneliti mengadakan observasi secara langsung yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung di mitra UMKM yang berada di PT Indomaret Jl.

Candi Panggung yaitu UMKM Takoyaki Glenmore dan UMKM Belikebab. Pengamatan dilakukan secara langsung untuk mendapatkan gambaran yang utuh terkait fokus dan sub fokus penelitian.

c. Dokumentasi

Selain melakukan wawancara dan observasi, penulis juga menggunakan dokumentasi untuk memperoleh data-data di lapangan dan informasi dalam bentuk buku, arsip, catatan, dan foto yang dapat mendukung penelitian. Dalam penelitian ini untuk mengumpulkan dokumen-dokumen yang tersedia yang berhubungan dengan kemitraan UMKM dengan PT Indomaret.

### Teknik Analisis Data

Menurut Miles, Huberman, dan Saldana (2014:16), analisis data kualitatif terdiri dari empat kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi Langkah untuk menganalisis data-data dalam penelitian ini menggunakan beberapa tahap yang dilakukan oleh penulis, yaitu:

1) Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan proses mencari, mencatat, dan mengumpulkan data secara subjektif dan sesuai dengan hasil dari teknik yang dilakukan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data-data tersebut diperoleh dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti pada saat melakukan penelitian di mitra UMKM sewa teras PT Indomaret Jl. Candi Panggung. Selain itu, didukung pula dengan dokumen dilapangan yang berkaitan dengan kemitraan UMKM sewa teras PT Indomaret.

2) Kondensasi Data

Kondensasi data berarti merangkum catatan-catatan lapangan dengan memilih hal-hal pokok yang diperlukan dan berhubungan dengan masalah penelitian. Dengan demikian maka data yang dipilih dapat memberikan gambaran yang jelas sehingga dapat mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data lanjutan yang berkaitan dengan Implementasi Undang-Undang kemitraan Usaha, Mikro, Kecil dan

Menengah dengan Usaha Besar. Proses kondensasi data ini dilakukan setelah peneliti memperoleh dokumen berupa data temuan di lapangan serta data tertulis yang didapat melalui kegiatan wawancara yang dilakukan terhadap subjek penelitian yaitu Mitra UMKM sewa teras Takoyaki Glenmore (Sulaiha) dan BeliKebab (Aini) di PT Indomaret Jl. Canding Panggung.

3) Penyajian Data

Pada penelitian ini, penyajian data dilakukan dengan cara menampilkan temuan-temuan data penelitian yang disajikan secara naratif dari transkrip wawancara yang didapatkan pada saat melakukan penelitian kemudian dilengkapi dengan gambar dan tabel yang berkaitan dengan Implementasi Undang-Undang kemitraan Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah dengan Usaha Besar. Hal ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam memberikan gambaran terkait dengan temuan-temuan yang diperoleh. Kemudian dari temuan-temuan yang diperoleh dari data tersebut dianalisis secara mendalam ke dalam pembahasan untuk dapat memberikan penjabaran secara detail terkait dengan informasi serta data mengenai Implementasi Undang-Undang kemitraan Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah dengan Usaha Besar.

4) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Data yang telah dikondensasi dan disajikan kemudian diverifikasi untuk mendapatkan bukti-bukti yang kuat sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang valid dan kredibel, serta dapat menjawab masalah mengenai Implementasi Undang-Undang kemitraan Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah dengan Usaha Besar.

### Pembahasan

Untuk mengetahui terkait dengan implementasi Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 mengenai prinsip kemitraan, pola kemitraan, dan peran usaha besar terhadap UMKM sewa teras di PT. Indomaret Jl. Candi Panggung Kota Malang, peneliti telah melakukan beberapa tahap analisis serta wawancara dengan beberapa stakeholder terkait. Berdasarkan hasil penelitian di atas,

pembahasan ini meliputi tiga aspek yang harus diterapkan dalam menjalin kemitraan, yaitu sebagai berikut :

1. Prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan

Prinsip-prinsip kemitraan perlu dipahami oleh Usaha Besar dan pelaku UMKM karena prinsip ini yang melandasi terjalannya suatu pola kemitraan yang baik. Dalam menjalankan kemitraan yang baik antara Usaha Besar dengan Mitra UMKM perlu adanya prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan.

Dari hasil penelitian di lapangan, dapat dianalisis bahwa hubungan kemitraan yang dilakukan antara PT. Indomaret dengan Mitra UMKM sewa teras yaitu UMKM Belikebab dan Takoyaki Glenmore sudah menerapkan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan dalam menjalankan kemitraan yang sesuai dengan UU No.20 Tahun 2008 dan mengimplementasikannya dengan baik. Pada prinsip saling memerlukan, dapat dibuktikan dengan pihak UMKM yang merasakan adanya timbal balik dari PT. Indomaret berupa tempat untuk outlet yang menetap tanpa harus memindahkan gerobaknya dan juga mendapat jaminan aman karena terpantau dalam CCTV Indomaret.

Pada prinsip saling menguatkan, dapat dibuktikan dengan adanya tanggung jawab dalam menjalankan kemitraan dan tidak melanggar perjanjian yang sudah disepakati antara PT. Indomaret dengan UMKM Takoyaki Glenmore dan UMKM Belikebab. selain itu pihak PT. Indomaret juga tidak egois dalam perjanjian seperti merubah peraturan sesuai keinginannya. Pada prinsip saling menguntungkan, dapat dibuktikan dengan Pihak PT Indomaret yang sudah merasakan untung dari pembayaran sewa teras UMKM dan pihak UMKM juga merasakan keuntungan dari kemitraan ini karena produknya yang semakin banyak dikenal orang terutama konsumen Indomaret tersebut. Selain itu apabila pengunjung Indomaret rame, maka UMKM

Takoyaki dan Belikebab juga rame pembeli, tetapi hal tersebut tidak menentu juga.

2. Pola Kemitraan Kerjasama Operasional (KSO)

Secara umum, pola kemitraan adalah bentuk kerja sama yang saling menguntungkan antara dua belah pihak atau lebih untuk mencapai tujuan bersama. Dalam kemitraan terdapat beberapa pola, pola tersebut yang menentukan bagaimana cara kerja sistem kemitraan tersebut, sesuai dengan sifat, kondisi dan tujuan usaha yang akan dimitrakan.

Pola kemitraan yang dilakukan oleh PT. Indomaret dengan UMKM Takoyaki Glenmore dan UMKM Belikebab adalah pola kemitraan Kerja Sama Operasional (KSO) yang menjelaskan bahwa masing-masing pihak memiliki hak, kewajiban dan tanggung jawab dengan beberapa kesepakatan tertulis yang telah disetujui oleh pihak UMKM sebelum tanda tangan kontrak, seperti kesepakatan hanya menjual satu produk saja dan tidak boleh menjual produk yang sama dengan UMKM sebelah.

3. Peran Usaha Besar Dalam Pembinaan, Pengawasan, dan Pelatihan Kerja

Menurut UU No. 20 Tahun 2008, peran usaha besar terhadap UMKM adalah melakukan pembinaan, pengawasan dan pelatihan kerja. Hal tersebut sangat penting dilakukan Usaha Besar kepada UMKM agar menambah wawasan dan inovasi bagi pengusaha kecil dalam hal teknologi maupun ilmu pemasaran selain itu juga bagi pengusaha kecil dapat mengetahui peluang pasar mereka, serta meminimalisir keuntungan yang hanya didapat pihak Usaha Besar. Selain itu, target dari diadakannya pembinaan, pengawasan, dan pelatihan kerja dari Usaha Besar untuk pihak UMKM binaan adalah peningkatan kinerja usaha mereka. Dengan meningkatnya kinerja usaha, tentu akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan mereka.

Dari hasil penelitian di lapangan, dapat dianalisis bahwa PT. Indomaret belum melakukan perannya sebagai usaha besar sebagaimana yang dijelaskan oleh Hafsa

(2000 : 84), bahwa dalam pelaksanaan kemitraan perlu adanya bimbingan dalam meningkatkan SDM pengusaha kecil melalui pelatihan, manajemen, dan keterampilan teknis produksi. Hal ini dibuktikan dengan penjelasan dari Ibu Sulaiha selaku *owner* Takoyaki Glenmore dan Ibu Aini *owner* BeliKebab, bahwa selama bermitra tidak pernah ada kunjungan dari tim divisi mitra untuk melakukan pengawasan dan juga pelatihan kerja dalam hal bimbingan teknologi, manajemen dan keterampilan teknis produksi kepada mitra UMKM sewa teras. PT. Indomaret hanya memberikan sewa teras saja dan melakukan tanda tangan kontrak pembayaran tanpa ada pembinaan, pengawasan, dan pelatihan kerja setelahnya. Padahal penerapan pembinaan, pengawasan dan pelatihan kerja dari Usaha Besar terhadap Usaha kecil sangat penting diterapkan untuk membantu Usaha kecil mengetahui peluang pasar dan cara memasarkan produknya selain itu juga dapat menambah wawasan pengetahuan dan teknologi yang memang sebagian Usaha Kecil kurang mumpuni dalam hal seperti itu.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa Implementasi Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang prinsip kemitraan, pola kemitraan, dan peran usaha besar terhadap UMKM belum cukup baik karena dalam penerapannya, PT. Indomaret belum pernah melakukan pembinaan, pengawasan dan pelatihan kerja kepada Mitra UMKM Takoyaki Glenmore dan UMKM Belikebab, padahal pembinaan, pengawasan dan pelatihan kerja sangat penting diterapkan untuk membantu Usaha kecil dalam mengetahui peluang pasar dan cara memasarkan produknya, selain itu juga dapat menambah wawasan pengetahuan dan teknologi yang memang sebagian Usaha Kecil kurang mumpuni dalam hal seperti itu.

Selain itu, dalam menjalin sebuah kemitraan juga terdapat beberapa manfaat yang dirasakan setelah bermitra dengan Usaha Besar (PT. Indomaret) diantaranya yaitu manfaat produktivitas, efisiensi, kualitas produk, resiko usaha, social benefit, dan ketahanan ekonomi nasional. Manfaat pada segi produktivitas, yaitu terciptanya lapangan pekerjaan bagi orang lain

dan juga menambah pemasukan bagi *owner* UMKM sewa teras sendiri. Sedangkan manfaat dari segi efisiensi yaitu mendapatkan tempat sewa teras yang menetap tanpa harus memindahkan rombongnya pada saat mau buka ataupun tutup. Untuk manfaat dari segi jaminan kualitas yaitu PT. Indomaret menanyakan kepada *owner* UMKM dan melakukan pengecekan terkait produk yang akan dijual di terasnya.

Selain itu, manfaat dari segi social benefit dengan adanya Indomaret yang menyewakan teras mereka kepada UMKM dapat membantu pelaku UMKM yang ingin memiliki tempat yang menetap dan juga dapat meminimalisir kecemburuan sosial antara pedagang yang lain karena siapapun dapat menjalin kemitraan dengan Indomaret dan dapat melakukan sewa teras disana. Adapun manfaat dari segi ketahanan nasional, yaitu membantu produk UMKM sewa teras untuk lebih dikenal oleh banyak orang karena Indomaret sendiri juga mempunyai konsumen yang banyak sehingga usaha mitra UMKM menjadi lebih berkembang lagi. Tetapi pada manfaat resiko usaha, pihak UMKM belum merasakan adanya manfaat yang didapatkan setelah bermitra karena pihak UMKM menanggung resiko usahanya sendiri padahal dalam bermitra seharusnya resiko usaha ditanggung bersama.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan mengenai Implementasi Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 mengenai kemitraan UMKM dengan Usaha Besar, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan.

Dalam hubungan kemitraan antara PT. Indomaret dengan UMKM sewa teras yaitu UMKM Takoyaki Glenmore dan UMKM Belikebab sudah menerapkan prinsip-prinsip tersebut. Hal ini dapat terlihat dari UMKM yang sudah merasa adanya timbal balik dari PT. Indomaret berupa tempat yang menetap dan juga jaminan keamanan, adanya tanggungjawab terhadap perjanjian yang disepakati oleh kedua belah pihak, dan juga merasakan



keuntungan karena produknya semakin banyak dikenal orang terutama konsumen Indomaret tersebut.

b. Pola Kemitraan Kerja Sama Operasional (KSO)

Dalam pelaksanaan kemitraan, PT. Indomaret dan Mitra UMKM menerapkan pola kemitraan Kerja Sama Operasional (KSO) bahwa masing-masing pihak memiliki hak, kewajiban dan tanggung jawab dengan beberapa kesepakatan tertulis yang telah disetujui oleh pihak UMKM sebelum tanda tangan kontrak

c. Peran Usaha Besar Dalam Pembinaan, Pengawasan dan Pelatihan Kerja

Dalam melakukan kemitraan, PT. Indomaret tidak pernah memberikan pembinaan, pengawasan, dan pelatihan kerja kepada mitra UMKM Takoyaki Glenmore dan UMKM Belikebab. Selama bermitra tidak pernah ada kunjungan dari tim divisi mitra untuk melakukan pengawasan dan juga pelatihan kerja. PT. Indomaret hanya memberikan sewa teras saja dan melakukan tanda tangan kontrak pembayaran tanpa ada pembinaan, pengawasan, dan pelatihan kerja setelahnya.

d. Manfaat kemitraan dari segi (produktivitas, efisiensi, jaminan kualitas, resiko usaha, social benefit dan ketahanan ekonomi nasional )

Dalam menjalin kemitraan terdapat beberapa manfaat yang dirasakan oleh pihak UMKM diantaranya yaitu terciptanya lapangan pekerjaan bagi orang lain dan juga menambah pemasukan bagi owner UMKM sewa teras sendiri, mereka mendapatkan tempat sewa teras yang menetap, dapat meminimalisir kecemburuan sosial antara pedagang yang lain, produk UMKM sewa teras menjadi lebih dikenal oleh banyak orang sehingga usaha mitra UMKM menjadi lebih berkembang lagi, dan mendapat jaminan kualitas dimana sebelum melakukan kemitraan PT. Indomaret melakukan pengecekan terhadap produk yang akan dipasarkan. Tetapi pada manfaat resiko usaha belum dirasakan oleh mitra UMKM karena resiko usaha hanya ditanggung oleh

mitra UMKM sendiri, padahal seharusnya dalam bermitra untuk resiko usaha ditanggung bersama.

Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa Implementasi Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang prinsip kemitraan, pola kemitraan, dan peran usaha besar terhadap UMKM belum cukup baik.

### Saran

Adapun saran-saran yang mungkin dapat peneliti berikan dan bermanfaat bagi pelaksanaan kemitraan antara PT. Indomaret dengan mitra UMKM sewa teras berjalan dengan baik :

1. Perlu adanya pembinaan dengan tujuan melatih, memotivasi, meningkatkan kemampuan yang sudah ada, dan kegiatan membimbing para pelaku UMKM agar lebih paham dan bisa mengembangkan usaha yang di geluti.
2. Perlu adanya pelatihan kerja UMKM untuk meningkatkan produktivitas, meningkatkan kualitas usaha, berbagi pengalaman, mengelola keuangan, tahu dengan penggunaan teknologi yang terbaru dan mampu bersaing dengan kompetitor.
3. Perlu adanya pengawasan yang efektif supaya para pelaku UMKM bisa lebih maju dan berkembang dalam usahanya, selain itu pihak PT. indomaret perlu untuk mengetahui kondisi pasar mitra UMKM nya.
4. Dalam kemitraan seharusnya resiko usaha ditanggung oleh kedua belah pihak sesuai dengan tujuan kemitraan yaitu dengan kemitraan risiko yang akan dihadapi dapat ditanggung bersama, di mana pihak-pihak yang bermitra akan menanggung risiko secara proporsional sesuai dengan besarnya modal dan keuntungan yang akan diperoleh.
5. Dalam harga sewa teras PT Indomaret lebih baik disesuaikan dengan pendapatan UMKM sewa terasnya tentu hal itu menjadi lebih fair dalam program kemitraan, karena tidak hanya memikirkan keuntung pihak Usaha Besar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hafsah, Mohammad Jafar. (2000). *Kemitraan usaha : Konsepsi dan Strategi*. Pustaka Sinar Harapan Jakarta.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Moleong, L. J., & Edisi, P. R. R. B. (2004). *Metodelogi penelitian*. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : ALFABETA
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Keppres RI Nomor. 21 Tahun 2001 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2021 Pasal 1 ayat 8
- Undang-Undang Nomor. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2000 Tentang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)
- Undang-Undang No.13 tahun 2013 Pasal 1 ayat 9 tentang ketenagakerjaan
- Achmad, T. (2020, April 01). 20 Tahun Indomaret Hadir dan Melayani Masyarakat Kota Malang – malangtimes.com. <https://www.malangtimes.com/baca/50796/20200401/165000/20-tahun-Indomaret-hadir-dan-melayani-masyarakat-kota-malang> (Diakses pada 15 Februari 2023)
- Indomaret.co.id – Mengapa Harus Berwaralaba di Indomaret? <https://Indomaret.co.id/home/index/seputar-waralaba> (Diakses pada 20 Februari 2023)
- JDIH.BPK.RI. Database Peraturan – Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Detail/s/39653/uu-no-20-tahun-2008> (Diakses pada 12 Februari 2023)
- Kominfo.go.id. (2021, Januari 18). Tingkatkan Daya Saing UMKM Melalui Kemitraan dengan Usaha-Usaha Besar. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/32139/tingkatkan-daya-saing-umkm-melalui-kemitraan-dengan-usaha-usaha-besar/0/berita> (Diakses pada 13 Februari 2023)