

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

UMKM merupakan salah satu sektor strategis dalam perekonomian nasional. Hal ini tercermin dari besarnya penyerapan tenaga kerja oleh sektor UMKM. Berbicara mengenai kontribusi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia dalam 5 tahun terakhir. Hal itu dikarenakan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) yang memberikan peluang untuk pebisnis kecil berkembang. Kementerian telah mencatat bahwa kontribusi disektor UMKM meningkat mulai dari 57.84 persen menjadi 60,34 persen. Tidak sampai disini saja, ternyata sektor UMKM juga mampu menyerap tenaga kerja didalam negri. Dilihat dari segi tenaga kerja UMKM tumbuh dari 96,99 menjadi 97,22 persen dalam 5 tahun terakhir. Hal itu tentu bisa membantu pertumbuhan ekonomi Indonesia menjadi lebih baik.<sup>1</sup> Hal ini membuka peluang akses pasar dan peningkatan pendapatan (devisa). Situasi ini berdampak kepada pelaku ekonomi domestik, termasuk sektor UMKM. Sektor UMKM didorong terhubung dengan rantai nilai global (Global Value Chain/GVC) dan meningkatkan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi.<sup>2</sup>

Sektor usaha UMKM meliputi bergerak di bidang jasa makanan dan minuman, khususnya pada usaha kedai kopi. Kopi merupakan komoditas tropis utama yang diperdagangkan di seluruh dunia dengan kontribusi setengah dari total ekspor komoditas tropis. Saat ini, Indonesia merupakan produsen dan juga sekaligus konsumen penting komoditas kopi. Sebagai produsen, Indonesia menempati urutan keempat setelah Brasil, Vietnam dan Kolombia, dan sebagai

---

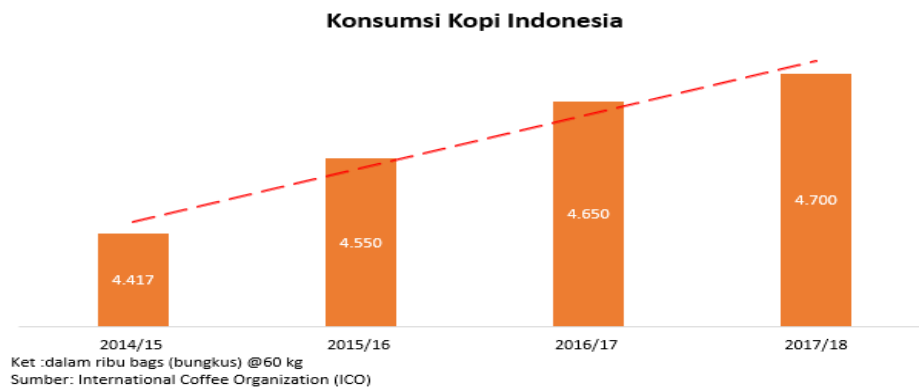
<sup>1</sup> Internet Marketing, "Pentingnya Peranan UMKM Bagi Perekonomian Indonesia", <http://internetmarketing.co.id/peran-umkm-bagi-perekonomian-indonesia>, diakses pada tanggal 5 Februari 2020

<sup>2</sup> Kementerian Keuangan Republik Indonesia, "Kebijakan Fiskal dan Peningkatan Peran Ekonomi UMKM", <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/kebijakan-fiskal-dan-peningkatan-peran-ekonomi-umkm>, diakses pada tanggal 5 Februari 2020

konsumen berada dalam urutan ketujuh (International Coffee Organization (ICO), 2017).<sup>3</sup> Bagi masyarakat Indonesia pada umumnya, minum kopi telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari terutama bagi orang-orang tua dan sekarang juga anak-anak muda dan remaja.

Perkembangan bisnis usaha kedai kopi secara umum di Indonesia dengan gaya hidup minum kopi saat ini sedang menjadi tren di kalangan masyarakat, khususnya milenial. Hal ini tentunya turut menumbuhkan industri kedai kopi dalam negeri. Hingga akhir 2019 pertumbuhan kedai kopi diprediksi mencapai 15%—20% dibandingkan 2018 yang hanya mencapai 8%—10%. Sedangkan kontribusi kedai kopi terhadap serapan kopi produksi dalam negeri diprediksi mencapai 25%—30%.<sup>4</sup> Berikut adalah table konsumsi kopi di Indonesia :

Tabel 1.1 Data konsumsi kopi



di

Indonesia tahun 2014-2018

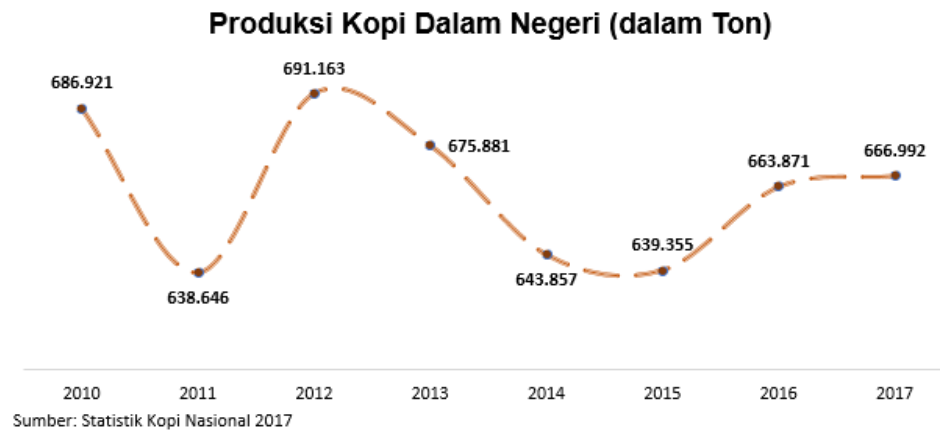
Data *International Coffee Organization* (ICO) menunjukkan, konsumsi kopi Indonesia selalu mengalami kenaikan dari tahun ke tahun.<sup>5</sup> Hal ini juga sejalan dengan pertumbuhan produksi kopi dalam negeri yang pada akhir tahun 2017 lalu mencapai 666.692 ton.

<sup>3</sup> Kementerian Perindustrian, *Peluang Usaha IKM Kopi*, (Jakarta: Desember 2017), hal. 1.

<sup>4</sup> SWA, "Pertumbuhan Bisnis Kedai Kopi", <https://swa.co.id/swa/trends/pertumbuhan-bisnis-kedai-kopi>, diakses pada tanggal 7 Februari 2020.

<sup>5</sup> *Ibid.*

Tabel 1.2 Data produksi kopi dalam negeri tahun 2010-2017



Penjualan kedai kopi kini semakin berkembang. Tidak hanya tersedia di kedai kopi konvensional pinggir jalan, kini kedai kopi juga bisa dijumpai di berbagai pusat perbelanjaan dan mal-mal besar. Bahkan beberapa minimarket saat ini juga mulai menjual produk minuman kopi dengan brand mereka sendiri. Selain itu, berkembangnya teknologi juga membuat kedai kopi kini bisa dipesan melalui aplikasi seluler. Kehadiran coffee Shop mengubah gaya hidup masyarakat dalam meminum kopi. Meminum kopi tidak lagi di dominasi orang dewasa, tetapi juga anak muda baik pria ataupun wanita. coffee shop dapat menjadi tempat pertemuan dengan rekan bisnis, arisan, bahkan tempat diskusi anak muda.

Usaha kedai kopi terdapat berbagai kategori dimulai dari Premium, menengah, dan warung kopi (WarKop). Beberapa coffee shop yang termasuk kategori Premium yaitu Starbuck coffee, Liberica, Excelso dll. Kemudian kedai kopi yang termasuk kedalam kedai kopi menengah yang ada di Indonesia adalah Kopi Kenangan, Janji Jiwa, Kopi Lain Hati dll, dan yang terakhir sudah sering kita dengar kedai kopi Warung Kopi (WarKop) biasa ditemukan di pinggir jalan.

Usaha kedai kopi jika dilihat dari aspek permodalan khususnya penanaman modal asing dalam sub bidang usaha perkebunan dapat diarahkan untuk meningkatkan ekspor dan memenuhi kebutuhan industry dalam negeri melalui peremajaan, rehabilitasi, perbaikan mutu tanaman, penganeekaragaman jenis dan pemanfaatan lahan transmigrasi perkebunan, lahan kering dan, rawa yang ditangani secara lebih intensif dalam sistem agribisnis yang terpadu dengan agroindustri melalui keterkaitan yang saling menguntungkan antara petani produsen dengan industry yang didukung oleh pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi serta penyuluhan maupun penyediaan sarana prasarana yang tersedia.<sup>6</sup>

Penanaman modal sub bidang usaha perkebunan ini diharapkan ikut membantu pengembangan perkebunan rakyat disekitarnya, dengan melibatkan kelompok tani maupun koperasi dalam kegiatan produksi, penampungan, pengolahan, dan pemasaran hasil. Bentuk usaha diutamakan dengan pola usaha Perusahaan Inti Rakyat (PIR) dan atau mengikutsertakan koperasi kelompok-kelompok petani sebagai pemegang saham, Aplikasi penanaman modal dapat meliputi usaha karet, kelapa sawit, kelapa, cokelat, kopi, serat-seratan, kapas, kapuk, jarak, tebu, tembakau, cengkeh, jambu mete, tanaman penghasil minyak, astiri, tanaman rempah-rempah, tanaman penghasil gula bukan tebu, tanaman pewarna/bahan penolong, tanaman obat-obatan, lada, pembibitan tanaman keras, kina, dan sebagainya.<sup>7</sup>

Sisi positif yang kita dapatkan jika memiliki usaha kedai kopi yaitu menumbuhkan lapangan kerja, meningkatkan konsumsi lokal, serta menimbulkan efek kesejahteraan beberapa petani. Perlu dukungan dari beberapa pihak, khususnya dari pemerintah agar usaha kedai kopi dapat terus maju dan membawa manfaat bagi semua.

---

<sup>6</sup> Amiruddin Ilmar. *Hukum Penanaman Modal di Indonesia*, (Jakarta: Penerbit Kencana, 2017) hal.97

<sup>7</sup> *Ibid*, hal 98.

Kota Bekasi merupakan wilayah penyangga ibukota DKI Jakarta, dengan memiliki luas wilayah sekitar 210.49 km<sup>2</sup>. Memiliki batas wilayah sebelah utara adalah Kabupaten Bekasi, sebelah selatan adalah Kabupaten Bogor dan Kota Depok, sebelah barat adalah Provinsi DKI Jakarta, dan sebelah timur adalah Kabupaten Bekasi<sup>8</sup>. Kota Bekasi memiliki jumlah penduduk mencapai kurang lebih 2.504.582 jiwa.<sup>9</sup> Kondisi Topografi kota Bekasi dengan kemiringan antara 0-2 % dan terletak pada ketinggian antara 11 m-81 m di atas permukaan laut.

Kota Bekasi jika dilihat dari kondisi sosial ekonomi dari data tahun 2013-2018, dalam jangka waktu empat tahun cenderung dinamis. Berdasarkan Laporan Keterangan Pertanggung Jawaban (LKPJ) Walikota Bekasi rata-rata nilai LPE di Kota Bekasi menembus 5,82% dari tahun 2013 sampai 2016. Hal itu bila dilihat dalam kurun waktu yang sama dengan menembus angka 5,53%. Berdasarkan data yang diperoleh, LPE Kota Bekasi pada 2013 mencapai 6,04%; tahun 2014 dan 2015 mengalami penurunan menjadi 5,61% dan 5,57%. Lalu tahun 2016 kembali naik menjadi 5,82%.

Pada sektor perdagangan tepatnya usaha kedai kopi di Kota Bekasi sangat menjajikan. Hal ini dikarenakan berkembangnya tren minum kopi di kedai kopi sedang meningkat cukup besar dengan berbagai nuansa kafe maupun gerobak angkringan yang berada di sudut pinggir jalan. Terjadinya modernisasi menyebabkan perubahan dalam gaya hidup masyarakat Indonesia khususnya yang berada diperkotaan. Perubahan tersebut dapat dilihat dari pola konsumsi masyarakat yang ingin cepat dan praktis. Melihat perubahan gaya hidup yang beragam, para pelaku bisnis melihat hal ini sebagai peluang yang baik untuk mendirikan sebuah kafe di kota besar ataupun di kota yang menjadi tujuan wisata. Kaitannya dengan komoditi kopi, dengan adanya perubahan gaya hidup

---

<sup>8</sup> Bekasi Kota, "Kondisi Geografis Wilayah Kota Bekasi", <http://www.bekasikota.go.id/pages/kondisi-geografis-wilayah-kota-bekasi>, diakses pada tanggal 7 April 2020

<sup>9</sup> Badan Pusat Statistik, "Jumlah Penduduk", <https://bekasikota.bps.go.id>, diakses pada tanggal 7 April 2020

dan pola konsumsi masyarakat yang beragam bisa diamati dalam bentuk kehadiran kafe yang menawarkan menu utamanya adalah kopi. Contoh adalah banyaknya kafe waralaba Internasional yang berbasis kopi, seperti Coffe Bean Tea and Leaf , Starbucks dan Excelso ataupun usaha kedai kopi yang di berasal dari dalam negeri kita sendiri, seperti kopi janji jiwa, kopi lain hati, kopi kulo, hingga untuk kelas pinggri jalan seperti warung kopi (WarKop).

Kota Bekasi merupakan salah satu kawasan industri yang dapat menjadi mesin untuk perekonomiannya, maka wisata belanja dan kuliner dinilai mampu memberikan keunggulan bagi masyarakat yang tinggal di kawasan Bekasi. Seiring dengan perkembangan tingkat gaya hidup masyarakat dan keanekaragaman selera konsumen yang berbeda, maka perkembangan jenis kuliner juga menjadi semakin beragam dengan jumlah kedai kopi yang ada di Kota Bekasi setiap tahunnya mengalami peningkatan.

Dengan terus meningkatnya usaha kedai kopi di Kota Bekasi. Pemerintah Kota Bekasi menyediakan fasilitas pelatihan sebagai peracik kopi atau barista. Salah satu permintaan yang cukup tinggi ialah pelatihan bagi peracik kopi atau barista, mengingat dalam beberapa tahun belakangan ini, kedai-kedai kopi menjamur di berbagai pelosok Kota Bekasi sebagai jawaban atas minat masyarakat akan kopi yang terus tumbuh.<sup>10</sup>

Dalam menjalankan usaha kedai kopi terdapat Persaingan yang semakin ketat, menuntut pemilik kafe untuk selalu melakukan perubahan atau inovasi agar dapat memenangkan persaingan serta tetap mempertahankan eksistensinya. Strategi pemasaran yang diterapkan di dalam suatu bisnis senantiasa berubah sejalan dengan perkembangan dan perubahan lingkungan industri yang ada. Dilihat dari segi lokasi usaha kedai kopi dapat menarik minat konsumen yang akan datang, Jika lokasi berada di dalam perumahan, cukup sulit untuk diketahui konsumen di luar daerah tersebut. Namun jika lokasi

---

<sup>10</sup> Bekasi Kota, "Warga Bisa Berlatih Barista Kopi di CEVEST", <https://www.bekasikota.go.id/detail/warga-bisa-berlatih-barista-kopi-di-cevest>, diakses pada tanggal 12 April 2020

terdapat di pinggir jalan atau di daerah industri makanan tersebut para konsumen dapat lebih mudah mengetahui dimana lokasinya.

Warung Kopi Dita dan Coffee Shop Maharani merupakan contoh dari ketatnya persaingan bisnis di bidang kafe di Kota Bekasi saat ini. Warung Kopi Dita mempunyai lokasi yang strategis yaitu di Jalan Ahmad Yani yang merupakan ruang public bagi semua kalangan dan Coffee Shop Maharani yang berada di daerah Grand Galaxy City. Kedua kafe tersebut mempunyai rata-rata pengunjung perhari yang cukup konsisten, serta karakteristik dari konsumen yang beragam. Konsumen tidak hanya didominasi oleh kelompok usia remaja, melainkan juga kelompok pada usia dewasa.

Fenomena pertumbuhan jumlah kafe di Kota Bekasi yang terus meningkat, merupakan hasil dari minat konsumen yang sangat tinggi terhadap keberadaan kafe. Lokasi yang cukup strategis sehingga para konsumen lebih mudah untuk mengetahui lokasi kafe tersebut. Pemerintah Kota Bekasi telah memberikan kebijakam mengenai perlindungan hukum terhadap usaha kedai kopi yang di atur dalam Peraturan Daerah Kota Bekasi Nomor 08 Tahun 2009 tentang Penyelenggaraan dan Perizinan di Bidang Perdagangan. Dengan adanya Peraturan Daerah tersebut pelaku usaha dapat melakukan kegiatan usaha secara illegal dan secara umum, Pemerintah berkewajiban untuk memberikan perlindungan bagi pelaku usaha.

Secara historis, perlindungan konsumen dalam Islam sudah dimulai sejak Nabi Muhammad SAW belum diangkat menjadi Rasul, beliau membawa barang dagangan Khadijah binti Khuwailid dengan mendapatkan imbalan atau upah. Sekalipun tidak banyak literatur yang berbicara tentang aspek perlindungan konsumen ketika itu, namun prinsip-prinsip perlindungan konsumen dapat ditemukan dari praktik-praktek bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah SAW. Kejujuran, keadilan dan integritas Rasulullah tidak diragukan lagi oleh penduduk Mekkah, sehingga potensi tersebut meningkatkan reputasi dan kemampuannya dalam berbisnis.

Setelah Muhammad SAW diangkat menjadi Rasul, konsumen mendapatkan perhatian yang cukup besar dalam ajaran Islam, baik dalam Al-Qur'an maupun Hadits. Bisnis yang adil dan jujur menurut Al-Qur'an adalah bisnis yang tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat (279) :

فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ  
أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya : *“Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya”*.

Sepintas ayat ini memang berbicara tentang riba, tetapi secara implisit mengandung pesan-pesan perlindungan konsumen. Di akhir ayat disebutkan tidak menganiaya dan tidak dianiaya (tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi). Dalam konteks bisnis, potongan pada akhir ayat tersebut mengandung perintah perlindungan konsumen, bahwa antara pelaku usaha dan konsumen dilarang untuk saling menzalimi atau merugikan satu dengan yang lainnya. Hal ini berkaitan dengan hak-hak konsumen dan juga hak-hak pelaku usaha (produsen). Konsep bisnis dalam Islam harus dilandasi oleh nilai-nilai dan etika yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan.<sup>11</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas merupakan suatu hal yang menarik bagi penulis mengkaji lebih jauh tentang perlindungan hukum bagi pelaku usaha di Kota Bekasi dengan mengangkat judul penelitian, **"PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PELAKU USAHA KEDAI KOPI SKALA UMKM DI KOTA BEKASI"**.

---

<sup>11</sup> Nurhalis, “Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999”, Jurnal IUS, Vol III, NO. 9, Desember 2015, Hal. 526-542.



## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana kebijakan mengenai kegiatan usaha kedai kopi di Kota Bekasi?
2. Bagaimana perlindungan hukum bagi pelaku usaha kedai kopi skala UMKM di Kota Bekasi ?
3. Bagaimana perlindungan hukum bagi pelaku usaha kedai kopi skala UMKM menurut hukum Islam ?

## **C. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian**

### Tujuan

1. Untuk menganalisa kegiatan usaha kedai kopi Kota Bekasi.
2. Untuk Menganalisa perlindungan hukum bagi pelaku usaha kedai kopi skala UMKM di Kota Bekasi.
3. Untuk menganalisa pandangan Islam mengenai perlindungan hukum bagi pelaku usaha kedai kopi skala UMKM di Kota Bekasi.

Manfaat penelitian yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

#### a. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu tentang perlindungan hukum bagi pelaku usaha kedai kopi skala UMKM.

#### b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat berguna bagi seluruh masyarakat dalam pemberdayaan Usaha, Mikro, Kecil dan sumbangsi peneliti terhadap proses pemerintahan dalam pembangunan sektor ekonomi.

## **D. Kerangka Konseptual**

Kerangka Konseptual adalah hubungan atau kaitan antara satu dengan konsep lainnya dari masalah yang ingin di teliti. Berdasarkan judul yang penulis buat, maka, terdapat beberapa definisi atau pengertian sebagai berikut :

1. Perlindungan hukum adalah Perlindungan hukum adalah segala upaya yang ditujukan untuk memberikan rasa aman kepada korban yang dilakukan oleh pihak keluarga, advokat, lembaga sosial, kepolisian, Kejaksaan,

pengadilan, atau pihak Lainnya, baik yang bersifat sementara maupun berdasarkan penetapan dari pengadilan.<sup>12</sup>

2. 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.<sup>13</sup>
3. Izin Usaha adalah bukti tertulis yang diberikan oleh Pejabat yang berwenang berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan sebagai bukti legalitas yang menyatakan sah bahwa Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah telah memenuhi persyaratan dan diperbolehkan untuk menjalankan suatu kegiatan usaha tertentu.<sup>14</sup>
4. Izin usaha mikro dan kecil yang selanjutnya disingkat dengan IUMK adalah tanda legalitas kepada seseorang atau pelaku usaha/kegiatan tertentu dalam bentuk izin usaha mikro dan kecil dalam bentuk satu lembar.<sup>15</sup>
5. Kedai kopi adalah kedai tempat menyediakan minuman (misalnya : kopi ,teh) dan makanan kecil (misalnya : gorengan , kue-kue, dan sebagainya).<sup>16</sup>
6. Tanda Daftar Perusahaan Pariwisata adalah bukti tanda daftar yang wajib dimiliki oleh berbagai jenis usaha yang berkaitan dengan sektor pariwisata, seperti usaha Jasa Perjalanan Wisata, Penyediaan Akomodasi, Jasa Penyediaan Makanan dan Minuman, Jasa Pramuwisata, Penyelenggaraan Pertemuan, dan beberapa usaha lainnya.<sup>18</sup>
7. Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara

---

<sup>12</sup> Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2004 tentang PKDRT, Pasal 1 ayat (4).

<sup>13</sup> Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah.

<sup>14</sup> Peraturan walikota Kota Bekasi Bekasi nomor 99 tahun 2016 tentang izin usaha mikro dan kecil, pasal 1 ayat (6).

<sup>15</sup> *Ibid*, pasal 1 ayat (7).

<sup>16</sup> Depdikbud. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta : Pustaka Pelajar, 2002.

Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.<sup>17</sup>

## E. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian normatif dengan di tambahkan dengan data empiris. Adapun penelitian hukum normatif adalah penelitian hukum yang meletakkan hukum sebagai sebuah bangunan sistem norma. Sistem norma yang dimaksud adalah mengenai asas-asas, norma, kaidah dari peraturan perundangan, perjanjian serta doktrin (ajaran). Penelitian ini dilakukan terhadap data yang bersifat sekunder seperti peraturan perundang-undangan, jurnal ilmiah, buku-buku hukum berkaitan dengan hukum perjanjian kerjasama dan keagenan. Sedangkan penelitian yuridis empiris adalah penelitian yang mempunyai objek kajian mengenai perilaku masyarakat.<sup>18</sup>

### 2. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah 2 jenis data yaitu data primer dan data sekunder sebagai berikut :

- a. Data primer yaitu data yang didapat secara langsung dari sumber pertama.<sup>19</sup> Yakni data yang diperoleh secara langsung dari responden dilokasi penelitian, baik berupa wawancara langsung terhadap pemerintah dan pelaku usaha.
- b. Data yang berasal dari sumber yang sudah tersedia, yaitu mencakup peraturan perundang-undangan, kontrak, hasil-hasil penelitian yang berwujud laporan, buku-buku mengenai hukum perdata, buku-buku mengenai hukum jaminan, buku-buku mengenai hukum agraria, publikasi elektronik maupun bentuk-bentuk lain yang berkaitan dengan

---

<sup>17</sup> *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen*, Pasal 1 angka (3).

<sup>18</sup> Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hal. 34 dan 51.

<sup>19</sup> Muhammad Abdulkadir, *Hukum dan Penelitian Hukum*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2004), hal. 12.

penelitian empiris. Data Sekunder dapat berupa bahan hukum Primer, Sekunder maupun Tersier.<sup>20</sup>

a. Bahan Hukum Primer, yaitu bahan-bahan yang mengikat dan terdiri dari:

1. Undang – Undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
2. Perauran Presiden nomor 98 tahun 2014 tentang Perizinan Untuk Usaha Mikro dan Kecil.
3. Peraturan Daerah Kota Bekasi nomor 8 tahun 2009 tentang Penyelenggaraan dan Perizinan di Bidang Perdagangan.
4. Peraturan Daerah Kota Bekasi nomor 12 tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Penanaman Modal
5. Peraturan Daerah Kota Bekasi Nomor 06 Tahun 2010 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Bekasi Nomor 14 Tahun 2009 Tentang Retribusi Izin Gangguan

b. Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder yaitu bahan hukum yang dapat memberikan penjelasan dan memperkuat bahan hukum primer, seperti hasil-hasil penelitian, hasil karya pakar hukum, buku teks, buku bacaan hukum, jurnal-jurnal, serta bahan dokumen hukum lain yang terkait.

c. Bahan hukum tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan hukum penunjang yang memberikan petunjuk pada bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder seperti kamus hukum, ensiklopedi, kamus bahasa, artikel, internet dan lain-lain yang relevan dengan penelitian ini.

---

<sup>20</sup> *Ibid.*

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka memperoleh data sebagaimana yang diharapkan, maka penulis melakukan pengumpulan data dengan dua cara, yaitu :

- a. Teknik Dokumentasi adalah merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif<sup>21</sup>
- b. Teknik Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu<sup>22</sup>

### 4. Analisis Data

Penelitian ini dalam menganalisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu mendeskripsikan dengan kata-kata sehingga dihasilkan kalimat yang dapat dengan mudah dipahami, lalu data dianalisis secara kualitatif untuk menarik kesimpulan yang dapat disajikan dalam suatu tulisan yang utuh.<sup>23</sup>

## F. Sistematika Penulisan

### BAB I : PENDAHULUAN

Bab satu berisikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka konseptual, metode penelitian dan sistematika penulisan.

---

<sup>21</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, cet. 19, (Bandung: Alfabeta, 2013), Hal 240.

<sup>22</sup> *Ibid*, Hal 231.

<sup>23</sup> Suratman dan Phillips Dillah, *Metode Penelitian Hukum*, Cet. 1, (Bandung: Alfabeta, 2013), Hal. 146

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab dua akan membahas tentang tinjauan umum tentang Pemerintah dan Pemerintah Daerah, tugas pokok pemerintah, perlindungan hukum, dan usaha mikro kecil.

**BAB III ; PEMBAHASAN**

Bab tiga penulis akan menguraikan pembahasan mengenai kebijakan pemerintah dalam memberikan izin usaha mikro kecil di sektor kuliner kaki lima di Kota Bekasi

**BAB IV : PEMBAHASAN AGAMA**

Bab empat berisi mengenai uraian dalam pandangan Islam terhadap pedagang yang tidak memiliki izin usaha.

**BAB V : PENUTUP**

Bab lima berisi mengenai kesimpulan dan saran terhadap hasil penelitian.