

**PELAKSANAAN PERAN LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN
DALAM MENINGKATKAN KESADARAN KONSUMEN TERHADAP
USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DI KOTA PADANG**

DRAFT



Diajukan oleh :

VIKRA HALIM
1810012111350

BAGIAN HUKUM PERDATA

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS BUNG HATTA
PADANG
2024**

FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS BUNG HATTA

PENGESAHAN SKRIPSI
No. Reg : 597/Pd/02/H-2024

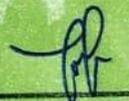
Nama : Vikra Halim
NPM : 1810012111350
Bagian : Hukum Perdata
Judul Skripsi : Pelaksanaan Peran Lembaga Perlindungan
Konsumen Dalam Meningkatkan Kesadaran
Konsumen Terhadap Usaha Mikro Kecil
Menengah Di Kota Padang

Telah Dipertahankan di depan Tim Penguji pada bagian Hukum Perdata pada
Hari Kamis Tanggal Dua Puluh Dua Bulan Februari Tahun Dua Ribu Dua
Puluh Empat dan dinyatakan LULUS

SUSUNAN TIM PENGUJI

1. Dr. Yofiza Media, S.H., M.H

(Ketua/Pembimbing)



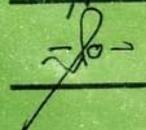
2. Dr. (c) Suamperi, S.H., M.H

(Anggota Penguji)



3. Adri, S.H., M.H

(Anggota Penguji)



Dekan Fakultas Hukum
Universitas Bung Hatta



Dr. Sandjar Pebrihariati, R., S.H., M.H

FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS BUNG HATTA

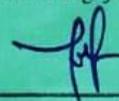
PERSetujuan SKRIPSI
No. Reg : 597/Pdt/02/11-2024

Nama : Vikra Halim
NPM : 1810012111350
Bagian : Hukum Perdata
Judul Skripsi : Pelaksanaan Peran Lembaga Perlindungan
Konsumen Dalam Meningkatkan Kesadaran
Konsumen Terhadap Usaha Mikro Kecil
Menengah Di Kota Padang

Teah disetujui pada Hari Kamis Tanggal Satu Bulan Februari Tahun
Dus Ribu Dua Puluh Empat untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji :

Dr. Yofiza Media, S.H., M.H

(Pembimbing)



Mengetahui :

Dekan Fakultas Hukum
Universitas Bung Hatta

Ketua Bagian
Hukum Perdata



Dr. Sanidjar Pebrihariati, R., S.H., M.H

(Dr. Yofiza Media, S.H., M.H)



**PELAKSANAAN PERAN LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN
DALAM MENINGKATKAN KESADARAN KONSUMEN TERHADAP
USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DI KOTA PADANG**

Vikra Halim¹ Yofiza Media¹

Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Bung Hatta

E-mail : vikrahalim1@gmail.com

ABSTRAK

Peningkatan kesadaran konsumen diatur dalam Pasal 44 Ayat (3) Poin b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen yang menyatakan bahwa menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Rumusan masalah: 1) Bagaimanakah pelaksanaan peran Lembaga Perlindungan Konsumen dalam meningkatkan kesadaran konsumen terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Padang? 2) Bagaimanakah kendala lembaga Perlindungan Konsumen dalam meningkatkan kesadaran konsumen terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Padang? 3) Bagaimanakah upaya yang dilakukan oleh Lembaga Perlindungan Konsumen dalam menghadapi kendala untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Padang? Jenis penelitian Jenis penelitian adalah yuridis sosiologis. Sumber data yaitu data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yaitu studi dokumen dan wawancara. Sumber data dianalisa secara kualitatif. Hasil penelitian yaitu: 1) Pelaksanaan peran Lembaga Perlindungan Konsumen yaitu: melakukan sosialisasi kepada masyarakat, kegiatan advokasi kepada konsumen yang membutuhkan, layanan iklan *online* LPKSM terhadap makanan UMKM di Kota Padang. 2) Kendala Lembaga Perlindungan Konsumen adalah: minimnya biaya operasional, kurangnya kepedulian masyarakat terhadap suatu produk UMKM, masih adanya pelaku usaha UMKM yang melakukan kecurangan, kurangnya sumber daya manusia yang berkualitas. 3) Upaya yang dilakukan oleh Lembaga Perlindungan Konsumen yaitu: adanya dana kas LPKSM, melakukan kerja sama dengan Pemerintah Kota Padang.

Kata Kunci : Peran, Lembaga perlindungan Konsumen, Kesadaran Konsumen, UMKM

**IMPLEMENTING THE ROLE OF CONSUMER PROTECTION AGENCY IN
INCREASING CONSUMER AWARENESS OF
SMALL TO MEDIUM MICRO ENTERPRISES IN PADANG CITY**

Vikra Halim ¹ Yofiza Media ¹

Legal Studies Program, Faculty of Law, Bung Hatta University

Email: vikrahalim1@gmail.com

ABSTRACT

Increasing consumer awareness is regulated in Article 44 Paragraph (3) Point b of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection which states that disseminating information is in order to increase awareness of the rights and obligations and caution of consumers in consuming goods and/or services. Problem formulation: 1) How is the role of the Consumer Protection Agency implemented in increasing consumer awareness of Micro, Small and Medium Enterprises in Padang City? 2) What are the obstacles to Consumer Protection institutions in increasing consumer awareness of Micro, Small and Medium Enterprises in Padang City? 3) What are the efforts made by the Consumer Protection Agency in dealing with obstacles to increase consumer awareness of Micro, Small and Medium Enterprises in Padang City? Type of research The type of research is sociological juridical. Data sources are primary and secondary data. Data collection techniques are document study and interviews. Data sources were analyzed qualitatively. The research results are: 1) Role implementation Consumer Protection Agency that is: conducting outreach to the community , advocacy activities for consumers in need , LPKSM online advertising services for UMKM food in Padang City. 2) Constraint Consumer Protection Agency is: minimal operational costs, lack of public awareness of UMKM products, the existence of UMKM business actors who commit fraud, lack of quality human resources. 3) Efforts carried out by the Consumer Protection Agency namely: the existence of LPKSM cash funds, collaborating with the Padang City Government.

Keywords: Role, Consumer Protection Institutions, Consumer Awareness, UMKM

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABTRACK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Metode Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen	13
1. Pengertian Perlindungan Konsumen	13
2. Asas-Asas Perlindungan Konsumen.....	20
B. Tinjauan Umum Tentang Konsumen.....	23
1. Pengertian Konsumen.....	23
2. Hak dan Kewajiban Konsumen	25
C. Tinjauan Umum Tentang Pelaku Usaha.....	28

1. Pengertian Pelaku Usaha	28
2. Jenis-jenis Pelaku Usaha	30
3. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	32

D. Tinjauan Umum Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah

(UMKM).....	34
1. Pengertian tentang UMKM	34
2. Jenis-Jenis UMKM.....	36
3. Asas dan Tujuan UMKM	38

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Dalam Meningkatkan Kesadaran Konsumen Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Padang	40
B. Kendala Lembaga Perlindungan Konsumen Dalam Meningkatkan Kesadaran Konsumen Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Padang	45
C. Upaya Yang Dilakukan Oleh Lembaga Perlindungan Konsumen Dalam Menghadapi Kendala Untuk Meningkatkan Kesadaran Konsumen Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Padang	49

BAB IV PENUTUP

A. Simpulan.....	52
B. Saran.....	53

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sudah merupakan kodratnya bahwa manusia tidak bisa hidup sendiri, harus hidup bersama dalam suatu masyarakat yang terorganisasi untuk mencapai tujuan bersama.¹ Salah satu tujuannya yaitu untuk memperbaiki dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta menciptakan inovasi di dalam masyarakat tersebut. Maka dibutuhkan rumusan kebijakan dari lembaga eksekutif maupun

¹ Zaeni Asyhadie, 2012, *Hukum Bisnis prinsip dan pelaksanaanya di Indonesia*, Raja Grafindo, Jakarta, hlm. 1

legislatif untuk menumbuhkembangkan industri dalam negeri sebagai prasyarat meningkatkan pendapatan negara.

Perkembangan industri pada sebuah negara sangat menopang pertumbuhan ekonomi, sehingga salah satu strategi yang diambil oleh pemerintah adalah memberdayakan dan menumbuhkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu dasar pembangunan ekonomi kerakyatan. Sejarah telah menunjukkan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia tetap eksis dan berkembang meski terjadi krisis ekonomi yang telah melanda negeri ini sejak tahun 1997.² Perekonomian nasional digerakkan oleh para pelaku ekonomi, baik perorangan maupun institusi yang mempunyai tujuan memperoleh keuntungan para pelaku ekonomi melakukan kehiatan ekonomi dengan menggunakan bentuk usaha yang bervariasi, dan menjalankan usaha yang

² Adi, Isbandi Rukminto, 2008, *Intervensi Komunitas Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat*, Rajawali Pers, Jakarta, hlm. 67

bervariasi pula.³

Kegiatan ekonomi adalah suatu usaha untuk meningkatkan daya dan taraf hidup masyarakat dengan semakin meningkatnya pertumbuhan ekonomi, maka kebutuhan masyarakat akan terpenuhi. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dibutuhkan lapangan pekerjaan yang mampu menyerap setiap angkatan kerja yang ada. Indonesia adalah sebuah negara yang penuh dengan kekayaan alam, belum mampu untuk memaksimalkan potensi yang ada. Yang ada pada diri sendiri maupun yang ada di wilayah masing-masing sehingga kebutuhan mereka bisa terpenuhi.

Masyarakat lebih dituntut untuk mengembangkan kemampuan dan potensi yang dimiliki, dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup agar menjadi sejahtera, masyarakat yang mempunyai kemampuan dan jeli melihat potensi diri serta mampu mengidentifikasi lingkungan, dapat menemukan peluang dan membuka peluang usaha bagi masyarakat. Dengan adanya peluang usaha tersebut, diharapkan dapat membantu pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar menjadi lebih baik sehingga mampu mengurangi tingkat urbanisasi yang tinggi. Selain itu, dengan adanya usaha yang menitik beratkan pada peluang yang ada di daerah sekitar, diharapkan mampu menjadi ikon atau ciri khas dari daerah tersebut.

Berdasarkan Pasal 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah selanjutnya disebut dengan (UMKM) yang menyatakan bahwa pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah :

Angka (1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini;

Angka (2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi

³ Neni Sri Imaniyati, 2009, *Hukum Bisnis Telaah Pelaku dan Kegiatan Ekonomi*, Graha Ilmu, Yogyakarta, hlm. 1

bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini;

Angka (3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Berdasarkan pasal di atas menggambarkan UMKM memberi akses terhadap peluang kesempatan kerja dari berbagai sektor usaha. Sektor-sektor usaha UMKM bervariasi, mulai industri, jasa, sektor informal dan sektor usaha pertanian dan perkebunan. Diantara sektor usaha tersebut sektor pertanian yang paling banyak menyerap tenaga kerja.⁴

UMKM sulit mendapatkan kesempatan yang sama terutama dalam penguasaan pasar dan akses permodalan yang diperoleh di lembaga keuangan (perbankan). Sebaliknya usaha-usaha besar secara bebas dapat menguasai sumber-sumber ekonomi publik dan akibatnya mengurangi kesempatan usaha kecil dan menengah. Demikian pula di sektor keuangan dalam proses deregulasi dan berbagai bidang investasi, pola yang sangat liberal diberlakukan sehingga menutup akses masyarakat banyak untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi.⁵

Kebutuhan sehari-hari yang terus meningkat di tengah-tengah masyarakat menimbulkan hadirnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai solusi untuk melanjutkan kehidupan serta UMKM telah membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang membutuhkan. Dalam pengembangan UMKM terdapat adanya pihak yang harus bertanggung jawab atas keselamatan atau baiknya kualitas produk UMKM itu

⁴ Agustino, 2008, *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*, Alfabeta, Bandung, hlm. 89

⁵ Aminudin Aziz, 2012, *Manajemen dalam Perspektif Islam*, Pustaka ELBayan, Madjenang, hlm. 192-

sendiri, sama halnya produk UMKM berjenis makanan maka perlu adanya jaminan jenis makanan tersebut aman untuk dikonsumsi oleh setiap konsumen.

Perkembangan UMKM yang terus meningkat dan persaingan antar produk sesama UMKM tidak menutup kemungkinan terjadi penyimpangan yang merugikan konsumen misalnya barang yang diperjualbelikan atau diperdagangkan tersebut tidak memenuhi kriteria kesehatan atau membuat rugi konsumen setelah membeli barang tersebut.

Berdasarkan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen selanjutnya disebut dengan (UUPK) menyatakan bahwa kewajiban pelaku usaha adalah :

1. Beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dari ketentuan pasal tersebut di atas dapat diketahui bahwa, pelaku usaha harus berlaku jujur dan memberikan informasi mengenai barang yang diperdagangkan tersebut, agar tidak merugikan konsumen. Yang terjadi di lapangan masih ada pelaku usaha yang tidak jujur dan tidak memberikan informasi yang benar mengenai barang yang diperdagangkan tersebut, sehingga dapat merugikan konsumen, maka dibentuklah Lembaga Perlindungan Konsumen untuk menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen atas suatu produk yang diperdagangkan oleh pelaku usaha. Berdasarkan Pasal 1 Ayat (12) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa

Badan Perlindungan Konsumen Nasional selanjutnya disebut dengan (BPKN) adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen.

Perlindungan terhadap konsumen oleh BPKN memiliki tugas sebagaimana terdapat dalam Pasal 34 Ayat (1) UUPK antara lain adalah sebagai berikut :

- a. Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;
- b. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
- c. Melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
- d. Mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
- e. Menyebarkan informasi melalui media mengenai keberpihakan kepada konsumen;
- f. Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha;
- g. Melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.

Berdasarkan pasal di atas BPKN mendorong berkembangnya Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LKSM) untuk meningkatkan kesadaran konsumen sebagaimana tugas dari LKSM terdapat dalam Pasal 44 ayat (3) UUPK yang menyatakan bahwa :

- a. Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
- c. Bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
- d. Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
- e. Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dibentuk dalam rangka untuk membantu masyarakat, dan dalam rangka untuk meningkatkan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang disediakan oleh pengusaha atau produsen. Tentunya lembaga perlindungan swadaya masyarakat ini adalah berbentuk forum atau organisasi yang dibentuk dalam masyarakat yang memenuhi syarat yang

ditentukan dalam peraturan perundang-undangan, memiliki akta pendirian, memiliki anggaran dasar dan anggaran rumah tangga, dan diakui oleh pemerintah.

Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) memiliki tugas salah satu yaitu mengenai memberikan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran konsumen dalam mengkosumsi barang suatu produk dari UMKM. Salah satunya terdapat di Kota Padang masih terdapat barang suatu produk UMKM yang belum memiliki label halal, bahwa label halal itu merupakan jaminan suatu produk UMKM amakn untuk dikosumsi oleh konsumen, dikarenakan pada umumnya masyarakat di Kota Padang memiliki agama islam sehingga produk yang dikonsumsi haruslah produk yang halal sebagai bentuk hal mutlak yang harus diikuti oleh masyarakat yang memeluk agama islam. Oleh karena itu untuk menjamin produk UMKM di Kota Padang merupakan produk yang aman dikonsumsi oleh masyarakat perlu adanya peran aktif dari LPKSM terhadap konsumen untuk penuh kehati-hatian dalam mengkonsumsi produk UMKM di Kota Padang.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“PELAKSANAAN PERAN LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM MENINGKATKAN KESADARAN KONSUMEN TERHADAP USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DI KOTA PADANG”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah pelaksanaan peran Lembaga Perlindungan Konsumen dalam meningkatkan kesadaran konsumen terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Padang?

2. Bagaimanakah kendala Lembaga Perlindungan Konsumen dalam meningkatkan kesadaran Konsumen terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Padang?
3. Bagaimanakah upaya yang dilakukan oleh Lembaga Perlindungan Konsumen dalam menghadapi kendala untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Padang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, penelitian yang dilakukan mempunyai tujuan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui peran Lembaga Perlindungan Konsumen dalam meningkatkan Kesadaran Konsumen terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Padang?
2. Untuk mengetahui kendala Lembaga Perlindungan Konsumen dalam meningkatkan Kesadaran Konsumen terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Padang?
3. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan oleh Lembaga Perlindungan Konsumen dalam menghadapi kendala untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Padang

D. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode-metode sebagai berikut :

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian hukum ini dilakukan secara yuridis empiris. Penelitian ini adalah pendekatan hukum sosiologis yaitu pendekatan yang dilakukan melalui

peraturan perundang-undangan dan dihubungkan dengan fakta-fakta yang berkaitan terhadap masalah yang diteliti.⁶

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Primer dan Data Sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama. Data yang dikumpulkan melalui wawancara dengan Bapak Azwar Risi S.H sebagai Ketua Lembaga Perlindungan dan Peremberdayaan Konsumen Indonesia (LPPKI) Kota Padang, Bapak Mardinal Efendi sebagai Wakil Kepala Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Kota Padang, Bapak Aprianto Gusri sebagai anggota Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Kota Padang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari bahan-bahan kepustakaan hukum. Bahan penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini meliputi bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier, sebagai berikut :

1) Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan-bahan penelitian hukum yang didasarkan pada kepada sumber formal. Dimana bahan hukum ini mempunyai kekuatan mengikat antara lain adalah sebagai berikut :

- a) Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945;
- b) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;

⁶Amiruddin & Zainal Asikin, 2012, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 118

c) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;

d) Peraturan Daerah Kota Padang Nomor 50 Tahun 2016 Tentang Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah.

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang erat hubungannya dengan bahan hukum primer yang bersifat menunjang sehingga membantu dalam menganalisis dan memahami bahan hukum primer dalam hal ini, yang digunakan penulis adalah buku-buku, jurnal, artikel dan bahan-bahan lain yang berhubungan.

3) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier merupakan bahan hukum yang dapat memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, bahan hukum yang dimasukkan dalam penelitian ini adalah Kamus.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Studi Dokumen

Studi dokumen adalah suatu penelitian yang dipakai dengan menelaah dan menganalisis data tertulis yang ada melalui buku-buku serta literatur dan hasil penelitian yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti yang kemudian dijabarkan dan disusun secara sistematis dalam bentuk karya tulis ilmiah di lapangan atau instansi-instansi.

b. Wawancara

Wawancara yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur, dimana selain diajukan pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun, juga

disertai dengan pengetahuan sendiri dan pengembangan pertanyaan-pertanyaan lain dengan penelitian yang dilakukan serta melakukan pendekatan hasil wawancara.

Pengumpulan data dapat dilakukan melalui wawancara dengan sebagai berikut :

- 1) Bapak Aswar Siri S.H. selaku Ketua Lembaga Perlindungan dan pemberdayaan Konsumen Indonesia (LPPKI) Kota Padang;
- 2) Bapak Mardinal Efendi selaku Wakil Kepala Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Kota Padang;
- 3) Bapak Aprianto Gusri selaku anggota Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Kota Padang;

4. Analisa Data

Analisa data dari pengolahan data yang penulis lakukan, maka diperlukan analisis data, untuk itu digunakan analisis kualitatif, artinya data yang diperoleh tidak berbentuk angka-angka tidak memerlukan presentase dan tidak memerlukan pengukuran tertentu serta tabulasi, tabel. Analisis ini berbentuk kalimat-kalimat atau uraian-uraian yang menyeluruh, dengan gejala dan fakta yang terdapat dilapangan sehubungan dengan permasalahan yang diangkat. Semua hasil penelitian dihubungkan dengan Peraturan Perundang-undangan terkait. Setelah itu dirumuskan dalam bentuk uraian dan akhirnya ditarik kesimpulan sebagai jawaban terhadap permasalahan-permasalahan dalam penelitian.⁷

⁷*Ibid*, hlm. 4