

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Di samping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/atau jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.¹

Dengan adanya kondisi seperti itu maka kebutuhan konsumen terhadap barang dan/atau jasa dapat terpenuhi, serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Di sisi lain, kondisi dan fenomena tersebut dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi objek aktifitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.²

Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat pengetahuan konsumen akan haknya masih rendah, hal ini terutama

¹Republik Indonesia. 1999. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Jakarta.

²*Ibid.*

disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Atas dasar kondisi sebagaimana dipaparkan di atas, perlu upaya pemberdayaan konsumen melalui pembentukan undang-undang yang dapat melindungi kepentingan konsumen secara integratif dan komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif di masyarakat. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen selanjutnya disebut dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.³

Tujuan utama dibentuknya Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah untuk meningkatkan iklim usaha yang kondusif serta menyesuaikan diri dengan perkembangan dunia itu sendiri. Selain itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen dibentuk sebagai upaya untuk melindungi konsumen dari tindakan sewenang-wenang pelaku usaha yang justru karena pesatnya perkembangan dunia usaha menyebabkan pelaku usaha melakukan segala tindakan yang dapat meningkatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.⁴

Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, menyatakan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Setiap konsumen berhak mendapatkan perlindungan dari produsen sebagai penghasil produk baik barang atau jasa. Karena itu pihak produsen tidak bisa secara sembarang membuat produk yang dapat merugikan para konsumen atau

³Celina Tri Swi Kristiyanti, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm.1

⁴*Ibid.*

masyarakat, dengan menggeruk keuntungan atau laba yang sebesar-besarnya.⁵ Menurut Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen kewajiban pelaku usaha untuk melakukan perlindungan terhadap konsumen yaitu dengan cara:

- a) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b) Memberikan informasi yang benar, jujur dan jelas mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, pemeliharaan;
- c) Memperlakukan atau melayani konsumen secara jujur dan benar serta tidak diskriminatif;
- d) Menjamin mutu dari barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau jasa yang berlaku;
- e) 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;

Apabila timbul kerugian pada konsumen sebagai akibat dari tidak dilaksanakannya kewajiban maka pelaku usaha bertanggung jawab kepada konsumen untuk membayar ganti kerugian. Hal itu diatur dalam Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan tanggung jawab pelaku usaha adalah memberikan ganti kerugian atas kerusakan, pencemaran dan atas kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

Dalam realitanya masih banyak pelaku usaha yang belum melakukan kewajibannya melindungi konsumen termasuk pelaku usaha yang

⁵Danang Sunyoto, 2016, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, Nuha Medika, Yogyakarta, hlm.140

memproduksi tahu, seperti dilihat dari berita-berita di Kompas TV ada tahu yang diberi formalin, pada proses pembersihan kedelai yang diinjak-injak menggunakan kaki.

Perlindungan terhadap konsumen itu dapat dilihat dari beberapa peraturan perundang-undangan:

1. Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen berbicara tentang asas-asas perlindungan konsumen salah satu dari asas itu adalah asas keamanan dan keselamatan konsumen, maksudnya adalah untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
2. Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa tanggung jawab pelaku usaha adalah memberikan ganti kerugian atas kerusakan, pencemaran, dan atas kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
3. Pasal 3 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) menyatakan bahwa penyelenggaraan Jaminan Produk Halal bertujuan untuk:
 - a. Memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk, dan
 - b. Meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal.

Bahwa seseorang yang memproduksi sesuatu, berkewajiban mengganti kerugian jika barang yang dihasilkan menimbulkan kerugian kepada konsumen pemakai, sebagaimana disebutkan dalam Pasal 19 ayat (1).

Tahu adalah suatu produk makanan berupa padatan lunak yang dibuat melalui proses pengolahan kedelai dengan cara pengendapan proteinnya. Tahu merupakan bahan pangan yang bertahan hanya 1 hari saja tanpa pengawet, maka dari itu tahu termasuk bahan pangan yang mempunyai jangka konsumsi yang sangat singkat. Pada umumnya tahu dibuat oleh produk kecil seperti usaha rumahan, dan jumlahnya di Kota Padang sangat banyak sehingga sulit untuk melakukan pengawasannya, hal itu sangat rentan terjadinya pelanggaran.

Berdasarkan latar belakang di atas, hal itu menarik penulis untuk meneliti dengan mengambil lokasi penelitian di pabrik tahu Super yang diberi judul **“TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TAHU SUPER DALAM MELINDUNGI KONSUMEN”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah upaya yang dilakukan pelaku usaha tahu Super dalam melindungi konsumen?
2. Apa sajakah masalah yang dihadapi pelaku usaha tahu Super dalam melindungi konsumen?
3. Bagaimanakah cara pelaku usaha tahu Super melaksanakan tanggung jawabnya dalam melindungi konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan pelaku usaha tahu Super dalam melindungi konsumen.
2. Untuk mengetahui masalah yang dihadapi pelaku usaha tahu Super dalam melindungi konsumen.
3. Untuk mengetahui tanggung jawab pelaku usaha tahu Super dalam melindungi konsumen.

D. Metode Penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah yuridis sosiologis. Penelitian yuridis sosiologis yaitu jenis penelitian hukum sosiologis dan dapat disebut juga dengan penelitian lapangan, yaitu mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataan di masyarakat. Penelitian ini dilakukan dengan cara langsung ke lapangan untuk mendapatkan data primer, disamping itu juga dilakukan penelitian kepustakaan untuk mendapatkan data sekunder.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama. Untuk mendapatkan data tersebut

diperoleh langsung dari responden yaitu bapak Indra sebagai pengusaha tahu dan ibu Yani sebagai konsumen antara (pedagang tahu), serta ibu Afni sebagai konsumen.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari penelitian kepustakaan. Sumber data sekunder adalah:

1) Bahan hukum primer, yaitu bahan-bahan yang isinya mengikat dan mempunyai kekuatan hukum. Dalam penelitian ini bahan hukum primer yang digunakan adalah:

a) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

2) Bahan hukum sekunder, yaitu semua bahan yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer, meliputi perundang-undangan, jurnal, buku-buku, hasil penelitian yang telah pernah dilakukan sebelumnya berkaitan dengan tanggung jawab pelaku usaha dalam melindungi konsumen.

3. Teknik dan alat Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk mendapatkan keterangan secara langsung dari responden. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan teknik semi terstruktur, dimana pertanyaan-pertanyaan yang diajukan telah dipersiapkan terlebih dahulu dan dapat dikembangkan lagi di lapangan.

b. Studi Dokumen

Data kepustakaan diperoleh melalui penelitian kepustakaan dengan mempelajari peraturan perundang-undangan, buku-buku, jurnal, dan hasil penelitian yang telah ada sebelumnya dan berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

c. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.⁶ Dalam penelitian ini penulis langsung mengamati proses pembuatan tahu Super di Nanggalo.

4. Analisis Data

Data yang diperoleh dari penelitian dianalisis dengan menggunakan metode kualitatif, yaitu dengan membandingkan data primer dan data sekunder kemudian diambil kesimpulan dan diuraikan dalam bentuk kalimat.

⁶Abdurrahman Fatoni, 2011, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Rineka cipta, Jakarta, hlm.104