

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peranan serta pengaruh usaha mikro, kecil, dan menengah dalam perekonomian Indonesia sungguh penting. Usaha mikro, kecil, dan menengah sering disingkat UMKM. UMKM adalah sebuah usaha yang dijalankan oleh perseorangan hingga kelompok yang jumlahnya banyak terlibat dari kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi. Produksi adalah suatu kegiatan untuk menciptakan barang yang baru. Distribusi adalah suatu kegiatan barang untuk mempermudah penyampaian barang dari produsen kepada konsumen. Produsen adalah seorang yang melakukan pekerjaan produksi. Konsumsi adalah suatu barang dengan tujuan mengurangi atau menghabiskan barang untuk memperoleh keuntungan.

Dalam perkembangannya, UMKM mempunyai fungsi untuk memajukan pertumbuhan ekonomi masyarakat disaat kondisi yang krisis. Berbagai macam informasi produk yang ditawarkan mulai dari kerapian, keindahan, kebersihan, dan lain sebagainya agar konsumen dapat membeli suatu barang. Konsumen dapat datang ke tempat menggunakan manual hingga membeli dalam bentuk online melalui media internet.

Berbagai macam jenis UMKM mulai dari usaha mikro hingga usaha menengah. Kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah dalam penjualan tahunan termuat pada Pasal 35 angka 5 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor

7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, Pemberdayaan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah¹. Hasil penjualan tahunan dari usaha mikro paling banyak dua miliar rupiah. Contoh UMKM mikro adalah pedagang kecil di pasar, usaha pangkas rambut, pedagang asongan, dan lain sebagainya. UMKM kategori usaha kecil yakni memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari dua miliar rupiah sampai dengan paling banyak lima belas miliar rupiah. Pengelolaan keuangan usaha kecil juga sudah lebih profesional dari usaha mikro. Contoh UMKM kecil adalah restoran kecil, bengkel motor, katering, usaha fotocopy, dan lain sebagainya. Usaha menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari lima belas miliar rupiah sampai paling banyak lima puluh miliar rupiah. Selain pengelolaan keuangan yang sudah terpisah, usaha menengah juga sudah memiliki legalitas. Contoh UMKM menengah adalah perusahaan pembuat roti skala rumahan, restoran besar, hingga toko bangunan.

Pengertian UMKM dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, Pemberdayaan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada Pasal 1 angka 2 sampai dengan 4, yaitu:

1. Pengertian Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah ini.

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

¹ Kementerian BUMN Indonesia, “Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, Pemberdayaan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah”, 2 Februari 2021, *Online*, Internet, 22 Juli 2022

<https://jdih.bumn.go.id/lihat/PP%20Nomor%207%20Tahun%202021#:~:text=PP%20Nomor%207%20Tahun%202021%20tanggal%2002%20Pebruari%202021%2C%20tentang,Mikro%2C%20Kecil%2C%20dan%20Menengah>

bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah ini.

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 yang memenuhi kriteria Usaha Menengah sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah ini.

Dalam konteks perlindungan konsumen, UMKM juga disebut pelaku usaha. Pengertian Pelaku Usaha dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 pada Pasal 1 angka 3 (Selanjutnya disebut dengan UUPK), yaitu²:

“Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.

Di Indonesia, pengaturan kewajiban pelaku usaha termuat dalam UUPK pada Pasal 7, sebagai berikut³:

- a) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang

² Zulham, 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta:Kencana Prenada, Hal.173
<http://repository.uinsu.ac.id/312/1/Hukum%20Perlindungan%20Konsumen.pdf>

³ Zulham, *Ibid*, Hal.177

dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dalam menjalankan usaha, pelaku usaha memiliki suatu tanggung jawab. Mengenai Tanggung Jawab Pelaku Usaha termuat dalam UUPK pada Pasal 19 angka 1, sebagai berikut⁴:

“Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.”

Menurut ajaran teori dari Von Kries mengenai ganti kerugian akan terjadi apabila suatu peristiwa itu secara langsung menurut pengalaman manusia yang normal dapat diharapkan menimbulkan akibat tertentu.⁵ Setiap pelaku usaha bertanggung jawab menjaga data dan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen yang bertujuan untuk melindungi konsumen. Perlindungan yang dimaksud adalah mengedepankan prioritas konsumen. Kualitas dalam suatu barang harus dimulai dari mendahulukan keistimewaan, kesesuaian desain produk, dan resiko hingga pengambilan keputusan yang terbaik.

Keberlangsungan suatu usaha juga tergantung adanya konsumen dengan suatu produk usaha. Pelaku usaha tidak akan berarti tanpa adanya konsumen. Pengertian konsumen dalam UUPK pada Pasal 1 angka 2, yaitu⁶:

“Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”

⁴ Zulham, Ibid, Hal. 184

⁵ Janus Sidabalok, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung:PT Citra Aditya Bakti, Hal.158

⁶ Zulham, Ibid, Hal.173

Pengertian konsumen menurut para ahli dan masyarakat dalam UUPK pada Pasal 1 angka 2, sebagai berikut:

a) John F. Kennedy, mengatakan bahwa secara definisi konsumen adalah kita semua, mereka adalah kelompok ekonomis dalam perekonomian yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh hampir setiap keputusan masalah ekonomi yang bersifat perdata dan publik;⁷

b) Hondius menyimpulkan, para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan konsumen sebagai pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa;⁸

c) Pengertian masyarakat umum saat ini, bahwa konsumen itu adalah pembeli, penyewa, nasabah lembaga jasa perbankan atau asuransi, penumpang angkutan umum atau pada pokoknya langganan dari pengusaha.⁹

Hal yang menguntungkan bagi konsumen adalah banyaknya pilihan dalam membeli sesuai dengan pilihan dan keinginan. Konsumen harus berhati-hati dalam memilih produk barang untuk dipakai kepentingan sendiri. Konsumen di dalam transaksi memiliki hak-hak dengan cara yang mudah dan cepat selama penjualan dan pembelian berlangsung. Konsumen juga dapat bertemu secara langsung dengan pelaku usaha jika ingin membeli suatu barang dengan adanya potongan harga yang sering dikenal dengan diskon yang bersifat rahasia.

Dalam jual beli barang, Konsumen mempunyai hak yang dituangkan dalam UUPK Pasal 4 huruf H, sebagai berikut¹⁰:

“Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.”

Setiap konsumen seharusnya mendapatkan barang yang terjamin kualitasnya. Apabila barang yang diproduksi rusak atau dijual, maka pelaku

⁷ Yusuf Shofie, 2003, *Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, Bandung:PT.Citra Aditya Bakti, Hal.13

⁸ Shidarta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta:PT Grasindo, Hal.2

⁹ Az Nasution, 1995, *Konsumen dan Hukum*, Jakarta:Pustaka Sinar Harapan, Hal.68

¹⁰ Zulham, *Op.cit.*, Hal.176

usaha bertanggung jawab atas ganti kerugian yang sudah menjual dan membeli sesuatu barang tersebut sesuai dengan UUPK. Bentuk tanggung jawab pelaku usaha berupa pengembalian uang atau penggantian barang. Dalam praktik, transaksi konsumen dengan pelaku usaha masih terdapat perbuatan pelaku usaha yang merugikan konsumen.

Salah satu pelaku usaha kecil adalah CV.Winner, yang berlokasi di kota Semarang terletak di jalan Tumpang Gang I Nomor 46 Kelurahan Bendan Ngisor, Kecamatan Gajah Mungkur. CV. Winner. Bidang usaha CV.Winner adalah pembuatan dompet, koper, tas sepeda, tas sekolah, dan masih banyak yang lainnya sesuai dengan pesanan pelanggan.

Pada 20 Januari 2022, pelaku usaha menceritakan suatu peristiwa bahwa terdapat konsumen yang melakukan transaksi pembelian sebuah barang tas dengan datang di CV. Winner Semarang. Saat konsumen tersebut sampai di rumah, ternyata konsumen tidak meneliti barang tersebut, barang tersebut cacat dari produksinya. Oleh karena itu, konsumen mengeluh dan merasa dirugikan dengan pembelian barang tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul **“Pelaksanaan Tanggung Jawab CV.Winner Terhadap Konsumen yang Dirugikan (Studi Kasus di CV.Winner Semarang).”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pelaksanaan tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yang dirugikan?
2. Apa hambatan–hambatan yang dihadapi pelaku usaha dalam pelaksanaan

tanggung jawab terhadap konsumen yang menimbulkan kerugian?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pelaksanaan tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yang dirugikan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis hambatan-hambatan dalam pelaksanaan tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yang dirugikan.

D. Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan dapat dimanfaatkan baik dari segi akademis maupun dari segi praktis:

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan-bahan kajian berkaitan dengan hukum perlindungan konsumen dalam hal pelaksanaan tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yang dirugikan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pelaku Usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pelaku usaha dalam melaksanakan dan meningkatkan tanggung jawabnya terhadap konsumen yang dirugikan.

b. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu konsumen memahami haknya untuk menerima pertanggungjawaban hingga ganti rugi dari pihak

pelaku usaha apabila terjadi cacat produk dalam barangnya.

E. Metode Penelitian

1. Metode Pendekatan

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian, maka pengertian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan metode yuridis sosiologis.

Masalah yang diteliti oleh peneliti terkait pelaksanaan perlindungan hukum dari analisis, yaitu peneliti ingin menggambarkan pelaksanaan tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yang dirugikan.

2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian ini adalah deskriptif analitis. Pengertian dari deskriptif analitis menurut Sugiyono, yaitu sebuah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau mengolah data yang telah dikumpulkan tanpa maksud untuk menarik kesimpulan yang berlaku untuk masyarakat umum atau generalisasi.¹¹

Penelitian dengan deskripsi analitis digunakan sebagai mendeskriptifkan pelaksanaan tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yang dirugikan, hambatan-hambatan yang dihadapi pelaku usaha CV.Winner dalam pelaksanaan tanggung jawab terhadap konsumen yang menimbulkan kerugian dengan peraturan perundang-undangan atau sumber sumber lainnya yang mengatur mengenai hal tersebut.

3. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah pelaksanaan tanggung jawab pelaku usaha

¹¹ Muhammad Faiza Azhari, 2017, *Pengaruh Self Assessment System dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Tax Evasion*, Bandung:Unpas,
<https://onesearch.id/Author/Home?author=MUHAMMAD+FAIZA+AZHARI%2C+134020253>

terhadap konsumen yang dirugikan.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Studi Lapangan

Studi lapangan digunakan untuk mengumpulkan data primer terdiri dari:

a) Wawancara

Wawancara dilakukan dengan narasumber sebagai berikut:

- i. Pemilik perusahaan CV.Winner;
- ii. Satu orang konsumen.

b) Observasi

Observasi penelitian ini adalah bagaimana proses pelaksanaan tanggung jawab CV.Winner terhadap konsumen yang dirugikan.

b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan digunakan untuk mengumpulkan data sekunder yang terdiri dari:

- 1). Bahan Hukum Primair
 - i. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
 - ii. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
 - iii. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, Pemberdayaan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- 2). Bahan Hukum Sekundair
 - i. Buku;
 - ii. Jurnal;

iii. Karya ilmiah para sarjana yang relevan terhadap judul penelitian.

3). Bahan Hukum Tersier

i. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI);

ii. Kamus Hukum.

5. Teknik Analisa Data

Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif yaitu menganalisa data menggunakan teori-teori dan perundang-undangan.

6. Teknik Penyajian Data

Data-data yang telah diperbolehkan akan diolah dengan cara pemeriksaan dan penyuntingan. Setelah pengolahan data selesai, kemudian dilakukan penyajian data yang berisi uraian-uraian yang sistematis guna menjawab penelitian sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan.

F. Sistematika Penulisan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka sistematika penulisan skripsi direncanakan sebagai berikut:

Bab I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tinjauan tentang pelaku usaha, pengertian pelaku usaha, hak dan kewajiban pelaku usaha, perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, tanggung jawab pelaku usaha, tinjauan tentang konsumen, pengertian konsumen,

hak dan kewajiban konsumen, tinjauan tentang perjanjian jual–beli, pengertian perjanjian, pengertian perjanjian jual–beli, hak dan kewajiban penjual–pembeli, perjanjian baku dalam jual–beli.

BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian yang terdiri dari sejarah berdirinya perusahaan CV. Winner, visi dan misi, tujuan, penyelenggaraan penjualan barang, kasus kerugian konsumen yang terjadi dan cara penyelesaiannya. Dalam bab ini juga berisi pembahasan yang terdiri dari pelaksanaan tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yang dirugikan serta hambatan–hambatan yang dihadapi pelaku usaha CV.Winner dalam pelaksanaan tanggung jawab terhadap konsumen yang menimbulkan kerugian.

BAB IV : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.