

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman dewasa ini membuat masyarakat menginginkan segala sesuatu secara praktis, era globalisasi telah mempengaruhi gaya hidup dan kepribadian masyarakat yang mengarah pada perilaku serba cepat. Majunya teknologi dan informasi sangat berpengaruh pada perekonomian. Masyarakat dapat memproduksi atau menghasilkan barang dan jasa dengan memanfaatkan hasil teknologi dan informasi.

Keadaan seperti itu mendorong peluang-peluang bagi pelaku usaha, Obyek dan bidang yang dijadikan transaksi bisnis antar konsumen dan pelaku usah adalah berkaitan dengan kebutuhan barang dan jasa baik makro maupun mikro. Saat ini terdapat beraneka ragam bentuk usaha jasa, salah satunya yaitu jasa pencucian sepatu atau Laundry sepatu.

Laundry adalah usaha yang bergerak di bidang jasa cuci dan setrika. Laundry dapat juga diartikan sebagai kegiatan mencuci pakaian atau bahan tekstil lainnya dan juga sebagai sebuah tempat untuk mencuci pakaian atau bahan tekstil lainnya. Jasa laundry merupakan jasa yang dibutuhkan para konsumen untuk meringankan kebutuhannya ketika konsumen tidak memiliki waktu lebih untuk mencuci dan menyetrika pakaiannya.¹

¹ Marikxon, “*Peluang Usaha Laundry Kiloan*”, <https://www.maxmanroe.com/superwash-laundry-peluang-usaha-laundry-kiloan.html>, diakses pada tanggal 15 Juli 2023, pukul 23:17 WIB

Kehadiran usaha jasa laundry memberikan dampak positif bagi masyarakat, salah satunya dapat meringankan beban pekerjaan rumah terutama para masyarakat yang tinggal sendirian atau jauh dari keluarga yang semula mencuci pakaian dikerjakan sendiri menjadi tidak dengan adanya jasa Laundry, selain itu juga lebih efisien waktu dan tenaga bagi masyarakat yang sering menghabiskan waktu diluar rumah seperti bekerja diluar seharian atau berpergian keluar kota untuk kebutuhan kerja.

Banyak keuntungan dari menggunakan jasa Laundry ini. Selain meringankan pekerjaan dari pengguna jasa tersebut, Usaha ini juga dapat menghemat waktu dari para pengguna jasa nya. Tidak hanya itu, masih banyak keuntungan lainnya dari menggunakan jasa pada Usaha Laundry ini. Saat ini banyak sekali berbagai macam Laundry, Ada Laundry pakaian yang sering sekali dijumpai, Laundry sepatu, Laundry tas, Laundry Helm, dan masih banyak lagi. Hal tersebutlah yang membuat para pelaku usaha berbondong-bondong membuka usaha Laundry dengan berbagai macam tipe usaha Laundry tersebut.

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun pihak lain.² Kata “konsumen” berasal dari Bahasa Inggris yaitu “consumer” yang

² Yusuf Shofie, *Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) Teori & Praktek Penegakan Hukum*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2003, Hal. 13

artinya setiap orang yang menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk.³Salah satu produk tersebut ialah sepatu.

Sepatu adalah salah satu dari jenis alas kaki (*footwear*) yang biasa kita pakai sehari-hari dalam menjalankan aktifitas kita di luar rumah. Sepatu sendiri biasanya terdiri dari atas bagian-bagian sol, hak, kap, tali, dan lidah. Sepatu juga biasanya dikelompokan berdasarkan fungsi dan tipe nya, misalnya ada sepatu pesta atau yang biasa kita kenal sepatu pantofel, sepatu kasual untuk dipakai bersantai, sepatu olahraga, sepatu dansa, sepatu kerja, sepatu minimalis, dan lain-lainnya.⁴

Guna memberikan perlindungan pada konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi dan penggunaan jasa, pemerintah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan konsumen agar terwujudnya tujuan perlindungan konsumen di Indonesia.⁵

Perlindungan konsumen menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. Perlindungan konsumen tidak saja terhadap barang-

³ Pasal 1 angka 2 (dua), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 *Tentang Perlindungan Konsumen*

⁴ Wikipedia. “*Sepatu*” <https://id.wikipedia.org/wiki/Sepatu>, diakses pada tanggal 13 Juli 2023, Pukul 21:03

⁵ Rizka Syafriana, “*Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik*”, De Lega Lata, Vol. 1, No. 2, Juli-Desember 2016, 438

barang berkualitas rendah tetapi juga terhadap barang-barang yang membahayakan kehidupan manusia.⁶

Kewajiban yang harus dilaksanakan oleh pelaku usaha telah disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 7 sebagai berikut:

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 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 pemanfaatan barang dan/atau jasa diperdagangkan;
7. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.⁷

Terlaksananya perlindungan konsumen tersebut tidak lepas dari tanggungjawab pelaku usaha. Adapun yang menjadi tanggungjawab pelaku usaha adalah sebagai berikut:⁸

1. Terlaksananya perlindungan konsumen tersebut tidak lepas dari tanggungjawab pelaku usaha.
2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya,

⁶ Holijah, "Pengintegrasian Urgensi dan Eksistensi Tanggung Jawab Mutlak Pelaku Usaha dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Era Globalisasi", Jurnal Dinamika Hukum, Vol. 14, No. 1, Januari 2014,178

⁷ Undang-Undang Perlindungan Konsumen 1999, Jakarta, Sinar Grafika, Hal. 6-7 2016

⁸ *Ibid*, Hal 13

atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

3. Pemberian gantirugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Hukum perlindungan konsumen saat ini memperoleh perhatian secara signifikan karena terkait dengan aturan-aturan yang bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat, tidak hanya masyarakat sebagai konsumen dilindungi, namun pelaku usaha juga memiliki hak yang sama untuk mendapatkan perlindungan, masing-masing memiliki hak dan kewajiban.⁹

Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen. Sedangkan hukum konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan

⁹ Abdul Hakim Barkatullah, *Hak-hak Konsumen*, Nusa Media, Bandung 2010, Hal.1

dan masalah antara berbagai pihak atau satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa di dalam pergaulan hidup.¹⁰

Terdapat perbedaan prinsip antara konsumen dengan pelaku usaha, yaitu konsumen membeli barang/jasa dalam rangka memenuhi kebutuhannya, sedangkan pelaku usaha membuat barang/jasa dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan, di mana tidak ada pelaku usaha dalam usahanya yang ingin memperoleh kerugian.

Pada praktiknya, terdapat ketidakseimbangan antara kedudukan konsumen pelaku usaha, di manakondisinya di tengah-tengah masyarakat yaitu kedudukan konsumen berada pada keadaan yang lemah dibandingkan dengan pelaku usaha, dengan demikian hak-hak konsumen sangat riskan untuk dilanggar.¹¹

Perlindungan konsumen merupakan bagian yang tidak dapat terpisahkan dari kegiatan bisnis yang sehat. Dalam kegiatan bisnis yang sehat terdapat keseimbangan perlindungan hukum antara konsumen dengan produsen. Tidak adanya perlindungan yang seimbang menyebabkan konsumen pada posisi yang lemah. Kerugian-kerugian yang dialami oleh konsumen dapat timbul sebagai akibat dari adanya hubungan hukum perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen, maupun akibat dari adanya perbuatan melanggar hukum yang dilakukan oleh pelaku usaha.¹²

Terdapat perjanjian pelaku usaha dengan konsumen baik secara lisan maupun tulisan, seperti bon/struk pembayaran yang memuat hak dan kewajiban antara pelaku

¹⁰ Az Nasution, *Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta 1995, Hal. 72

¹¹ Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta 2018, Hal.27

¹² Ahmad Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*, Raja Grafindo Persada, Jakarta 2011, Hal. 181

usaha dengan konsumen. Dengan adanya perjanjian tersebut diharapkan pelaku usaha dapat memberikan pelayanan terbaik terhadap konsumen, namun pada kenyataannya sering pelaku usaha masih kerap melakukan kesalahan/kelalaian yang mengakibatkan adanya kerusakan pada sepatu konsumen sehingga konsumen menderita kerugian.

Keberadaan usaha jasa Laundry merupakan salah satu bentuk kegiatan bisnis yang dilakukan oleh pelaku usaha. Maraknya jasa Laundry yang ada meningkat pula persaingan pasar yang mengakibatkan pelaku usaha berlomba-lomba untuk menawarkan jasa usaha Laundry. Akan tetapi, dalam kegiatan usaha tersebut pelaku usaha kerap kali melakukan kesalahan-kesalahan yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen.

Pelaku usaha kerap kali hanya meminta maaf kepada konsumen atau memberikan kompensasi yang tidak sepadan dengan kerugian yang dialami oleh konsumen. Sehingga banyak dari konsumen pengguna jasa Laundry yang menjadi korban dari kelalaian pelaku usaha jasa Laundry hanya bisa mengiklaskan dan mencari jasa Laundry yang lain. Selain hal tersebut, hukuman atau sanksi yang didapat oleh pelaku usaha hanya sebatas sanksi sosial dan sangat tidak seimbang dengan kerugian yang dialami oleh pengguna jasa laundry tersebut.

Hal tersebut sangat bertolak belakang dari luas dan kompleks hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen, maka untuk melindungi konsumen sebagai pengguna

jasa, dibutuhkan berbagai aspek hukum agar benar-benar dapat dilindungi dengan adil.¹³

Berkaitan dengan hal yang dipaparkan tersebut diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Perlindungan Konsumen Pengguna Jasa Laundry Sepatu Menurut Undang-undang No.8 TAHUN 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Penelitian Usaha Lajorta Laundry Sepatu Medan”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana Perlindungan Konsumen Pengguna Jasa Laundry Sepatu Menurut Undang-undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana Tanggungjawab Pelaku Usaha Jasa Laundry Sepatu atas kelalaian yang dilakukan sehingga mengakibatkan kerugian pada konsumen penggunanya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut diatas, adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah, sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana perlindungan konsumen pengguna jasa laundry sepatu menurut Undang-undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

¹³ Nikomang Ayu Relies Rianti, *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Ditinjau dari Undang-undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Jurnal Hukum Udayana, 2017 Vol. VI

2. Untuk mengetahui bagaimana tanggungjawab pelaku usaha jasa laundry sepatu atas kelalaian yang dilakukan sehingga mengakibatkan kerugian pada konsumen penggunaanya.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penulisan skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis, manfaat praktis, maupun manfaat bagi penulis, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran secara umum terhadap pengembangan ilmu hukum perdata khususnya yang berkaitan dengan perlindungan konsumen pengguna jasa laundry sepatu menurut Undang-undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan bagaimana tanggungjawab pelaku usaha jasa laundry sepatu atas kelalaian yang dilakukan sehingga mengakibatkan kerugian pada konsumen penggunaanya

2. Manfaat Praktis

Dapat memberikan masukan atau sumbangan pemikiran kepada aparat penegak hukum seperti Hakim, Jaksa, Polisi, dan Adokat/Pengacara serta masyarakat umum dalam pemahaman yang berkaitan dengan perlindungan konsumen pengguna jasa laundry sepatu menurut Undang-undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan bagaimana tanggungjawab pelaku usaha jasa laundry sepatu atas kelalaian yang dilakukan sehingga mengakibatkan kerugian pada konsumen penggunaanya.

3. Manfaat Bagi Penulis

- a. Hasil penelitian ini juga dapat memberi manfaat dalam mengembangkan wawasan penulis khususnya berkaitan dengan perlindungan konsumen pengguna jasa laundry sepatu menurut Undang-undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan bagaimana tanggungjawab pelaku usaha jasa laundry sepatu atas kelalaian yang dilakukan sehingga mengakibatkan kerugian pada konsumen penggunanya
- b. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S-1) di Fakultas Hukum Universitas HKBP Nommensen Medan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1. Tinjauan Umum Tentang Hukum Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan konsumen

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. Perlindungan Konsumen merupakan tujuan dan sekaligus usaha yang akan dicapai atau keadaan yang akan diwujudkan.¹⁴

Dalam Pasal 1 angka 1 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan:“Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk perlindungan kepada konsumen”.Arti perlindungan konsumen yang diatur dalam Pasal 1 ayat (1) Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas meliputi perlindungan konsumen dalam memperoleh barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga ke akibat akibat dari pemakaian barang dan jasa tersebut¹⁵

¹⁴ Wahyu Sasongko, *Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandar Lampung: Penerbit Universitas Lampung, 2007, Hal. 40

¹⁵ Janus Sibadolok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*,(Bandung:PT Citra Aditya Bakti, 2010), Hal 7

Az.Nasution menyatakan bahwa Perlindungan Konsumen adalah bagian dari hukum yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen. Adapun hukum perlindungan konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain yang berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen dalam pergaulan hidup.¹⁶

Mochtar Kusumaatmadja menyatakan bahwa perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas serta kaidah-kaidah hukum yang mengatur mengenai hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu dengan yang lain, dan berkaitan dengan barang atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup manusia.¹⁷

Berdasarkan pendapat di atas, pengertian perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dalam memperoleh barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga ke akibat akibat dari pemakaian barang dan jasa tersebut

2. Asas Perlindungan Konsumen

Paul Scholten menyatakan bahwa asas hukum adalah kecenderungan yang memberikan suatu penilaian yang bersifat etis terhadap hukum. Begitu pula menurut H.J. Hommes, asas hukum bukanlah norma hukum yang konkrit, melainkan sebagai dasar umum atau petunjuk bagi hukum yang berlaku. Mirip dengan pendapat itu,

¹⁶Susanti Adi Nugroho, 2008, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Kencana, Hal. 4

¹⁷ Ahmad Zuhairi, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Problematikanya*, (GH Publishing: Jakarta, 2016). Hal 36

menurut Satjipto Rahardjo asas hukum mengandung tuntutan etis, merupakan jembatan antara peraturan dan cita-cita sosial dan pandangan etis masyarakat.¹⁸

Asas hukum ibarat jantung peraturan hukum atas dasar dua alasan yakni, pertama asas hukum merupakan landasan paling luas bagi lahirnya suatu peraturan hukum. Artinya penerapan peraturan-peraturan hukum itu dapat dikembalikan kepada asas-asas hukum, sedangkan yang kedua karena asas hukum mengandung etis, maka asas hukum diibaratkan sebagai jembatan antara peraturan-peraturan hukum dengan cita-cita sosial dan pandangan etis masyarakatnya.¹⁹

Perlindungan konsumen dibutuhkan untuk menciptakan rasa aman bagi para konsumen dalam melengkapi kebutuhan hidup. Kebutuhan perlindungan konsumen juga harus bersifat tidak berat sebelah dan harus adil. Sebagai landasan penetapan hukum, asas perlindungan konsumen diatur dalam Pasal 2 UUPK 8/1999, dengan penjelasan sebagai berikut.²⁰

1. Asas Manfaat

Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

¹⁸ Wahyu Sasongko, *Op. Cit* Hal. 36

¹⁹ *Ibid*, Hal.85

²⁰ Pemerintah Indonesia.1999.Undang-Undang NO 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen,Pasal 2

2. Asas Keadilan

Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat Indonesia dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

3. Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiel ataupun spiritual.

4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diisi atau digunakan.

5. Asas kepastian hukum

Asas kepastian hukum dimaksudkan agar, baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum²¹

²¹ <https://www.dslalawfirm.com/id/perlindungan-konsumen/> diakses tanggal 22 Agustus 2023 pukul 14.00 wib

3. Tujuan perlindungan Konsumen

Tujuan perlindungan konsumen disebutkan dalam Pasal 3 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dijelaskan bahwa perlindungan konsumen bertujuan untuk²²

- a) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- b) Menangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekse negatif pemakaian barang dan/atau jasa.
- c) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- d) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- e) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- f) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Menurut Yusuf Shofie, pelaksanaan perlindungan konsumen memerlukan pembinaan sikap, baik dari pelaku usaha maupun konsumen. Pembinaan sikap dilakukan melalui pendidikan sebagai salah satu media sosialisasi. Itulah sebabnya pendidikan konsumen diperlukan dalam pelaksanaan perlindungan konsumen²³

B. Tinjauan Umum Tentang Konsumen dan Pelaku Usaha

1. Pengertian Konsumen

Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata *customer* (Inggris, Amerika), atau *cosument/konsument* (Belanda). Pengertian dari *customer* atau *cosument* ini

²² Pemerintah Indonesia.1999.Undang-Undang NO 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen,Pasal 3

²³ Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen & Instrumen-Instrumen Hukumnya* (Citra Aditya Bakti: Bandung, 2000). Hal 6-7.

tergantung dalam posisi mana ia berada. Secara harafiah arti kata *customer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Tujuan penggunaan barang atau jasa nanti menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut. Begitu pula Kamus Bahasa Inggris-Indonesia memberi arti kata *customer* sebagai pemakai atau konsumen.²⁴

Kamus Besar Bahasa Indonesia Mendefenisikan bahwa pengertian dari konsumen adalah:

1. Pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya): kepentingan pun harus diperhatikan;
2. Penerima pesan iklan;
3. Pemakai jasa (pelanggan dan sebagainya).

Pengertian konsumen menurut beberapa Negara adalah sebagai berikut:

1. Amerika Serikat mengemukakan pengertian "konsumen" yang berasal dari *consumer* berarti "pemakai", namun dapat juga diartikan lebih luas lagi sebagai "korban pemakaian produk yang cacat", baik korban tersebut pembeli, bukan pembeli tetapi pemakai, bahkan korban yang bukan pemakai, karena perlindungan hukum dapat dinikmati pula oleh korban yang bukan pemakai.²⁵
2. Perancis berdasarkan doktrin dan yurisprudensi yang berkembang mengartikan konsumen sebagai "*the person who obtains goods or services for personal or family purposes*". Dari definisi diatas terkandung dua unsur, yaitu : konsumen

²⁴ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta. 2001, Hal. 3

²⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009, Hal. 23

hanya orang dan barang atau jasa yang digunakan untuk keperluan pribadi atau keluarganya.²⁶

3. India juga mendefinisikan konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen India yang menyatakan “konsumen adalah setiap orang (pembeli) atas barang yang disepakati, menyangkut harga dan cara pembayarannya, tetapi tidak termasuk mereka yang mendapatkan barang untuk dijual kembali atau lain-lain keperluan komersial”.

Mariam Darus Badrul Zaman memberikan definisi dengan cara mengambil alih pengertian yang digunakan oleh kepustakaan Belanda, bahwa konsumen adalah Semua individu yang menggunakan barang dan jasa secara konkret dan riil.²⁷

Selanjutnya, Az. Nasution membagi pengertian konsumen dilihat dari tujuan penggunaan barang dan/atau jasa, yaitu:²⁸

- a) Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu;
- b) Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/ atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang dan/ atau jasa lain untuk diperdagangkan (tujuan komersil); bagi konsumen antara, barang atau jasa itu adalah barang atau jasa kapital yang berupa bahan baku, bahan penolong atau komponen dari produk lain yang akan diproduksinya (produsen). Konsumen antara ini mendapatkan barang atau jasa di pasar industri atau pasar produsen.
- c) Konsumen akhir adalah setiap orang yang mendapat dan menggunakan barang dan/ atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan/ atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non komersial).

²⁶ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia edisi Revisi*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2006, Hal. 3

Ibid, Hal. 4

²⁷ Dalam Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2012, Hal. 16

²⁸ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2006, Hal. 29

Pasal 1 angka 2 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, ”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”.

2. Hak dan Kewajiban Konsumen

Adapun hak-hak konsumen sebagaimana tertuang dalam Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah:²⁹

- a) Hak atas kenyamanan dan keselamatan mengonsumsi barang dan/atau jasa.
- b) hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi jaminan barang dan/atau jasa.
- d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- e) Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- h) Hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- i) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selain hak yang diatur dalam Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Organisasi Konsumen Sedunia (International Organisation of Consumer Union-IOCU) mengatur hak-hak konsumen sebagai berikut :³⁰

- a. Hak untuk memperoleh kebutuhan hidup
- b. Hak untuk memperoleh ganti rugi

²⁹ Pemerintah Indonesia.1999.Undang-Undang NO 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen,Pasal 4

³⁰ Ahmad Miru dan Sutarman Yudo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, PT. Raja Grafindo, 2011, Hal. 39

- c. Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen
- d. Hak untuk memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat.

Dalam Pasal 5 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan kewajiban konsumen diataranya sebagai berikut.³¹

- a) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemanfaatan dan pemakaian barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan
- b) Beretika baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa
- c) Membayar sesuai nilai tukar yang disepakati
- d) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

3. Pengertian Pelaku Usaha

Pelaku usaha sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa. Dalam pengertian ini termasuk didalamnya pembuat, grosir, *leveransir* dan pengecer profesional, yaitu setiap orang/badan yang ikut serta dalam penyediaan barang dan jasa hingga sampai ke tangan konsumen. Sifat profesional merupakan syarat mutlak dalam hal menuntut pertanggung jawaban dari produsen.³²

Menurut UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menentukan pengertian “pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama, melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi”

³¹ Pemerintah Indonesia.1999.Undang-Undang NO 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen,Pasal 5

³² Janus Sidabolok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2010, Hal. 16

Selanjutnya Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka 3 menyebutkan bahwa 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 Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Dalam Pasal 3 *Directive Product Liability Directive* (selanjutnya disebut *Directive*) sebagai pedoman bagi negara Masyarakat Ekonomi Eropa (MEE) Mendefenisikan Pelaku usaha/produsen adalah :³³

- 1) Produsen berarti pembuat produk akhir, produsen dari setiap bahan mentah, atau pembuat dari suatu suku cadang dan setiap orang yang memasang nam, merek atau suatu tanda pembedaan yang lain pada peroduk, mejadikan dirinya sebagai produsen
- 2) Tanpa mengurangi tanggung gugat produsen, maka setiap orang yang mengimpor suatu produk untuk dijual, dipersewakan, atau untuk *leasing*, atau setiap bentuk pengedaran dalam usaha perdagangannya dalam Masyarakat Eropa, akan dipandang dalam arti produsen dalam arti *Directive* ini, dan akan bertanggung gugat sebagai produsen.
- 3) Dalam hal suatu produsen tidak dikenal identitasnya, maka setiap *leveransir/supplier* akan bertanggung gugat sebagai produsen, kecuali ia memberitahukan orang yang menderiata kerugian dalam waktu yang tidak terlalu lama mengenai identitas produsen atau orang yang menyerahkan produk itu kepadanya.

4. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pasal 6 Undang-undang Nomor 8 Tahun Tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan enam hak pelaku usaha diataranya:³⁴

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

³³ Ahmad Miru dan Sutarman Yudo, *Op. Cit* Hal. 9

³⁴ Pemerintah Indonesia.1999.Undang-Undang NO 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen,Pasal 6

- 2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beretika tidak baik;
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 5) Hak-hak yang diatur oleh ketentuan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban pelaku usaha menurut ketentuan Pasal 7 UU Nomor 8 Tahun 1999

tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:³⁵

- 1) Beretika 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..

B. Tinjauan Umum Tentang Jasa *Laundry* Sepatu

1. Pengertian Jasa

Di dalam Pasal 1 Angka 5 dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen pengertian dari Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

³⁵ Pemerintah Indonesia.1999.Undang-Undang NO 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen,Pasal 7

Menurut Kotler pengertian jasa ialah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk³⁶

Menurut Rangkti Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tidak kasat mata dari suatu pihak ke pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan sehingga interaksi antara pemberi dengan penerima jasa saling mempengaruhi hasil jasa tersebut. ³⁷

Pada dasarnya jasa adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud bagi pembeli pertamanya, berdasarkan beberapa definisi diatas maka jasa pada dasarnya adalah suatu yang mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- a) Tidak berwujud tapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
- b) Proses produksi jasa dapat menggunakan atau tidak menggunakan bantuan.
- c) Suatu produk fisik.
- d) Jasa tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan.
- e) Terdapat interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa. ³⁸

Jasa bukanlah merupakan sebuah barang, tetapi suatu proses atau aktifitas yang sifatnya tidak berwujud antara pihak konsumen dan pelaku usaha atau pemberi jasa

³⁶ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba empat, 2006), hal 6

³⁷ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba empat, 2006), hal 26

³⁸ Ibid, hal 8.

Keberadaan bisnis usaha jasa laundry merupakan salah satu bentuk kegiatan bisnis yang dilakukan oleh pelaku usaha.

2. Pengertian Laundry Sepatu

Kata *laundry* merupakan istilah dalam bahasa Inggris yang menurut *Webster's Dictionary*, berakar pada kata latin *lavandus* yang artinya perlu dicuci dan *lavare* yang artinya mencuci. Arti kata *laundry* dalam bahasa Indonesia adalah penatu, pakaian kotor, cucian. Menurut kamus besar bahasa Indonesia penatu yaitu usaha atau orang yang bergerak dibidang pencucian juga penyetrikaan pakaian.³⁹

Laundry menurut istilah adalah salah satu usaha yang bergerak dibidang jasa dengan biaya jasa yang kompetitif dan terjangkau. Usaha laundry ini dirasa menguntungkan karena banyak orang yang tidak sempat mencuci sendiri dan juga bagi yang tidak mempunyai banyak waktu seperti para pekerja atau sebagian besar adalah mahasiswa.

Laundry sepatu adalah kegiatan usaha yang bergerak dibidang pencucian sepatu-sepatu kotor atau pembersihan ulang yang dilakukan oleh seseorang untuk membantu meringankan atau membersihkan pemilik sepatu tersebut. laundry sepatu merupakan jasa pencucian sepatu secara benar dan tepat. Banyak para pemilik sepatu yang hanya mengoleksi saja tanpa tahu cara merawatnya. Apalagi jika kita tidak mengetahui sabun apa yang cocok digunakan pada bahan sepatu kita⁴⁰

³⁹ MZA Bahria, Pengertian Laundry, (<http://kamuslengkap.com/kamus/inggris-indonesia/arti-kata/laundry>), diakses pada Selasa, 22 Agustus 2023, pukul 11.12 WIB.

⁴⁰ https://www.academia.edu/40226182/Jasa_cuci_sepatu_adalah_kegiatan_usaha_yang diakses pada tanggal 23 Agustus 2023 pada pukul 13.00 wib

3. Tujuan dan Manfaat *Laundry* Sepatu

Kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan manusia yang semakin tinggi dan semakin banyak, jasa pencucian Laundry sekarang ini tidak hanya lagi mencuci pakaian, akan tetapi telah mampu meningkatkan pelayanan berupa barang, sepatu, dompet, tas, karpet, boneka dan lainnya. Maraknya jasa laundry Sepatu yang ada semakin meningkat pula persaingan pasar dikalangan milenial yang membuat para pelaku usaha berbondong-bondong menawarkan jasa usaha laundry nya dengan bermacam-macam layanan.

Tujuan dari usaha laundry ini adalah perubahan gaya hidup dan tuntutan kesibukan, menjadikan sebagian masyarakatat memilih menggunakan jasa laundry untuk meringankan pekerjaan cuci setrika.⁴¹

Laundry Sepatu di Indonesia saat ini sedang populer, banyak orang yang menggunakan jasa ini karena tidak mempunyai waktu banyak untuk mencuci dan menjemur sepatunya sendiri. Apalagi menjemurnya membutuhkan waktu tidak lama sampai benar-benar kering sehingga saat dipakai tidak menyebabkan bau kaki. Selain itu, inilah manfaat menggunakan jasa laundry sepatu :⁴²

a) Menghemat Waktu dan Tenaga

Tujuan utama dari orang-orang menggunakan jasa ini adalah untuk menghemat waktu dan tenaga. Karena tenaga dan waktu mereka kebanyakan telah terkuras untuk bekerja seharian.

⁴¹Winda Agustia, *Tugas Ahir Perencanaan Bisnis Usaha Laundry Clean and Clear*, Fakultas Ekonomi Univerisitas Sumatera Utara, 2011 Hal 1

⁴² <https://shoesandcare.com/blog/keuntungan-menggunakan-jasa-cuci-sepatu-yang-terbaik> diakses pada tanggal 23 Agustus 2023 pada pukul 11.00 wib

b) Menghemat air, Deterjen dan Pewangi

Selain itu, manfaat lainnya adalah tidak perlu buang-buang biaya untuk membeli deterjen dan pewangi serta dalam menghemat air. Karena Anda akan terima bersihnya saja dengan biaya lebih murah.

c) Mendapatkan Penanganan Profesional

Seringkali saat mencuci sepatunya sendiri, sepatunya menjadi bau tidak karuan. Keuntungan mempercayakan jasa cuci sepatu karena tidak akan ada lagi bau-bau tidak enak pada alas kaki Anda tersebut karena semuanya telah ditangani oleh ahlinya. Selain sudah ahli pada bidangnya, mereka juga biasanya sudah menyediakan beberapa alat profesional lainnya yang bisa membuatnya anti bau dan bersih

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Ruang lingkup Penelitian

Dalam penulisan suatu karya tulis, sangatlah perlu ditegaskan mengenai batasan atau ruang lingkup penelitian. Batasan ini diambil agar penelitian lebih terarah pada sasaran dan tidak mengambang dari permasalahan yang diangkat dalam penulisan.⁴³

Adapun ruang lingkup penelitian ini terbatas hanya sebatas permasalahan yang diteliti yaitu bagaimana perlindungan konsumen terhadap pengguna jasa laundry sepatu menurut UU No 8 Tentang Perlindungan Konsumen dan bagaimana tanggung jawab pelaku usaha jasa laundry sepatu atas kelalaian yang dilakukan sehingga mengakibatkan kerugian pada konsumen penggunaannya.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah termasuk jenis penelitian yuridis empiris, atau disebut dengan penelitian lapangan yaitu mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataannya dalam masyarakat.⁴⁴ Penelitian yuridis empiris adalah penelitian hukum mengenai pemberlakuan atau implementasi ketentuan hukum normatif secara in action pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat.⁴⁵

Berdasarkan hal tersebut peneliti melakukan identifikasi hukum yang ada ditengah-tengah masyarakat dengan tujuan untuk mengetahui beberapa fakta yang terjadi. Dengan ini peneliti mencoba melakukan eksplorasi dengan cara menelaah Kitab Undang Undang Hukum Perdata dan Undang-Undang perlindungan konsumen yang pada akhirnya digunakan oleh peneliti untuk mempelajari lebih dalam mengenai tanggung jawab pelaku usaha jasa perlindungan konsumen

⁴³ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakrata, Kencana 2014, Hal. 181

⁴⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta, Rineka Cipta 2012, Hal. 126

⁴⁵ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung, Citra Aditya Bakti 2004, Hal. 134

pengguna jasa laundry sepatu menurut dan bagaimana tanggungjawab pelaku usaha jasa laundry sepatu atas kelalaian yang dilakukan sehingga mengakibatkan kerugian pada konsumen penggunanya berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

C. Sumber Data Hukum

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dengan teknik wawancara informan atau sumber langsung. Sumber primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada peneliti sebagai pengumpul data⁴⁶. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan studi lapangan secara langsung. Yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah pelaku usaha laundry sepatu dan konsumen laundry sepatu.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sekunder. Sumber data sekunder tidak memberikan data secara langsung kepada pengumpul data, misalnya melalui dokumen atau melalui orang lain⁴⁷. Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah berupa buku-buku pustaka, skripsi, jurnal, dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian

Data sekunder bersumber dari 3 bahan hukum, antara lain

1. Bahan hukum primer

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 137

⁴⁷ Ibid., hlm. 137

Bahan hukum primer Yaitu bahan hukum yang terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi perundang-undangan dan putusan hakim.⁴⁸ Adapun yang termasuk sebagai bahan hukum primer yang dipergunakan dalam mengkaji setiap permasalahan dalam penulisan skripsi ini yaitu Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

2. Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang mendukung bahan hukum primer yang diperoleh dengan menelusuri literatur-literatur, tulisan ilmiah, dan buku-buku hukum yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas pada penelitian.⁴⁹ Dalam penelitian ini data sekunder yang dimaksud bersumber pada hasil wawancara terhadap Lajorta Laundry Sepatu Medan.

3. Bahan hukum tersier

Bahan hukum tersier yaitu bahan bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan dan sekunder. Misalnya: kamus, internet, majalah, literatur yang berkaitan dengan hukum.⁵⁰

D. Metode Pengumpulan Data

1. Metode Kepustakaan (*Library Research*)

Metode kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku atau literatur-literatur, peraturan perundang-undangan,

⁴⁸ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group ,Cet 6, 2005, Hal. 141

⁴⁹ Soerjono Suekanto, dan Sri Mamudi, , *Penelitian Hukum Normative Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2003, Hal. 23

⁵⁰ *Ibid*, Hal. 24

catatan-catatan, dan dokumen–dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan masalah dalam penelitian.

2. Metode Lapangan (*Field Research*)

Metode lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang objeknya mengenai gejala-gejala atau peristiwa-peristiwa yang terjadi pada kelompok masyarakat. Sehingga penelitian ini juga bisa disebut penelitian kasus atau study kasus (*case study*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif⁵¹

E. Metode Analisis Data

Adapun metode analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah metode analisis data kualitatif. Analisis kualitatif artinya menguraikan data secara bermutu dalam bentuk kalimat yang teratur, runtun, logis, tidak tumpang tindih, dan selektif, sehingga memudahkan interpretasi data dan pemahaman hasil analisis. Metode analisis data kualitatif yaitu metode yang digunakan untuk menganalisa data dengan menggambarkan data melalui bentuk kata dan digunakan untuk menafsirkan dan menginterpretasikan data yang berkaitan dengan penelitian.⁵²

⁵¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, cet. ke-15, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), Hal. 121

⁵² Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hal. 4