



Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Produk Yang Melanggar Etika Periklanan

Anak Agung Ngurah Gede Wiratdika, I Nyoman Putu Budiarta dan Ni Made Puspasutari Ujianti

Fakultas Hukum, Universitas Warmadewa, Denpasar, Bali-Indonesia

*turahwiratdika@gmail.com

How To Cite:

Wiratdika, A. A. N. G., Budiarta, I. N. P., & Ujianti, N. M. P. (2021). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Produk Yang Melanggar Etika Periklanan. *Jurnal Analogi Hukum*. 3 (3). 393-397. Doi: <https://doi.org/10.22225/ah.3.3.2021.393-397>

Abstract—Regarding the development of communication and information, there are several types of print media and electronic media, therefore business actors must be more creative and innovative when promoting their products, and good advertisements must be related to truth, honesty, or correct information. Receiving accurate and honest information is an important consumer right for businesses to provide. This study explains the procedure for consumers to file a lawsuit for losses as well as obligations and sanctions against business actors for products whose promotion violates advertising ethics. This thesis uses a normative legal search with a legal and conceptual approach. The results of this discussion explain about consumers who file lawsuits for losses with the procedures established by BPSK, the responsibility of business actors based on product liability as regulated in Article 19 paragraph (2) of the UUPK and the sanctions there are three, namely civil sanctions, criminal sanctions, and administrative sanctions.

Keywords: legal protection, UUPK, business actors

Abstrak—Terkait dengan hal perkembangan komunikasi dan informasi ada beberapa jenis media cetak dan media elektronik, oleh karena itu para pelaku usaha harus lebih kreatif dan inovatif saat mempromosikan produknya, dan iklan yang baik harus terkait kebenaran, kejujuran, atau informasi yang benar. Menerima informasi yang akurat dan jujur adalah hak konsumen yang penting untuk diberikan oleh pelaku usaha. Penelitian ini menjelaskan mengenai prosedur konsumen mengajukan gugatan kerugian serta kewajiban dan sanksi terhadap pelaku usaha atas produk barang yang promosinya melanggar etika periklanan. Skripsi ini memakai jenis pencarian hukum normatif dengan pendekatan legal dan konseptual. Hasil pembahasan ini menjelaskan mengenai konsumen yang mengajukan gugatan kerugian dengan prosedur yang telah ditetapkan BPSK, tanggung jawab pelaku usaha berdasarkan pertanggungjawaban produk yang diatur pada Pasal 19 ayat (2) UUPK dan sanksinya ada tiga yaitu sanksi perdata, sanksi pidana, dan sanksi administratif.

Kata Kunci: perlindungan hukum, UUPK, pelaku usaha

1. Pendahuluan

Pada dunia bisnis dan korporasi, periklanan merupakan sesuatu yang penting dalam mempromosikan produk barang. Iklan merupakan media untuk mempromosikan dan memperkenalkan barang yang dibuat atau diperdagangkan untuk masyarakat. Perkembangan media cetak dan elektronik dewasa ini cara yang tepat terhadap pelaku usaha untuk mempromosikan barang dan jasanya kepada lebih banyak orang. Sebagai sebuah sistem sosial, iklan merupakan media yang menjadi sangat penting bagi individu, kelompok, dan menjadi bermanfaat secara

ekonomi. Iklan dirancang semenarik mungkin supaya pembeli berminat terhadap barang atau jasa yang diproduksi. Selain itu iklan adalah perangkat informasi yang bisa membuat masalah bagi konsumen jika pelaku usaha hanya mementingkan penghasilan yang sebanyak-banyaknya maka akan menyampaikan informasi yang dilebih-lebihkan atau tidak sesuai dengan yang sebenarnya (Suhandang, 2016).

Etika adalah pandangan-pandangan moral yang menentukan perilaku, perbuatan mana yang baik dan mana yang buruk yang ditentukan oleh nilai budaya masyarakat.

Menjadi rujukan hukum, bahwa perilaku, perbuatan yang baik dilindungi, sebaliknya perbuatan buruk harus dikendalikan dan dilawan oleh hukum (Atmadja & Budiarta, 2018).

Contoh masalah yang berkaitan karena melanggar etika periklanan atau promosi yang tidak benar, yaitu iklan yang terdapat pada pamflet produk Kangen Water. Sebuah iklan di pamflet produk kangen water mengklaim bahwa Kementerian Kesehatan RI sudah menyatakan alat kangen water sebuah produk kesehatan berupa mesin penyaring yang bisa memberikan air yang berkhasiat dan menyembuhkan segala jenis penyakit. Tetapi Kementerian Kesehatan RI menegaskan jika iklan itu tidak benar oleh karena itu pamflet produk kangen water tidak seperti yang dipromosikan dan sesudah adanya informasi tidak benar mengenai produk kangen water sehingga Kementerian Kesehatan RI melakukan pengecekan pada produk tersebut yang dijual PT Enagic Indonesia pada 10 November 2017, dinyatakan dalam siaran pers oleh Oscar Primadi yang sebagai Direktur Komunikasi dan Pelayanan Publik. Dalam pemeriksaan itu, Kementerian Kesehatan RI menginstruksikan Perusahaan Enagic Indonesia untuk mencabut pamflet yang berisi informasi produk kangen water yang merupakan mesin berupa alat medis yang dapat memberikan air berkhasiat dan menyembuhkan segala jenis penyakit, sampai diberikannya laporan pengecekan dari Kementerian Kesehatan RI terhadap iklan pamflet produk kangen water yang tidak benar, sehingga konsumen mengalami kerugian atas produk yang telah dibeli belum sesuai dengan yang dipromosikan dalam iklan pamflet produk kangen water. Secara global periklanan sudah memiliki aturan, namun masih ada saja pelanggaran dari pelaku usaha sampai merugikan konsumen.

2. Metode

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan menggunakan hukum perundang-undangan dan hukum faktual. Sumber hukum utama termasuk Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Metodologi pengumpulan dokumen hukum yang digunakan adalah sebuah literatur serta pemecahan permasalahan. Setelah bahan pokok dan bahan sekunder terkumpul akan ditempuh suatu cara pengolahan yang memilih bahan dan sumber yang berkualitas serta berkaitan dengan

isu-isu permasalahan dalam penelitian ini sampai tercapainya kesimpulan.

3. Hasil dan Pembahasan

Hak dan Kewajiban Konsumen

Hak konsumen yang tidak diperdulikan pelaku usaha dilihat dengan teliti. Di dunia bisnis saat ini ada berbagai jenis barang atau jasa yang dipromosikan atau ditawarkan secara langsung terhadap konsumen di Indonesia. Apabila tidak seksama pada pemilihan suatu barang dan jasa yang digunakan maka tanpa disadari pembeli akan sebagai percobaan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab, serta tidak disadari konsumen mendapatkan begitu saja barang dan jasa yang digunakan. (Susanto, 2008).

Konsumen yang menggunakan barang dan jasa memiliki berbagai hak dan kewajiban untuk mengetahui hak-hak konsumen yang sangat penting bagi masyarakat agar konsumen berperilaku yang kritis dan mandiri. Kegunaannya apabila ada perlakuan yang tidak sesuai kebenarannya terhadap konsumen, maka secara langsung sadar terhadap hal tersebut dan konsumen dapat mengambil keputusan lebih lanjut agar bisa menuntut hak-haknya. Istilahnya konsumen tidak diam saat mengetahui apabila hak-haknya sudah diingkari terhadap pelaku usaha (Susanto, 2008).

Tetapi konsumen memiliki hak agar memperoleh suatu hak yang selaras terhadap tingkatannya sebagai konsumen dan sesuai aturan yang ada. Ketetapan ini diinginkan supaya memberikan rangkaian pemikiran berupa suatu hak terhadap konsumen yang akan datang. Yang bertujuan agar mendapat perlindungan kepada semua konsumen yang ada kalanya kondisi mereka bertambah kurang baik apabila dibanding-bandingkan terhadap pelaku usaha.

Hak dan kewajiban konsumen selalu berkaitan erat, hubungan terhadap konsumen dan pelaku usaha mesti adil jadi selain mendapat hak tersebut, konsumen juga memiliki kewajiban. Suatu hak dapat tersalurkan sedangkan kewajiban harus dilakukan. Hak dan kewajiban konsumen terdapat pada Pasal 4 dan 5 UUPK.

Selain terdapat pada Pasal 4 dan 5 UUPK, kewajiban konsumen lainnya merupakan beritikad baik, hal ini berfokus terhadap pembayaran dan pembelian barang dan jasa. Masalah tersebut tentu juga dikarenakan kepada konsumen apabila menimbulkan kerugian

terhadap pelaku bisnis. Lebih lanjut pada pembayaran dan pembelian terhadap konsumen terdapat kewajiban bertransaksi sesuai nilai barter yang telah disetujui oleh pelaku usaha. Kewajiban konsumen merupakan memberikan uang dengan nominal barang terhadap nilai barter yang telah disepakati serta konsumen berkewajiban beritikad baik saat melakukan proses pembayaran tersebut. Selain itu harus mengikuti penanganan masalah dengan benar berdasarkan penyelesaian masalah konsumen (Muthiah; 2018).

Prosedur Konsumen Mengajukan Gugatan Kerugian Terhadap Pelaku Usaha Atas Produk Barang Yang Promosinya Melanggar Etika Periklanan

Prosedur konsumen mengajukan gugatan kerugian terhadap pelaku usaha melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dengan cara:

Mengajukan permohonan gugatan melalui BPSK, permohonan tersebut dapat di arsip atau diutarakan secara langsung. Apabila masalah diutarakan secara langsung, pegawai BPSK akan menggunakan penulisan terhadap file masalah yang sudah di cap. Berdasarkan penyampaian permohonan, konsumen dapat menyatakan secara langsung atau memberikan kewenangan terhadap seseorang yang dipercayai dan dilengkapi surat kuasa. Menyertakan file dalam bentuk teks yang diperlukan untuk perlengkapan administrasi, dengan sejumlah uang sebagai pembayaran yang diperlukan. Membawa kartu identitas diri seperti KTP atau paspor dan membawa bukti secara lengkap seperti kuitansi dapat mendukung posisi seorang penggugat sebagai konsumen saat proses persidangan. Konsumen menulis berkas pengaduan yang terdapat informasi berupa data diri penggugat dan pihak tergugat, keterangan berdasarkan waktu atau lokasi terjadinya masalah terhadap para pihak, keterangan lengkap tentang peristiwa kejadian. Memberikan kembali berkas pengaduan itu seperti bukti yang diperlukan. Pegawai BPSK akan menelusuri seluruh bukti dan menyimpulkan apabila gugatan yang diserahkan tetap sebagai kewenangan BPSK, bila bukan maka pegawai BPSK dapat menolak gugatan itu. Permohonan tersebut juga ditetapkan bila mengajukan permohonan yang belum terpenuhi.

Tanggung Jawab Terhadap Pelaku Usaha Atas Produk Barang Yang Promosinya Melanggar Etika Periklanan

Berdasarkan tidak adanya hubungan persetujuan terhadap pelaku usaha dengan konsumen, jadi tanggung jawab pelaku usaha ditujukan terhadap pertanggungjawaban barang, adalah tanggung jawab secara langsung oleh pelaku usaha berdasarkan ketidakuntungan yang diderita konsumen karena memakai produk yang dibuat. Simpulannya yaitu tanggung jawab berdasarkan melawan aturan hukum, oleh sebab itu keempat unsur tersebut merupakan unsur melawan aturan hukum, unsur kesalahan, unsur tidak menguntungkan, dan unsur kausal antar PMH. Pertanggungjawaban ini bisa dipakai terhadap konsumen yang bertujuan mendapat ganti rugi dengan langsung oleh pelaku usaha, apabila konsumen tidak mempunyai hubungan perjanjian terhadap pihak tersebut. Ketentuan mengenai pertanggungjawaban barang terdapat pada Pasal 19 ayat (2) UUPK menentukan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat memakai barang yang dihasilkan atau diperdagangkan serta bisa dikenakan sanksi perdata berupa pengembalian uang, penggantian barang yang sejenis atau senilai, perawatan kesehatan, dan pemberian santunan yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Johanes, 1999).

Sanksi Terhadap Pelaku Usaha Atas Produk Barang Yang Promosinya Melanggar Etika Periklanan

Pada konsepnya hubungan hukum terhadap pelaku usaha dan konsumen yaitu hubungan aturan perdata disebabkan sebelum konsumen langsung dan tidak langsung membuat perjanjian terhadap pelaku usaha, bila ditemukan perseteruan yang dibuat terhadap pelaku usaha tersebut membuat terjadinya kerugian terhadap konsumen sebaiknya diakhiri dengan cara perdata.

Sanksi bagi pelaku usaha atas barang jika iklannya melanggar etika periklanan sebagai berikut:

Sanksi Perdata, sanksi ini tidak ada pada UUPK akan tetapi terdapat pada KUHPperdata dan prinsip sanksi ini ada pada hukum perjanjian. Berdasarkan dalam KUHPperdata kesepakatan lahir saat dikatakannya kata sepakat oleh para pihak. Jika salah satu pihak mengingkari perjanjian, jadi pihak yang mengingkari perjanjian akan dikenakan sanksi. Berdasarkan tindakan melawan aturan, berarti tanggung jawabnya diserahkan kepada pelanggar hukum disebabkan oleh perbuatan

melawan aturan yang diinginkan atau tidak diinginkan bisa menimbulkan kerugian terhadap orang lain. Sanksi perdata berupa ganti rugi dengan cara mengembalikan uang, penggantian produk, perawatan kesehatan, dan pemberian santunan. Penggantian kerugian tersebut dilakukan dalam waktu 7 hari setelah tanggal pembayaran. Sanksi Pidana, pelaku usaha bila melakukan pelanggaran sesuai dengan ketentuan pada Pasal 62 ayat (1) UUPK, yang dimaksud pada Pasal 10 UUPK adalah pelaku usaha menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan dan akan dipidana penjara paling lama 5 tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) serta bisa mendapatkan sanksi tambahan yang terdapat pada Pasal 63 UUPK yaitu berupa perampasan barang tertentu, pengumuman keputusan hakim, pembayaran ganti rugi, perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen, kewajiban penarikan barang dari peredaran atau pencabutan izin usaha. Sanksi administratif, ketetapan tentang sanksi administratif berdasarkan UUPK terdapat pada Pasal 60 ayat (1) UUPK menjelaskan mengenai yang mempunyai kewenangan untuk memberikan sanksi administratif adalah BPSK yang dibuat dengan tujuan menyudahi permasalahan konsumen diluar pengadilan dengan cara mediasi, arbitrase, atau konsiliasi dengan melakukan pembentukan majelis yang akhirnya mengeluarkan putusan secara mengikat dan sanksi administratif yaitu mengganti kerugian sebesar Rp. 200.000.000 (dua ratus juta rupiah).

4. Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan diatas maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

Prosedur konsumen mengajukan gugatan kerugian terhadap pelaku usaha atas produk barang yang promosinya melanggar etika periklanan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dengan cara, pertama mengajukan permohonan gugatan melalui BPSK, permohonan tersebut dapat diarsip atau diutarakan secara langsung. Apabila masalah diutarakan secara langsung, pegawai BPSK akan menggunakan penulisan terhadap file masalah yang sudah di cap. Berdasarkan penyampaian permohonan, konsumen dapat mengutarakan secara langsung atau memberikan kewenangan terhadap seseorang yang dipercayai dan dilengkapi surat kuasa.

Kedua, menyertakan file dalam bentuk teks yang diperlukan untuk perlengkapan administrasi, dengan sejumlah uang sebagai pembayaran yang diperlukan. Membawa kartu identitas diri seperti KTP atau paspor membawa bukti secara lengkap seperti kuitansi dapat mendukung posisi seorang penggugat sebagai konsumen saat proses persidangan. Ketiga, konsumen menulis berkas pengaduan yang terdapat informasi berupa data diri penggugat dan pihak tergugat, keterangan berdasarkan waktu atau lokasi terjadinya masalah terhadap para pihak, keterangan lengkap tentang peristiwa kejadian. Keempat, memberikan kembali berkas pengaduan itu seperti bukti yang diperlukan. Pegawai BPSK akan menelusuri seluruh bukti dan menyimpulkan apabila gugatan yang diserahkan tetap sebagai kewenangan BPSK, bila bukan maka pegawai BPSK dapat menolak gugatan itu. Permohonan tersebut juga ditetapkan bila mengajukan permohonan yang belum terpenuhi.

Tanggung jawab pelaku usaha atas produk yang iklannya melanggar etika periklanan dapat didasarkan pada pertanggungjawaban barang. Pertanggung jawaban barang adalah tanggung jawab secara langsung oleh pelaku usaha berdasarkan ketidakuntungan yang diderita konsumen karena memakai produk yang dibuat. Simpulannya yaitu tanggung jawab berdasarkan melawan aturan hukum, oleh sebab itu keempat unsur tersebut merupakan unsur melawan aturan hukum, unsur kesalahan, unsur tidak menguntungkan, dan unsur kausal antar PMH. Pertanggungjawaban ini bisa dipakai terhadap konsumen yang bertujuan mendapat ganti rugi dengan langsung oleh pelaku usaha, apabila konsumen tidak mempunyai hubungan perjanjian terhadap pihak tersebut. Ketentuan mengenai pertanggungjawaban barang terdapat pada Pasal 19 ayat (2) UUPK menentukan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat memakai barang yang dihasilkan atau diperdagangkan serta bisa dikenakan sanksi perdata berupa pengembalian uang, penggantian barang yang sejenis atau senilai, perawatan kesehatan, dan pemberian santunan yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sanksinya yang dibagi menjadi tiga berupa, Sanksi ini tidak ada pada UUPK akan tetapi terdapat pada KUHPerdara dan prinsip sanksi ini ada pada hukum perjanjian. Pada KUHPerdara kesepakatan lahir saat dikatakannya kata sepakat oleh para pihak. Jika salah satu pihak mengingkari perjanjian, jadi pihak yang mengingkari perjanjian akan dikenakan sanksi. Berdasarkan tindakan

melawan aturan, berarti tanggung jawabnya diserahkan kepada pelanggar hukum disebabkan oleh perbuatan melawan aturan yang diinginkan atau tidak diinginkan bisa menimbulkan kerugian terhadap orang lain. Sanksi perdata berupa ganti rugi dengan cara mengembalikan uang, penggantian produk, perawatan kesehatan, dan pemberian santunan. Penggantian kerugian tersebut dilakukan dalam waktu 7 hari setelah tanggal pembayaran. Sanksi pidana berupa Pelaku usaha bila melakukan pelanggaran sesuai dengan ketentuan pada Pasal 62 ayat (1) UUPK, yang dimaksud pada Pasal 10 UUPK adalah pelaku usaha menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan dan akan dipidana penjara paling lama 5 tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) serta bisa mendapatkan sanksi tambahan yang terdapat pada Pasal 63 UUPK yaitu berupa perampasan barang tertentu, pengumuman keputusan hakim, pembayaran ganti rugi, perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen, kewajiban penarikan barang dari peredaran atau pencabutan izin usaha. Ketetapan sanksi administratif berdasarkan UUPK terdapat pada Pasal 60 ayat (1) UUPK menjelaskan mengenai yang mempunyai kewenangan untuk memberikan sanksi administratif adalah BPSK yang dibuat dengan tujuan menyudahi permasalahan konsumen diluar pengadilan dengan cara mediasi, arbitrase, atau konsiliasi dengan melakukan pembentukan majelis yang akhirnya mengeluarkan putusan secara mengikat dan sanksi administratif yaitu mengganti kerugian sebesar Rp. 200.000.000 (dua ratus juta rupiah).

Setelah dilakukan pembahasan-pembahasan pada bab sebelumnya, maka penulis mempunyai saran yaitu:

Bagi Masyarakat, diharapkan selalu lebih berhati-hati saat menerima informasi melalui iklan serta sebaiknya tanyakan kembali kepada pihak pelaku usaha untuk mendapatkan informasi secara lebih jelas dan benar atau bisa menanyakan kepada beberapa konsumen yang sudah menggunakan produk yang sama sehingga dapat membuktikan kebenaran dari iklan yang dipromosikan agar konsumen tidak merasa dirugikan atas produk barang yang sudah dibeli.

Bagi Pemerintah, diharapkan agar sebaiknya ikut membantu pengawasan atas pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha

dalam mempromosikan produk barangnya melalui iklan dengan berkoordinasi antara pihak pemerintah dengan pihak-pihak yang terkait atas periklanan seperti Badan Pengawas Periklanan (BPP).

Daftar Pustaka

- Atmadja, I. D. G., & Budiarta, I. N. P. (2018). *Teori-Teori Hukum*. Malang: Setara Press
- Johanes, G. (1999). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Menurut Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum Bisnis*. 8(7).
- Muthiah, A. (2018). *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Suhandang, K. (2016). *Periklanan Manajemen, Kiat dan Strategi, Eds. 1, Cet. 2*. Bandung: Nuansa Cendekia
- Susanto, H. (2008). *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Visimedia