

**\TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP  
KERUGIAN KONSUMEN ATAS IKLAN YANG  
MENYESATKAN (BERDASARKAN ANALISA  
PUTUSAN NOMOR 01 K/Per.Kons/2007)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat  
Mendapatkan Gelar Sarjana Hukum**

**Oleh :**

**SYIFA PUTRI DENITA**

**1806200026**



**UMSU**

**Unggul | Cerdas | Terpercaya**

**FAKULTAS HUKUM**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

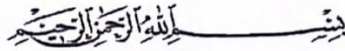
**2022**



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya  
Bila menjawab surat ini, agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS HUKUM**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019  
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003  
<http://fahum.umsu.ac.id> [fahum@umsu.ac.id](mailto:fahum@umsu.ac.id) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)



**BERITA ACARA**  
**UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI SARJANA**  
**BAGI MAHASISWA PROGRAM STRATA I**

Panitia Ujian Sarjana Strata-I Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Rabu, tanggal 12 Oktober 2022, Jam 08.30 – 12.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, menimbang:

**MENETAPKAN**

NAMA : SYIFA PUTRI DENITA  
NPM : 1806200026  
PRODI/BAGIAN : HUKUM/HUKUM PERDATA  
JUDUL SKRIPSI : TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP KERUGIAN KONSUMEN ATAS IKLAN YANG MENYESATKAN (BERDASARKAN ANALISA PUTUSAN NOMOR 01 K/Per.Kons/2007)

Dinyatakan : (  ) Lulus Yudisium dengan predikat Istimewa  
(  ) Lulus Bersyarat, memperbaiki/ujian ulang  
(  ) Tidak Lulus

Setelah lulus, dinyatakan berhak dan berwenang mendapatkan gelar Sarjana Hukum (SH) dalam Bagian Hukum Perdata



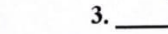
**PANITIA UJIAN**

Ketua  Sekretaris 

Dr. FAISAL, S.H., M. Hum. Dr. ZAINUDDIN, S.H., M.H  
NIDN: 0122087502 NIDN: 0118047901

**ANGGOTA PENGUJI:**

1. Ibrahim Nainggolan, S.H., M.H.
2. Assoc. Prof. Dr. Ahmad Fauzi, S.H., M.Kn.
3. Benito Asdhie Kodiyat MS, S.H., M.H.

1.  \_\_\_\_\_  
2.  \_\_\_\_\_  
3.  \_\_\_\_\_



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar dituliskan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS HUKUM**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019  
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003  
<http://fahum.umsu.ac.id> [fahum@umsu.ac.id](mailto:fahum@umsu.ac.id) [fahum](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## PENDAFTARAN UJIAN SKRIPSI

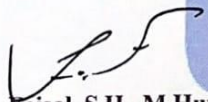
Pendaftaran Skripsi Sarjana Strata I Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, bagi:

NAMA : SYIFA PUTRI DENITA  
NPM : 1806200026.  
PRODI/BAGIAN : HUKUM/HUKUM PERDATA  
JUDUL SKRIPSI : TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP KERUGIAN KONSUMEN ATAS IKLAN YANG MENYESATKAN (BERDASARKAN ANALISA PUTUSAN NOMOR 01 K/Per.Kons/2007)  
PENDAFTARAN : 07 Oktober 2022

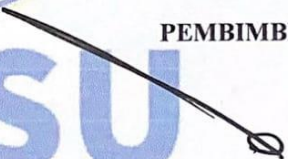
Dengan diterimanya Skripsi ini, sesudah lulus dari Ujian Skripsi penulis berhak memakai gelar:

**SARJANA HUKUM (S.H)**

Diketahui  
DEKAN FAKULTAS HUKUM

  
Dr. Faisal. S.H., M.Hum.  
NIDN: 0122087502

PEMBIMBING

  
Benito Asdhie Kodiyat MS. S.H., M.H.  
NIDN: 01110128801

UMSU  
Unggul | Cerdas | Terpercaya





**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS HUKUM**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fahum.umsu.ac.id> [fahum@umsu.ac.id](mailto:fahum@umsu.ac.id) [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**NAMA** : SYIFA PUTRI DENITA  
**NPM** : 1806200026  
**PRODI/BAGIAN** : Hukum / Hukum Perdata  
**JUDUL SKRIPSI** : Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Atas Iklan Yang Menyesatkan (Berdasarkan Analisa Putusan Nomor 01 K/Per.Kons/2007)

Disetujui Untuk Disampaikan kepada  
Panitia Ujian Skripsi

Medan, 5 Oktober 2022

**DOSEN PEMBIMBING**

BENITO ASDHIE KODIYAT, S.H., M.H

NIDN. 0110128801

Unggul | Cerdas | Terpercaya



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS HUKUM**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fahum.umsu.ac.id> [fahum@umsu.ac.id](mailto:fahum@umsu.ac.id) [fumsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/channel/UCumsumedan)

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Nama : SYIFA PUTRI DENITA  
Npm : 1806200026  
Fakultas : Hukum  
Program Studi : Ilmu Hukum  
Bagian : Hukum Perdata  
Judul Skripsi : Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen  
Atas Iklan Yang Menyesatkan (Berdasarkan Analisa Putusan  
Nomor 01 K/Per.Kons/2007)

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini diketahui merupakan hasil plagiat atau merupakan karya orang lain, maka dengan ini saya menyatakan bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Medan, 5 Oktober 2022



Yang menyatakan,

**SYIFA PUTRI DENITA**

NPM. 1806200026





**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS HUKUM**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fahum.umsu.ac.id> [fahum@umsu.ac.id](mailto:fahum@umsu.ac.id) [fumsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA**

Nama : SYIFA PUTRI DENITA  
NPM : 1806200026  
Program Studi/Bagian : Hukum/Hukum Perdata  
Judul Skripsi : **Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Atas Iklan Yang Menyesatkan (Berdasarkan Analisa Putusan Nomor 01 K/Per.Kons/2007)**  
Pembimbing : Benito Asdhie Kodiyat, S.H., M.H

TANGGAL	MATERI PEMBIMBINGAN	TANDA TANGAN
03-07-2022	Skripsi diterima	
10-07-2022	Perbaiki Penulisan mulai dari Bab 1. <sup>Bab 2</sup>	
28-07-2022	Bimbingan mengenai bab 3, dan penulisan skripsi sesuai buku panduan	
15-08-2022	Perbaiki isi rumusan masalah pertama	
09-09-2022	Perbaiki isi rumusan masalah dan ketiga <sup>kedua</sup>	
23-09-2022	Perbaiki Bab IV (kesimpulan)	
26-09-2022	Perbaiki penulisan Daftar Pustaka	
03-10-2022	Bedah Buku	
05-10-2022	Acc dindia	

Diketahui,  
a.n. Dekan Fakultas Hukum

**Dr. Faisal, S.H., M.Hum**  
NIDN: 0122087502

Dosen Pembimbing

**Benito Asdhie Kodiyat, S.H., M.H.**  
NIDN: 0110128801

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Pertama-tama disampaikan rasa syukur kehadiran Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang atas segala rahmat dan karunia Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi merupakan salah satu persyaratan bagi setiap mahasiswa yang ingin menyelesaikan studinya di Fakultas Hukum Muhammadiyah Sumatera Utara. Sehubungan dengan itu, disusun skripsi yang berjudul “TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP KERUGIAN KONSUMEN ATAS IKLAN YANG MENYESATKAN (BERDASARKAN ANALISA PUTUSAN NOMOR 01 K/Per.Kons/2007)”

Dengan selesainya skripsi ini, perkenankanlah diucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada: Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Bapak Prof. Dr. Agussani., M.AP atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada kami untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan program Sarjana ini. Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Bapak Dr. Faisal, S.H.,M.Hum. atas kesempatan menjadi mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Demikian juga halnya kepada Wakil Dekan I Bapak Dr. Zainuddin, S.H., M.H. dan Wakil Dekan III Ibu Atikah Rahmi, S.H., M.H.

Terimakasih yang tak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya diucapkan kepada Bapak Benito Asdhie Kodiyat,S.H.,M.H. selaku Pembimbing, Dan Bapak Ibrahim Nainggolan S.H.,M.H. selaku Pembimbing,yang dengan penuh perhatian telah memberikan dorongan, bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini selesai.

Disampaikan juga penghargaan kepada seluruh staf pengajar Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Secara khusus dengan rasa hormat dan penghargaan yang setinggi-tingginya diberikan kepada kedua Orang tua saya Deni Asrif Zaldi dan Rita Indriani yang telah mengasuh saya selama ini dengan penuh kasih sayang, serta selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Dan kepada abang saya Rendy Pratama dan adik saya Nayla Putri Denita yang telah memberikan semangat kepada saya. Serta kepada Adik sepupu saya Amanda Putri Devia Nasution yang telah memberikan semangat serta dukungan kepada saya.

Tiada gedung yang paling indah,kecuali persahabatan,untuk itu,dalam kesempatan ini diucapkan terimakasih kepada sahabat-sahabat yang telah banyak berperan,terutama kepada sahabatku Zahwana Jihan Nasution, S.H., M. Fadil Suhada, S.,H., Vanny Ghaita sebagai tempat curahan hati selama ini. Serta kepada teman-teman seperjuanganku Endika Syafriani, Adethya Prabowo Putri, S.,H., Wicky Syahfitri dan Wanda Sukmaria. Serta Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya, tiada maksud mengecilkan arti pentingnya bantuan dan



peran mereka, dan untuk disampaikan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya.

Akhirnya, Tiada gading yang tak retak, retaknya gading karena alami, tiada orang yang tak bersalah, kecuali ilahi Robbi. Mohon maaf atas segala kesalahan semua ini, begitu pun disadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Untuk itu, diharapkan ada masukan yang membangun untuk kesempurnaannya. Terima kasih semua, tiada lain yang diucapkan selain kata semoga kiranya mendapat balasan dari Allah SWT Aamiin. Sesungguhnya Allah maha mengetahui akan niat baik hamba-hambanya.

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Medan, 17 September 2022

Hormat Saya  
Penulis,

Syifa Putri Denita  
NPM:1806200026

## ABSTRAK

### TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP KERUGIAN KONSUMEN ATAS IKLAN YANG MENYESATKAN (BERDASARKAN ANALISA PUTUSAN NOMOR 01 K/Per.Kons/2007)

**Syifa Putri Denita**

Di era globalisasi, manusia selalu berdampingan dengan perkembangan dunia teknologi informatika. Bentuk perkembangan tersebut dapat dilihat dari banyaknya pengguna telepon genggam dan perusahaan yang bergerak dibidang provider operator serta pelaku usaha dalam mempromosikan barangnya menggunakan perkembangan teknologi tersebut. Salah satunya melalui iklan yang dilakukan oleh PT. Excelcomindo. Dalam memproduksi iklan, pelaku usaha harus menaati peraturan-peraturan yang berkaitan dengan periklanan. Tujuan penelitian ini untuk mengkaji faktor-faktor yang menyebabkan kerugian, mengkaji bentuk perlindungan hukum, serta bentuk tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen atas kerugian terhadap iklan yang menyesatkan berdasarkan analisa putusan Nomor 01K/Per.Kons/2007.

Metode penelitian hukum yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan jenis pendekatan kasus (*Case Approach*). Jenis pendekatan kasus yaitu dengan mempelajari penerapan norma serta kaidah hukum dalam praktek hukum.

Faktor-faktor yang menyebabkan kerugian terhadap konsumen atas iklan yang menyesatkan ada beberapa yaitu faktor konsumen seperti kurang kritisnya terhadap barang yang ditawarkan penjual, faktor pelaku usaha kurang rendahnya pemahaman pelaku usaha periklanan terhadap dampak akibat iklan yang menyesatkan. Bentuk perlindungan hukum yang dilakukan pelaku usaha terhadap konsumen berupa dalam bentuk Hukum Ekonomi Syariah, Hukum Perdata, Hukum Administrasi, dan Hukum Pidana. Tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen atas iklan yang menyesatkan berdasarkan analisa putusan Nomor 01 K/Per.Kons/2007 adalah tanggung jawab yang dilakukan pelaku usaha terhadap konsumen yaitu dengan cara mengganti kerugian. Tuntutan tersebut berdasarkan perbuatan melawan hukum. Hal ini telah dibuktikan dengan terpenuhinya unsur-unsur perbuatan melawan hukum, adanya kesalahan, kerugian, serta adanya hubungan kasual antara perbuatan dengan kerugian.

**Kata Kunci :** Tanggung jawab, Kerugian Konsumen, Iklan Menyesatkan.

## DAFTAR ISI

Kata Pengantar .....	i
Abstrak .....	iv
Daftar isi .....	v
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
1. Rumusan Masalah .....	6
2. Faedah Penelitian .....	7
<b>B. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>C. Definisi Operasional .....</b>	<b>8</b>
<b>D. Keaslian Penelitian .....</b>	<b>10</b>
<b>E. Metode Penelitian .....</b>	<b>11</b>
1. Jenis Pendekatan Penelitian .....	11
2. Sifat Penelitian .....	12
3. Sumber Data .....	12
4. Alat Pengumpulan Data .....	14
5. Analisis Data .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>
<b>A. Tinjauan Umum Tentang Tanggung Jawab Pelaku Usaha .....</b>	<b>16</b>
1. Pengertian Pelaku Usaha .....	16
2. Pengertian Tanggung Jawab Pelaku Usaha .....	16
3. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha .....	17



4. Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab Pelaku Usaha Berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Positif di Indonesia .....	29
<b>B. Tinjauan Umum Tentang Kerugian Konsumen .....</b>	<b>26</b>
1. Pengertian Konsumen .....	26
2. Pengertian Kerugian Konsumen .....	27
3. Lingkup Tanggung Jawab Pembayaran Ganti Rugi .....	28
<b>C. Tinjauan Umum Tentang Iklan Yang Menyesatkan .....</b>	<b>31</b>
1. Pengertian Iklan Yang Menyesatkan .....	31
2. Standar Kriteria Iklan Yang Menyesatkan .....	32
<b>BAB III PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>34</b>
A. Faktor yang menyebabkan kerugian terhadap konsumen atas iklan yang menyesatkan .....	34
B. Bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen atas kerugian terhadap iklan yang menyesatkan .....	51
C. Bentuk tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen atas iklan yang menyesatkan berdasarkan Analisa Putusan Nomor 01 K/Per.Kons/2007 .....	65
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan .....	82
B. Saran .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Di era globalisasi, manusia selalu berdampingan dengan perkembangan dunia teknologi informatika. Bentuk perkembangan tersebut dapat dilihat dari banyaknya pengguna telepon genggam dan perusahaan yang bergerak dibidang provider operator. Pengertian telepon genggam secara umum adalah alat komunikasi elektronik dua arah yang dapat dibawa kemana saja dan memiliki kemampuan untuk mengirimkan pesan suara tanpa keterbatasan jarak.

Provider operator merupakan perusahaan telepon yang menyediakan layanan untuk pengguna telepon seluler dengan memberikan kartu SIM (Subscriber Indentify Module) adalah sebuah kartu kecil yang ditaruh di telepon genggam yang menyipkan kunci pengenalan jasa komunikasi ke pelanggan dan memasukkan ke ponsel untuk menikmati layanan.

Untuk berkomunikasi dengan seseorang melalui telepon genggam diperlukan kartu perdana yang telah disediakan oleh perusahaan provider operator. Beberapa perusahaan provider operator di Indonesia antara lain : PT. XL Axiata, PT. Indosat, PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel), dan PT. Smartfren. Banyaknya perusahaan provider di Indonesia menimbulkan persaingan antar dagang dalam bidang yang sama. Setiap pelaku usaha mempunyai tujuan untuk memperoleh keuntungan yang besar melalui

penjualan produk melalui iklan, hal ini dinilai strategis agar konsumen terpicu dengan produk yang di iklankan. Strategi pemasaran tidak boleh bertentangan dengan kepentingan pihak lain, seperti pelaku usaha yang lain atau konsumen.<sup>1</sup>

Dalam memproduksi iklan, pihak perusahaan periklanan pun dikawal ketat oleh kode etik yang ditandatangani oleh lima asosiasi (termasuk Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia) pada 17 September 1981. Tata Krama dan Tata Cara Periklanan ini disempurnakan dengan penandatanganan oleh tujuh instansi pada 19 Agustus 1996.<sup>2</sup>

Para pelaku usaha biasanya melakukan segala cara untuk menarik perhatian konsumen, salah satunya dengan melakukan kegiatan strategi pemasaran melalui iklan<sup>3</sup>. Iklan merupakan salah satu sarana pemasaran yang sangat banyak dipergunakan oleh pelaku usaha untuk memperkenalkan aneka produk yang dihasilkan kepada konsumen produk yang dihasilkan kepada konsumen, serta untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk yang dihasilkan.<sup>4</sup>. Pada hakikatnya, iklan tidak selalu memberikan informasi

---

<sup>1</sup> Aulia Muthiah. 2021. *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*. Yogyakarta : Pustaka baru Pers, halaman 149.

<sup>2</sup>I Gusti Ayu Indra Dewi Dyah Pradnya Paramita, dkk. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Iklan Yang Menyesatkan Ditinjau Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Kode Etik Periklanan Di Indonesia” Vol 5 No 2, 2017, halaman 3.

<sup>3</sup> Putri Utami Dian Safitri, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Atas Iklan Produk Kosmetik Yang Menyesatkan”, Vol 18 No. 4 - Desember 2021, halaman 2.

<sup>4</sup>Dedi Harianto. 2022. *Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyesatkan*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia, halaman 3.



yang jujur kepada konsumen, ada beberapa model iklan yang dapat merugikan konsumen yaitu <sup>5</sup>:

1. *Bait advertising* adalah suatu penawaran iklan yang menarik perhatian konsumen dengan menyampaikan tawaran yang tidak sesuai dengan dengan produk yang di jual.
2. *Blind advertising* adalah iklan yang membujuk konsumen untuk bersangkutan dengan pelaku usaha namun tidak menyertakan tujuan utama iklan tersebut, dan tidak menyertakan identitas pelaku usaha.
3. *False advertising* adalah jika representasi tentang fakta mengenai iklan adalah salah satu yang diharapkan membujuk konsumen agar membeli produk yang diiklankan dan bujukan tersebut merugikan konsumen atas dasar kecurangan atau penipuan.

Faktor-faktor yang menyebabkan kerugian terhadap konsumen atas iklan yang menyesatkan meliputi faktor terhadap konsumen, pelaku usaha periklanan, serta faktor pemerintah. Untuk itu pelaku usaha harus bertanggung jawab terhadap kerugian konsumen. Beberapa cara pelaku usaha untuk mengganti kerugian dapat ditempuh melalui hukum perlindungan konsumen, hukum perdata, hukum pidana, serta hukum administratif penetapan ganti kerugian sesuai dengan perbuatan yang dilanggar oleh pelaku usaha.

Representasi harus dilakukan dengan benar terhadap suatu produk, dikarenakan salah satu penyebab terjadinya kerugian konsumen yaitu adanya

---

<sup>5</sup> Aulia Muthiah, *Op.Cit.*, halaman 153.

misrepresentasi terhadap produk tertentu hal ini juga sangat berkaitan dengan konsumen yang mudah sekali mempercayai iklan-iklan atau brosur produk tertentu, pada kenyataannya iklan atau brosur tidak selalu memuat informasi yang benar, melainkan hanya menonjolkan kelebihan produk yang dipromosikan, sebaliknya kelemahan produk tersebut ditutupi.<sup>6</sup>

Salah satu perusahaan provider operator di Indonesia yaitu PT. Excelcomindo sebagai pelaku usaha menggunakan strategi pemasaran yaitu dengan memasang atau mencetak iklan mengenai Promo Tarif Ngirit Malam (Program Tarif Ngirit XL Bebas), yang berisikan informasi bahwa promo tersebut berlaku tanggal 1 April 2006 - 30 Juni 2006, yang disebarakan pada tanggal 30 Maret 2006. Tanggal 31 Maret 2006, PT. Excelcomindo mengetahui salah cetak pada brosur yang harusnya program tersebut berlaku tanggal 06 April 2006.

Konsumen yang bernama John Parlyn, pada tanggal 01 April 2006, mendatangi salah satu toko HP yang beralamat di Jl. Halat dan membaca dan tertarik untuk membeli salah satu promo pada brosur tersebut. Bahwa ternyata menurut konsumen John Parlyn program tersebut tidak sesuai dengan keterangan yang ada pada brosur tersebut dan ia mengalami kerugian sebesar Rp. 9.054.

Pada tanggal 02 April 2006, pelaku usaha menyelesaikan keluhan yang dialami oleh konsumen di kantor pelaku usaha. Namun, konsumen agar meminta agar penyelesaian masalah ini diselesaikan di Badan Penyelesaian

---

<sup>6</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti. 2018. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Edisi ke-7. Jakarta : Sinar Grafika, halaman 44.

Sengketa Konsumen (BPSK) pada tanggal 03 April 2006 pada saat acara hearing, namun hal tersebut tidak menemukan perdamaian antara konsumen dan PT. Excelcomindo sehingga konsumen membuat pengaduan ke BPSK pada tanggal 16 April 2006 nomor perkara No. 7/Pen/BPSK/2006/Mdn. Tertanggal 1 Juni 2006 BPSK dengan mengeluarkan amar putusannya. Tetapi, pihak pelaku usaha keberatan dengan hasil keputusan BPSK dan kembali menggugat konsumen ke Pengadilan Negeri Medan dengan Nomor Putusan No.206/Pdt.G/2006/PN Mdn. Tetapi, konsumen merasa keberatan dan mengajukan permohonan kasasi ke Mahkamah Agung atas putusan Pengadilan Negeri Medan No.206/Pdt.G/2006/PN Mdn dan telah mengajukan memori kasasinya ke PN Mdn dengan akta kasasi No.72/Pdt/Kasasi/006/PN Mdn.

Di dalam Hukum Positif Indonesia, terdapat beberapa pasal yang mengatur mengenai perbuatan pelaku usaha yang berkaitan dengan periklanan antara lain yaitu Pasal 8 Ayat (1) butir f yaitu “ Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut”.

Sebagaimana contoh kasus diatas PT.Excelcomindo di dalam brosur nya tercetak bahwa Promo Ngirit Malam berlaku mulai tanggal 01 April 2006, faktanya promo tersebut mulai berlaku tanggal 06 April 2006. Hal ini tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan PT. Excelcomindo dalam brosur nya sehingga menyebabkan kerugian terhadap konsumen sebesar RP. 9.054.



Kerugian yang ditimbulkan oleh salah cetak brosur ini menjadi tanggung jawab pelaku usaha berdasarkan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yaitu “Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.”.

Hal ini lah yang menjadi pokok pembahasan pada penulisan skripsi ini, penulis ingin menelaah lebih lanjut mengenai tanggung jawab pelaku usaha terhadap iklan yang tidak benar dan menyesatkan Berdasarkan Analisa Putusan Nomor 01/K/Per.Kons/2007.

Atas dasar yang telah dikemukakan diatas maka peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut didalam skripsi penulis yang berjudul berjudul “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Kerugian Konsumen Terhadap Iklan Yang Tidak Benar dan Menyesatkan (Berdasarkan Analisa Putusan Nomor 01/K/Per.Kons/2007).

### **1) Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka identifikasi permasalahan dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana faktor yang menyebabkan kerugian terhadap konsumen atas iklan yang menyesatkan?
2. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap kerugian konsumen atas iklan yang menyesatkan?

3. Bagaimana bentuk tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen atas iklan yang menyesatkan berdasarkan Analisa Putusan Nomor 01 K/Per.Kons/2007?

## 2) Faedah Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mengharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis dan praktis. Faedah dari segi teoritis adalah faedah sebagai sumbangan baik kepada Ilmu Pengetahuan pada umumnya maupun kepada Ilmu Hukum pada khususnya. Sedangkan dari segi berbangsa, masyarakat, dan pembangunan.<sup>7</sup> Praktisnya penelitian tersebut berfaedah bagi kepentingan negara.

### 1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam bidang akademis berupa Ilmu Pengetahuan khususnya dalam ilmu hukum.
- b. Dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada mahasiswa dan masyarakat luas pada umumnya, mengenai Tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen atas iklan yang menyesatkan( Berdasarkan Analisa Putusan Nomor 01 K/Per.Kons/2007).

### 2. Manfaat praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah literature tambahan bagi pelaku usaha untuk tanggung jawab kepada

---

<sup>7</sup> Ida Hanifah, dkk. 2018. Pedoman Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa. Medan: CV. Pustaka Prima, halaman 16

konsumen terkait iklan yang menyesatkan berdasarkan analisa putusan Nomor 01 K/Per.Kons/2007.

- b. Hasil penelitian ini dapat memberikan perlindungan hukum kepada konsumen yang mengalami kerugian akibat dari perbuatan melawan hukum dari pelaku usaha terkait iklan menyesatkan berdasarkan analisa putusan Nomor 01 K/Per.Kons/2007.

## **B. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penulisan dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor hukum apa saja yang menyebabkan kerugian terhadap konsumen atas iklan yang menyesatkan.
2. Untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum terhadap kerugian konsumen atas iklan yang menyesatkan.
3. Untuk mengetahui bagaimana bentuk tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen atas iklan yang menyesatkan.

## **A. Definisi Operasional**

Definisi operasional atau kerangka konsep adalah kerangka yang menggambarkan hubungan antara definisi-definisi / konsep-konsep khusus yang akan diteliti<sup>8</sup>. Oleh karena itu, definisi operasional yang sesuai pada judul penelitian skripsi yang diteliti yaitu “Tanggung jawab pelaku usaha

---

<sup>8</sup>*Ibid.*, halaman 17.



terhadap kerugian konsumen atas iklan yang menyesatkan Berdasarkan Analisa Putusan Nomor 01 K/Per.Kons/2007).

Maka dapat dijelaskan Definisi Operasionalnya, yaitu :

1. Tanggung jawab, dapat didefinisikan kewajiban seseorang untuk menanggung akibat dari perbuatannya baik yang dilakukan secara sengaja maupun tidak.<sup>9</sup>
2. Pelaku usaha, Menurut Pasal 1 Ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 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 Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.
3. Kerugian, adalah kondisi di mana seseorang tidak mendapatkan keuntungan dari apa yang telah mereka keluarkan (*modal*).<sup>10</sup>
4. Konsumen, Menurut Pasal 1 Ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 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.
5. Iklan yang tidak benar dan menyesatkan, Menurut Milton Handler iklan menyesatkan adalah representasi mengenai fakta dalam iklan yang tidak

---

<sup>9</sup>Kamus Besar Bahasa Indonesia, dalam [URL:https://kbbi.web.id/tanggungjawab.html](https://kbbi.web.id/tanggungjawab.html), Diakses pada hari Selasa tanggal 12 April pukul 10.00 WIB.

<sup>10</sup>Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Loc.Cit.*

sesuai dengan produknya, hal ini bertujuan untuk membujuk pembelian barang dan bujukan tersebut dibuat atas dasar kecurangan dan penipuan yang mengakibatkan kerugian konsumen.<sup>11</sup>

## **B. Keaslian Penelitian**

Persoalan mengenai iklan yang menyesatkan sangat sering terjadi dalam ruang lingkup antara konsumen dan pelaku usaha yang berkaitan dengan tidak terpenuhinya hak konsumen. Namun, berdasarkan hasil bahan kepustakaan yang ditelusuri melalui via internet maupun penelusuran kepustakaan langsung di lingkungan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan perguruan tinggi lainnya, untuk itu penulis tidak menemukan penelitian dengan topic dan pokok rumusan permasalahan yang penulis teliti terkait “ Tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen atas iklan yang menyesatkan(Berdasarkan Analisa Putusan Nomor 01 K/Per.Kons/2007)

Dari beberapa topic penelitian yang dikemukakan oleh peneliti sebelumnya, dua di antaranya hampir identik dengan topik penelitian pada saat penulisan skripsi ini :

- A. Harish wien Saputra, NIM 13410529, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Tahun 2018, dengan Judul “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan Menyesatkan (studi Kasus pada Produk Kangen Water)”. Skripsi ini merupakan penelitian dengan pendekatan yuridis normatif

---

<sup>11</sup> Dedi Harianto, *Op.cit.*, halaman 109

yang menitik beratkan pada peraturan perundang-undangan yang dijadikan dasar penelitian, atau yang hendak diteliti dan yuridis sosiologis yaitu pendekatan penelitian yang mengkaji persepsi dan perilaku hukum.

- B. Silvia Yuli Wardani, NIM 990710101122, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Jember, Tahun 2003, dengan Judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Iklan Obat Tradisional Yang Menyesatkan”. Skripsi ini merupakan penelitian pendekatan yuridis normative yaitu dengan menganalisa ketentuan perundangan-perundangan yang berlaku dalam hukum positif serta teori-teori hukum yang berkaitan dengan masalah tersebut.

### **E. Metode Penelitian**

Metode atau metodologi diartikan sebagai logika dari penelitian ilmiah, studi terhadap prosedur dan teknik penelitian. Penelitian pada hakikatnya adalah rangkaian kegiatan ilmiah dan karena itu menggunakan metode-metode ilmiah untuk memecahkan permasalahan atau menemukan sesuatu kebenaran dari fakta-fakta yang ada. Metode penelitian bertujuan untuk menjelaskan bagaimana penelitian itu dilakukan untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Metode penelitian menguraikan tentang:<sup>12</sup>

#### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

---

<sup>12</sup> Ida Hanifah, dkk. *Loc. Cit*, halaman 19

Jenis dan pendekatan penelitian terbagi menjadi dua, antara lain penelitian hukum normatif (yuridis normatif) dan penelitian hukum sosiologis (yuridis empiris). Penelitian hukum normative disebut juga penelitian hukum doctrinal, dimana hukum dikonsepsikan sebagai apa yang tertuliskan peraturan perundang-undangan (law in books), dan penelitian terhadap sistematika hukum dapat dilakukan pada peraturan perundang-undangan atau hukum tertulis. Sedangkan yuridis empiris bertujuan menganalisis permasalahan dilakukan dengan cara memadukan bahan-bahan hukum sekunder dan data primer<sup>13</sup>. Dalam penelitian proposal ini, penulis menggunakan penelitian hukum normatif pendekatan yaitu dimana hukum dikonsepsikan sebagai apa yang tertuliskan peraturan perundang-undangan (law in books), dan penelitian terhadap sistematika hukum dapat dilakukan pada peraturan perundang-undangan atau hukum tertulis, dan menggunakan pendekatan penelitian dengan pendekatan kasus yaitu dengan mempelajari penerapan norma serta kaidah hukum dalam praktek hukum. Terutama mengenai kasus-kasus yang telah diputus sebagaimana yang dapat dilihat dalam yurisprudensi terhadap suatu sengketa yang menjadi focus dari penelitian.<sup>14</sup>

## **2. Sifat Penelitian**

Penelitian hukum bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan keadaan sesuatu mengenai apa dan bagaimana keberadaan norma hukum dan berkerjanya norma hukum pada masyarakat. Berdasarkan tujuan penelitian

---

<sup>13</sup> Ida Hanifah, dkk. *Loc. Cit.*, halaman 19

<sup>14</sup> Jhonny Ibrahim. 2019. *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Malang: Bayumedia Publishing, halaman 321.

hukum tersebut, maka kecenderungan sifat penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang hanya semata-mata melukiskan keadaan objek atau peristiwa nya tanpa suatu maksud untuk mengambil kesimpulan-kesimpulan yang berlaku secara umum.

### 3. Sumber Data

Sumber data yang dapat digunakan dalam penelitian hukum terdiri dari :<sup>15</sup>

1. Data yang bersumber dari Hukum Islam, dalam proposal penelitian ini penulis menggunakan 1 Hadist dan 4 Surah Al-Quran diantaranya adalah (HR: Abu Hurairah ra), dan ( Surah Al-Baqarah ayat 188, Surah Al-Baqarah ayat 257, Surah Al-Maidah ayat 90, dan Surah Al-Maidah ayat 1)
2. Data premier merupakan bahan hukum yang langsung didapat dari lapangan, seperti wawancara.
3. Data sekunder yaitu data pustaka yang mencakup dokumen-dokumen.

Data sekunder terdiri dari :

- (1) Bahan hukum premier merupakan bahan yang bersifat otoritas. Bahan-bahan hukum primer antara lain yaitu perundang-undangan catatan-catatan resmi dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan-putusan hakim.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup>Ida Hanifah, dkk. *Op.Cit.*, halaman 20

<sup>16</sup> Peter Mahmud Marzuki. 2014. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kharisma Putra Utama, halaman 181

(2) Bahan Hukum Sekunder seperti buku yang terakit dengan permasalahan, hasil penelitian, dan hasil karya dari kalangan hukum.<sup>17</sup>

(3) Bahan Hukum Tersier, yaitu bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum premier dan sekunder berupa kamus hukum, kamus bahasa Indonesia, dan kamus ensiklopedia yang bertujuan untuk menjelaskan maksud dengan pengertian istilah-istilah yang sulit diartikan.

Dalam proposal penelitian ini penulis menggunakan bahan dari sumber hukum islam yaitu 1 Hadist dan 4 Surah Al-Quran diantaranya adalah (HR: Abu Hurairah ra), dan ( Surah Al-Baqarah ayat 188, Surah Al-Baqarah ayat 257, Surah Al-Maidah ayat 90, dan Surah Al-Maidah ayat 1) dan data sekunder bahan hukum primer yaitu Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 UUPK, Undang- Undang Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran, Peraturan Pemerintah (PP) Republik Indonesia 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan ,sekunder, dan tersier.

#### **4. Alat Pengumpulan Data**

Alat pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian dilakukan melalui dua cara:<sup>18</sup>

- a. Studi Lapangan (*Field research*) adalah metode wawancara tertulis kepada narasumber yang berkaitan dengan judul yang diteliti.

---

<sup>17</sup> Ida Hanifah, dkk. *Op.Cit.*, halaman 21

<sup>18</sup>*Ibid.*, halaman 21

b. Studi Kepustakaan (*Library research*) dapat dilakukan melalui dua cara baik secara online ataupun offline.

1. Offline yaitu dengan cara menghimpun data kepustakaan, baik dengan cara mendatangi perpustakaan maupun mengunjungi toko-toko buku guna memperoleh data sekunder yang dibutuhkan.

2. Online yaitu studi kepustakaan (*Library research*) yang dilakukan dengan cara menjelajahi media internet guna mendapatkan data sekunder yang dibutuhkan didalam penelitian.

Dalam penelitian proposal ini, penulis menggunakan analisis data secara studi kepustakaan (*Library research*) baik secara offline maupun online.

## **5. Analisis Data**

Analisis data adalah kegiatan memfokuskan, mengabstraksikan, mengorganisasikan data secara sistematis dan rasional untuk memberikan bahan jawaban terhadap permasalahan. Jenis penelitian data terdiri dari analisis kuantitatif dan kualitatif. Analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu analisis Kualitatif sesuai dengan tipe dan tujuan penelitian.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup>*Ibid.*, halaman 21.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Umum Tentang Tanggung Jawab Pelaku Usaha**

##### **1. Pengertian Pelaku Usaha**

Menurut UUPK pasal 1 ayat 3, 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 menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Pelaku usaha yang dimaksud dalam UUPK adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importer, pedagang, distributor dan lain-lain.<sup>20</sup>

##### **2. Pengertian Tanggung Jawab Pelaku Usaha**

Berbicara mengenai perlindungan konsumen selalu berkaitan dengan tanggung jawab pelaku usaha/ tanggung jawab produsen/ tanggung jawab memiliki kewajiban untuk memenuhi hak konsumen.<sup>21</sup> Aspek utama dari perlindungan konsumen adalah mengenai tanggung jawab produsen-pelaku usaha atas kerugian yang dialami oleh produknya. Peristiwa ini lazim

---

<sup>20</sup> Aulia Muthiah, *Op.Cit.*, halaman 59.

<sup>21</sup> Ahmadi Miru, dkk. 2020. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, halaman 23.

dikatakan sebagai tanggung jawab produk.<sup>22</sup> Definisi tanggung jawab produk atau product liability menurut Agnes M. Toar, adalah sebagai berikut: Tanggung Jawab produk adalah tanggung jawab produsen untuk produk yang telah dibawanya ke dalam peredaran, yang menimbulkan/ menyebabkan kerugian karena cacat yang melekat pada produk tersebut.<sup>23</sup>

Definisi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:<sup>24</sup>

- a. Tanggung jawab meliputi tanggung jawab berdasarkan perjanjian, maupun tanggung jawab berdasarkan perbuatan melawan hukum;
- b. Para produsen termasuk produsen grosir, leveransir, dan pengecer profesional;
- c. Semua benda yang bergerak maupun tidak;
- d. Produk yang telah di edarkan oleh pelaku usaha/produsen;
- e. Menimbulkan kerugian; segala kerugian yang ditimbulkan oleh produk dan kerusakan atau musnahnya produk;
- f. Cacat produk atau ketidaksempurnaan produk yang menyebabkan kerugian kepada konsumen.

### **3. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha**

Dalam melaksanakan tanggung jawab sebagai pelaku usaha yang taat akan peraturan Undang-Undang, pelaku usaha wajib mengetahui mengenai

---

<sup>22</sup>Janus Sidabalok. 2020. *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*. Edisi ke-3. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, halaman 8.

<sup>23</sup>*Ibid.*, halaman 24.

<sup>24</sup>*Ibid.*, halaman 24.

hak dan kewajibannya kepada konsumen. Hal ini, telah diatur dalam Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Hak Pelaku Usaha yaitu :

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/ atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/ atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Dalam melaksanakan tanggung jawab sebagai pelaku usaha yang taat akan peraturan Undang-Undang, pelaku usaha wajib mengetahui mengenai

Secara singkat pokok-pokok dari hak pelaku usaha atau produsen terdapat 4 pokok yaitu:<sup>25</sup>

- a. Menerima pembayaran;
- b. Mendapat perlindungan hukum;

---

<sup>25</sup> Janos Sidabalok, *Op.Cit.*, halaman 72.

- c. Membela diri; dan
- d. Rehabilitasi.

Hukum Perlindungan Konsumen telah mengatur mengenai kewajiban terhadap pelaku usaha, hal ini dilakukan untuk meminimalisir hak-hak konsumen yang tidak terpenuhi oleh pelaku usaha dan memberikan perlindungan terhadap kerugian yang dialami oleh konsumen. Kewajiban tersebut telah diatur di dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yaitu :

- 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. Menjamin mutu barang dan/ atau jasa yang diproduksi dan/ atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/ atau jasa yang berlaku;
- e. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/ atau mencoba barang dan/ atau jasa tertentu serta member jaminan dan/ atau garansi atas barang yang dibuat dan/ atau yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/ atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/ atau jasa yang diperdagangkan;

- g. Memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/ atau penggantian kerugian apabila barang dan/ atau barang yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.

#### **4. Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab Pelaku Usaha Berdasarkan Ekonomi Syariah dan Hukum Positif di Indonesia**

Pelaku usaha dalam menjalankan suatu usaha harus selalu memperhatikan mengenai kualitas suatu produk barang atau jasa yang diperdagangkan. Untuk menghindari hal-hal tersebut, pelaku usaha dapat melaksanakan prinsip-prinsip yang telah diatur dalam Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Positif yang ada di Indonesia.

Prinsip-prinsip yang telah diatur dalam Hukum Ekonomi Syariah adalah :<sup>26</sup>

##### a. Larangan Berbuat Zalim ( Man,u Dzalim)

Zalim adalah melakukan suatu perbuatan yang terlarang, dan tidak menjalankan sesuatu yang diharuskan. Allah Swt telah berfirman di dalam Surah Al-Baqarah ayat 188 yaitu :

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخِلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ  
تَعْلَمُونَ

“ Dan janganlah Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat

---

<sup>26</sup>Aulia Muthiah, *Op.Cit.*, halaman 109.

memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui”.

Dalam kegiatan jual beli, interaksi harta yang dimaksud pada ayat tersebut adalah keuntungan dan kerugian. Prinsip ini menyatakan ketika hendak mendapatkan harta awali lah dengan prinsip-prinsip yang di perbolehkan dalam hukum Islam. Seperti hal nya, pelaku usaha yang menjual produk nya dengan cara meyakinkan konsumen bahwa produk ini sempurna tanpa cacat produk, nyata nya produk tersebut telah rusak. Ketika konsumen menuntut ganti rugi, pelaku usaha enggan melakukan hal itu. Maka, pelaku usaha tersebut telah berlaku zalim kepada konsumen nya.

#### b. Siap menerima resiko

Prinsip ekonomi syariah yang dapat dijadikan acuan terhadap pelaku usaha adalah merimana resiko yang dirasakan oleh konsumen terkait dengan produk barang atau jasanya. Seorang pelaku usaha wajib bertanggung jawab atas semua resiko yang diakibatkan oleh produk barang atau jasa yang didagangkan.

#### c. Larangan Riba

Secara garis besar, riba terbagi menjadi dua yaitu riba fadhhl, dan riba nasi'ah. Riba fadhhl adalah riba yang berkaitan dengan jual beli atau barter barang secara kuantitas lebih banyak dari penukarannya, maka kelebihan itu disebut riba fadhhl. Sedangkan riba nasi'ah adalah adanya tambahan biaya, akibat dari penundaan penyerahan barang ditukar baik sejenis maupun tidak. Islam telah mengatur mengenai riba pada Surah Al-Baqarah ayat 275 :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ  
بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ  
فَأَنْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”

Riba fadhil yang digunakan pada akad jual beli tentu akan merugikan konsumen. Sedangkan di dalam Islam sangat menjunjung tinggi keadilan tanpa diskriminatif.

#### d. Larangan melakukan penipuan ( Gharar )

Gharar berarti ketidak jelasan objek transaksi. Berdasarkan Hadist dari Nabi Muhammad SAW :

“Dari Abu Hurairah ra. Sesungguhnya Nabi Saw, melarang jual beli yang mengandung penipuan”. Transaksi jual beli yang didasarkan oleh penipuan, pasti akan merugikan konsumen, dikarenakan tidak terpenuhinya hak-hak konsumen.

#### e. Larangan Masyir



Masyir dalam konteks ini merupakan spekulasi yang tidak menggunakan dasar sama sekali. Larangan masyir terdapat pada Surah Al-

Maidah ayat 90 yaitu :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ  
فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman! Sesungguhnya minuman keras, berjudi, (berkorban untuk) berhala, dan mengundi nasib dengan anak panah, adalah perbuatan keji dan termasuk perbuatan setan. Maka jauhilah (perbuatan-perbuatan) itu agar kamu beruntung.”

Salah satu contoh masyir adalah dilarang menjual buah-buahan yang masi dipohon, karena belum terjamin kualitas dan kuantitasnya.

#### f. Prinsip Kejujuran

Kejujuran adalah salah satu kunci dalam menjalankan transaksi jual beli, agar bisnis yang dijalankan mendapat keuntungan dan keridhaan Allah Swt. Tanpa adanya prinsip kejujuran dalam dunia bisnis, dapat dipastikan rentan terjadinya penipuan dan kezaliman yang dapat merugikan konsumen.

Berdasarkan Surah Al-Maidah ayat 1 yaitu :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُنْتَلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ  
مُحَلَّىٰ الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

**“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu.** Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang

mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.”

Kata *aufu* yang bermakna “penuhilah” yang berarti memberikan sesuatu dengan sempurna, dalam arti melebihi kadar yang seharusnya.

g. Saad al- Dzariah

Dalam konteks hukum Islam *dzari’ah* berarti perantara atau sarana yang dapat menimbulkan kemudharatan bagi konsumen. Ada 3 *dzari’ah* dalam hukum ekonomi syariah:

Pertama, *dzari’ah* yang harus dihindari karena akan menimbulkan kerusakan. Kedua, *dzariah* yang dapat menimbulkan kemudharatan, dan ketiga *dzariah* yang memungkinkan menimbulkan kemudharatan dan kerusakan.

Dalam kasus-kasus tidak terpenuhinya hak-hak konsumen diperlukan ketelitian dalam menganalisis siapa yang berhak bertanggung jawab dan seberapa jauh lingkup tanggung jawab yang dapat dibebankan kepada pihak-pihak terkait.

Secara umum prinsip-prinsip tanggung jawab dalam hukum perlindungan konsumen dibedakan sebagai berikut :<sup>27</sup>

a. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Unsur Kesalahan

Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan ( *fault liability* atau *liability based on fault*) adalah prinsip yang berlaku dalam hukum pidana dan perdata. Prinsip-prinsip ini terdapat pada pasal 1365, 1366, dan 1367

---

<sup>27</sup>Celine Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit.*, halaman 92.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Prinsip ini menyatakan seseorang baru dapat diminta pertanggung jawaban apabila memenuhi keempat unsur yang terdapat pada pasal 1365 KUH Perdata yang dikenal mengenai pasal perbuatan melawan hukum.

Empat unsur pokok tersebut adalah adanya perbuatan, adanya unsur kesalahan, adanya kerugian yang diderita, dan adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian.

#### b. Prinsip Praduga Untuk Selalu Bertanggung Jawab

Prinsip ini mengatakan, tergugat dianggap bertanggung jawab (presumption of liability principle), sampai ia bisa membuktikan bahwa ia tidak bersalah. Jadi, beban pembuktian ada pada tergugat.

#### c. Prinsip Praduga Untuk Tidak Selalu Bertanggung Jawab

Prinsip ini hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang terbatas, dan pembatasan demikian biasanya secara common sense dapat dibenarkan. Contoh penerapan prinsip ini adalah dalam hukum pengangkutan. Kehilangan atau kerusakan bagasi tangan bukan tanggung jawab dari pelaku usaha pengangkutan. Maka dari itu, pelaku usaha tidak dapat diminta pertanggung jawabannya.

#### d. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak

Prinsip tanggung jawab mutlak (strict liability) hampir serupa dengan prinsip tanggung jawab absolute (absolute liability). Menurut R.C. Hoerber et.al., prinsip tanggung jawab mutlak diterapkan karena (1) konsumen tidak dalam posisi menguntungkan untuk membuktikan adanya kesalahan dalam

proses produksi dan distribusi yang kompleks (2) produsen dapat mengantisipasi jika ada gugatan atas kesalahannya, misalnya asuransi atau biaya tambahan. (3) asas ini secara tidak langsung memaksa produsen agar lebih berhati-hati.

Asas tanggung jawab ini disebut product liability.

Gugatan Product liability dapat dilakukan berdasarkan tiga hal :

- 1) Melanggar jaminan ( breach of warranty), misalnya khasiat yang timbul tidak sesuai dengan janji yang tertera dalam kemasan.
- 2) Ada unsure kelalaian ( negligence)
- 3) Menerapkan tanggung jawab mutlak (strict liability)

#### e. Prinsip Tanggung Jawab Dengan Pembatasan

Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan ( limitation of liability principle) sangat disenangi oleh pelaku usaha untuk dicantumkan sebagai klausul eksonerasi dalam perjanjian standar yang dibuatnya. Prinsip ini sangat merugikan konsumen jika ditetapkan secara sepihak, dikarenakan pelaku usaha dengan mudahnya dapat membatasi tanggung jawabnya kepada konsumen.<sup>28</sup>

## **B. Tinjauan Umum Tentang Kerugian Konsumen**

### **1. Pengertian Konsumen**

Istilah konsumen berasal dari kata consumer ( Inggris-Amerika) atau consument/kosument ( Belanda). Secara harfiah kata consumer adalah setiap

---

<sup>28</sup>*Ibid.*, halaman 98.

orang yang menggunakan barang atau jasa.<sup>29</sup> Secara Otentik, Pasal 1 Ayat (2) UU Nomor 8 Tahun 1999 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. Pengertian Kerugian Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan bagian yang tak dapat dipisahkan dari kegiatan bisnis yang sehat. Untuk mewujudkan kegiatan bisnis yang sehat terdapat keselarasan perlindungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha. Perlindungan hukum yang tidak seimbang menyebabkan lemahnya posisi konsumen, hal ini tentu akan merugikan konsumen.<sup>30</sup> Menurut Nieuwenhuis kerugian adalah berkurangnya harta kekayaan pihak yang satu, yang disebabkan oleh perbuatan (melakukan atau membiarkan) yang melanggar norma oleh pihak lain.<sup>31</sup> Jadi dapat disimpulkan kerugian konsumen adalah berkurangnya harta kekayaan konsumen yang disebabkan oleh tindakan melanggar norma oleh pelaku usaha.

Kerugian-kerugian yang dialami oleh konsumen ditimbulkan akibat dari adanya hubungan hukum berdasarkan kontraktual atau perjanjian, dan perbuatan melawan hukum. Perjanjian yang dilakukan antara pihak pelaku usaha dan konsumen tidak selalu berjalan mulus, dalam artian produk yang

---

<sup>29</sup>Hulman Painjaitan. 2021. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Penerbit Jala Permata Aksara, halaman 76.

<sup>30</sup>Ahmadi Miru. 2020. *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, Edisi ke-4, halaman 1.

<sup>31</sup>*Ibid.*, halaman 78.

diperdagangkan oleh pelaku usaha kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan hal ini disebut sebagai wanprestasi. Wanprestasi adalah tidak terpenuhinya syarat dalam suatu perjanjian yang dibuat.<sup>32</sup>

Selain wanprestasi, kerugian juga dapat disebabkan oleh perbuatan melanggar hukum. Yang dapat berupa adanya cacat barang atau jasa yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen baik itu karena rusaknya atau musnahnya barang itu. Selain kerugian yang disebabkan oleh pelaku usaha, kerugian juga dapat terjadi ketika konsumen kurang kritis terhadap barang-barang yang ditawarkan.

### **3. Lingkup Tanggung Jawab Pembayaran Ganti Rugi**

Secara umum, tuntutan ganti kerugian yang dialami oleh konsumen akibat dari dampak penggunaan produk, baik yang berupa kerugian materi, fisik maupun jiwa. Tuntutan ganti kerugian secara garis besar terbagi menjadi dua :

#### **1. Tuntutan Berdasarkan Wanprestasi**

Terjadinya wanprestasi berawal dari tidak terlaksanakannya prestasi oleh seseorang. Prestasi adalah objek dari suatu perjanjian yang harus dipenuhi atau dilaksanakan oleh para pihak yang terikat dalam perjanjian.<sup>33</sup>

Bentuk-bentuk wanprestasi ini dapat berupa:

- a. Debitur tidak memenuhi prestasi sama sekali;
- b. Debitur terlambat dalam memenuhi prestasi;

---

<sup>32</sup>*Ibid.*, halaman 2.

<sup>33</sup> M. Khoidin. 2020. *Tanggung Gugat Dalam Hukum Perdata*. Yogyakarta : LaskBang Group,halaman 32.

c. Debitur berprestasi tidak sebagaimana mestinya.

Tanggung gugat berdasarkan adanya wanprestasi, kewajiban untuk membayar ganti kerugian tidak lain daripada akibat penerapan klausula dalam perjanjian, yang merupakan ketentuan hukum yang oleh kedua pihak secara sukarela tunduk berdasarkan perjanjiannya. Tanggung gugat merupakan istilah untuk gugatan ganti rugi dalam hukum perdata.<sup>34</sup>

2. Tuntutan Berdasarkan Perbuatan Melawan Hukum

Tuntutan ganti kerugian berdsarkan perbuatan melawan hukum, tidak perlu dibuktikan dengan adanya perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen. Untuk mendapat menuntut ganti kerugian, harus dipenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

a. Ada perbuatan melanggar hukum

Perbuatan melanggar hukm bukan hanya sekedar melanggar undang-undang melainkan dapat berupa :

1. Melanggar hak orang lain;
2. Bertentangan dengan kewajiban hukum si pembuat;
3. Berlawanan dengan kesusilaan baik;
4. Berlawanan dengan sikap hati-hati yang seharusnya diindahkan dalam pergaulan masyarakat terhadap diri atau benda orang lain

b. Kerugian

Kerugian seseorang secara garis besar dibedakan menjadi dua yaitu kerugian yang menimpa diri sendiri dan kerugian yang menimpa harta benda

---

<sup>34</sup>*Ibid.*, halaman 17.



seseorang dapat berupa kerugian nyata yang dialami serta kehilangan keuntungan.

c. Hubungan Sebab Akibat

Hubungan sebab akibat atau kausalitas, dikenal beberapa teori diantaranya *condition sine qua non*, *adequate* dan *teorrrekeming naar redelijkheid*. Masyarakat Indonesia lebih memahami teori *adequat* yang diartikan sebagai penyebab yang secara wajar dapat diduga menimbulkan akibat.

d. Kesalahan

Menurut pasal 1365, salah satu syarat membebani tergugat dengan tanggung gugat berdasarkan perbuatan melawan hukum adalah adanya kesalahan. Kesalahan memiliki 3 unsur, antara lain :

1. Perbuatan yang dilakukan dapat disesalkan;
2. Perbuatan tersebut dapat diduga akibatnya
3. Dalam arti objektif: sebagai manusia normal dapat menduga akibatnya; dalam arti subjektif: sebagai seorang ahli dapat menduga akibatnya;
4. Dapat dipertanggungjawabkan: debitur dalam keadaan cakap.

Perbuatan melawan hukum terkait dengan perbuatan, sedangkan kesalahan berkaitan pada orangnya, serta tanpa adanya kesalahan maka tidak ada perbuatan melawan hukum.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Ahmadi Miru, dkk. *Op. Cit.*, halaman 148.

## **C. Tinjauan Umum Tentang Iklan Yang Tidak Benar dan Menyesatkan**

### **1. Pengertian Iklan Yang Tidak Benar dan Menyesatkan**

Menurut Milton Handler, iklan menyesatkan adalah representasi mengenai fakta dalam iklan yang tidak sesuai dengan produknya, hal ini bertujuan untuk membujuk pembelian barang dan bujukan tersebut dibuat atas dasar kecurangan dan penipuan yang mengakibatkan kerugian konsumen.<sup>36</sup> Penjelasan Peraturan Pemerintah (PP) No 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, yaitu :

“Informasi pada label pangan atau melalui media iklan, sangat diperlukan bagi masyarakat agar masing-masing individu secara tepat dapat menentukan pilihan sebelum membeli dan atau mengkonsumsi pangan. Tanpa adanya informasi yang jelas, maka kecurangan-kecurangan dapat terjadi.”

Selanjutnya, Penjelasan PP No. 69 Tahun 1999 menguraikan :

“Agar pihak yang memproduksi pangan atau pengusaha iklan diwajibkan membuat iklan yang benar dan tidak menyesatkan masyarakat melalui pencantuman label dan iklan pangan yang harus memuat keterangan pangan dengan jujur”. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa informasi yang disampaikan oleh pelaku usaha kepada konsumen bukan hanya bertujuan untuk menarik perhatian konsumen agar membeli barang

---

<sup>36</sup>Dedi Harianto, *Loc.Cit.*, halaman 109.

yang diperdagangkan, melainkan memberikan informasi dengan sangat jelas dan jujur.<sup>37</sup>

## **2. Standar Kriteria Iklan yang Tidak Benar dan Menyesatkan**

Standar kriteria penentuan iklan dalam beberapa peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia, seperti dalam Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 9 dan 10, Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan, dan beberapa ketentuan yang bersifat administrative dari Menteri Kesehatan, Menteri Kominikasi dan Informasi, maupun Badan Pengawas Obat dan Makanan, serta dalam etika pariawa Indonesia sebagai kode etik periklanan dari kalangan pelaku usaha periklanan.<sup>38</sup>

Berdasarkan hal tersebut, dapat ditentukan beberapa kriteria penyesatan informasi antara lain:

1. Iklan yang mengelabui konsumen (mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan, harga, tariff, kecepatan waktu, jaminan dan garansi barang dan/atau jasa;
2. Tidak sesuai janji yang diiklankan;
3. Memberikan informasi secara keliru, salah, maupun tidak tepat;
4. Memberikan gambaran barang atau jasa tidak secara lengkap;
5. Memberikan informasi berlebihan mengenai produk barang atau jasa yang diperdagangkan;
6. Membandingkan harga dengan produk barang dan/atau jasa;
7. Menawarkan produk barang dan/atau jasa secara menarik, tetapi barang yang ditawarkan dalam kondisi yang tidak baik;

---

<sup>37</sup>*Ibid.*, halaman 111.

<sup>38</sup>*Ibid.*, halaman 112.

8. Tidak menyebutkan efek samping dari produk dan.atau jasa tersebut;
9. Memberikan testimoni yang tidak benar.

## BAB III

### PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Faktor Yang Menyebabkan Kerugian Terhadap Konsumen Atas Iklan Yang Menyesatkan.

Kerugian menurut Nieuwenhuis adalah berkurangnya harta kekayaan pihak yang satu, yang disebabkan oleh perbuatan (melakukan atau membiarkan) yang melanggar norma oleh pihak lain.<sup>39</sup>

Ada dua sudut pandang berbeda mengenai iklan yang menyesatkan. Pertama, berdasarkan sudut pandang konsumen dipandang sebagai gambaran mengenai produk yang menyebabkan konsumen merasa dibohongi dan mengakibatkan kerugian. Kedua, dari sudut pandang pelaku usaha sebagai perbuatan sengaja atau lalai yang dilakukan dalam memberikan informasi atas produk yang tidak benar, tidak jelas, atau tidak jujur.<sup>40</sup>

Selain standar penentuan informasi iklan yang sudah peneliti uraikan diatas, standar penentuan iklan juga telah ditetapkan oleh *Federal Trade Commission* (FTC) maupun pengadilan dalam menangani berbagai kasus periklanan :<sup>41</sup>

1. Adanya penyesatan Informasi (*Misleading*)

Untuk menentukan adanya misrepresentation dalam iklan dapat diperhatikan adanya terdapat pernyataan yang secara eksplisit atau implisit

---

<sup>39</sup> Ahmadi Miru, *Loc. Cit.*, halaman 78

<sup>40</sup> Putri Utami Dian Safitri, *Op.Cit.*, halaman 3

<sup>41</sup>Dedi Harianto, *Op.Cit.*, halaman 113

tidak sesuai dengan fakta, atau informasi untuk mencegah terjadinya misleading dalam praktik, representasi yang tidak dipaparkan. Disamping itu, pihak yang mengajukan adanya misleading harus menunjukkan pernyataan iklan yang mengandung kesalahan disertai bukti-bukti.

Dari hasil diskusi TKTCPI, ada 7 poin mengenai praktik iklan yang menyesatkan :

- a. Menjanjikan hal palsu ;
- b. Memberikan gambaran yang tidak lengkap ;
- c. Melakukan perbandingan menyesatkan ;
- d. Menyebabkan distorsi visual ;
- e. Menggunakan testimoni palsu ;
- f. Membuat perbandingan yang tidak nyata ;
- g. Hanya menyebutkan kelebihan, tanpa memberitahu kekurangan dari produk tersebut.

Penyesatan melalui iklan menyangkut dua hal sebagai berikut :<sup>42</sup>

- a. Penyesatan menyangkut harga, dilakukan dengan memberikan harga terbaik bagi konsumen dibandingkan dengan harga dari pelaku usaha yang menjual produk barang atau jasa yang sama. Ciri-cirinya antara lain yaitu potongan harga, beli satu dapat dua, dan harga-harga obral.
- b. Penyesatan dalam promosi barang atau jasa, dilakukan dengan cara memberikan gambaran mengenai kelebihan dari produk yang

---

<sup>42</sup>*Ibid.*, Halaman 117

dijual, hal ini bertujuan untuk menarik perhatian konsumen membeli barang yang diiklankan, tetapi pada saat konsumen menerima barang atau jasa tersebut produk dan kondisi yang diterima berbeda.

## 2. Fakta Material

Mengenai fakta material dalam iklan, belum ada yang memuat secara tegas apa yang dimaksud dengan fakta material. Makna fakta material dapat dirumuskan pada Pasal 1 Butir 7 Undang-undang Pasar Modal No.8 Tahun 1995

*“ Informasi atau fakta material adalah informasi atau fakta penting dan relevan mengenai peristiwa, kejadian, atau fakta yang dapat mempengaruhi harga efek pada bursa efek dan atau keputusan pemodal, calon pemodal, atau pihak lain yang berkepentingan atas informasi atau fakta-fakta tersebut”*

Apabila fakta material yang dijelaskan dalam UU No.8 Tahun 1995 mengenai Pasar Modal dikaitkan dengan informasi yang dibutuhkan konsumen maka, fakta material harus memenuhi keterangan yang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan saat membeli suatu produk atau jasa

## 3. Fakta Mempengaruhi Konsumen Rasional

Konsumen rasional adalah konsumen dalam memilih atau membeli barang atau jasa yang dibutuhkan atas informasi yang didapatkan melalui

iklan. Dalam membeli suatu produk, konsumen rasional menggunakan kemampuan berpikir untuk menilai informasi yang terdapat dalam iklan.<sup>43</sup>

#### 4. Pembeneran Terhadap Klaim-Klaim Iklan

Variasi mengenai bentuk-bentuk pelanggaran iklan yaitu dengan cara menunjukkan klaim tanpa bukti konkret baik di media cetak maupun elektronik. Melalui penonjolan keunggulan barang, kemanjuran dan manfaat yang diperoleh konsumen serta tak jarang membandingkan barang atau jasa dengan pelaku usaha yang menjual barang yang sama.<sup>44</sup>

Terdapat beberapa hal yang melatarbelakangi pelaku usaha yang menyesatkan konsumen antara lain sebagai berikut :

##### 1. Ketiadaan Undang-Undang Periklanan.

Akibat adanya kekosongan hukum mengenai periklanan berdampak terjadinya pluralism dalam hukum positif, misalnya dalam KUHPdata, KUHPidana, Peraturan Pemerintah, dan Kode Etik Periklanan Indonesia. Berlakunya UUPK memberikan dampak positif bagi konsumen dengan diaturnya beberapa larangan bagi pelaku usaha dalam kegiatan beriklan. Namun, diberlakukannya UUPK tidak menutup kemungkinan bahwa kasus mengenai iklan menyesatkan semakin marak terjadi ini dikarenakan UUPK belum mampu untuk menutupi pluralisme ketentuan periklanan.<sup>45</sup>

##### 2. Budaya Hukum Konsumen Periklanan yang Tidak Mendukung.

---

<sup>43</sup>*Ibid.*, halaman 129

<sup>44</sup> *Ibid.*, halaman 133

<sup>45</sup> *Ibid.*, halaman 73



Minimnya pengaduan konsumen mengenai iklan yang menyesatkan ini didasari kurangnya sikap kritis konsumen dalam berbagai bentuk pelanggaran iklan. Bagi masyarakat Indonesia budaya kritis masih sangat asing dikarenakan budaya Indonesia merupakan warisan dari zaman kerajaan, sehingga masih sangat kental dengan prinsip-prinsip feodalisme.

3. Persaingan yang Tidak Sehat (*Unfair Competition*) dalam Beriklan.

Dalam konteks persaingan tidak sehat melalui iklan pelaku usaha berpeluang untuk memohongi dan menyesatkan konsumen dengan menarik perhatian konsumen mengenai informasi barang atau jasa, mengenai kelebihan produk atau jasa yang diperdagangkan, kelebihan produk atau jasa, serta harga yang lebih kompetitif hal ini akan menyebabkan kerugian kepada konsumen saat membeli barang atau jasa yang diiklankan.<sup>46</sup>

4. Tidak Adanya Sanksi yang Tegas Terhadap Pelanggar.

Dalam Pasal 62 Ayat (20) UUPK, pelaku usaha yang melanggar ketentuan UUPK berkaitan dengan kegiatan periklanan yaitu Pasal 12, Pasal 13 Ayat (1), Pasal 17 Ayat (1) huruf d dan huruf f, dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 500.000.000,- (Lima Ratus Juta Rupiah). Disamping itu, dibentuknya Badan Pengawas Periklanan tidak dapat memberikan sanksi yang maksimal kepada anggota asosiasi yang melakukan pelanggaran dikarenakan anggota nya sendiri terdiri dari pelaku usaha periklanan.

---

<sup>46</sup> Ibid., halaman 77

5. Kurangnya Koordinasi Administrasi yang Terkait serta Tidak Berjalannya Fungsi Pengawasan.

Berkaitan tugas dan kewenangan badan pemerintah dalam hal pengawasan iklan tampaknya belum berjalan secara maksimal, hal ini ditandai dengan banyaknya pelanggaran-pelanggaran iklan dan bentuk pelanggaran iklan yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Selanjutnya permasalahan yang muncul akibat kerugian dari iklan yang menyesatkan dapat dikelompokkan menjadi beberapa faktor yaitu :<sup>47</sup>

1. Faktor Konsumen

Rendahnya tingkat kesadaran konsumen seperti hak-hak yang harus didapatkan konsumen dan perbuatan-perbuatan yang tidak boleh dilakukan oleh pelaku terhadap konsumen.

Di Indonesia sendiri regulasi mengenai iklan yang menyesatkan sudah tertetera di beberapa Peraturan Undang- Undang antara lain yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) Pasal 8 (f), Pasal 9, Pasal 10, Pasal 12, Pasal 13, Pasal 17 dan Pasal 20. Selain itu, ketentuan mengenai periklanan termuat dalam beberapa peraturan yang bersifat fragmentaris, yaitu dalam Undang- Undang Undang- Undang No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran, Peraturan Pemerintah nomor 69 Tahun 1999 tentang label iklan dan pangan.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> Anthon Fathanudien, "Pertanggungjawaban Terhadap Konsumen Atas Iklan-Iklan Yang Menyesatkan Di Era Globalisasi", Vol 2 No.2-Juli 2015, halaman 11.

<sup>48</sup> Dedi Harianto, *Op.Cit.*, halaman 13.

Dalam peredaran iklan yang menyesatkan sebenarnya telah diatur dalam pasal 8 ayat (1) huruf f Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 yaitu *“Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji dinyatakan dalam label, etiket keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut”*.

Berdasarkan pasal 9 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yaitu *“(1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah”*:

- a. barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
- b. barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
- c. Barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesoris tertentu;
- d. barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
- e. barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
- f. barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
- g. barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
- h. barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
- i. secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;

- j. menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
- k. menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

Berdasarkan pasal 10 Undnag-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yaitu *“Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai :*

- a. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b. kegunaan suatu barang dan/atau jasa
- c. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- d. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- e. bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Ketentuan dari pasal 10 UUPK, membahas mengenai larang kepada pelaku usaha dengan tujuan menegakan tertib nya kegiatan jual beli dan memastikan produk yang di dagangkan tidak dilakukan dengan cara yang tidak sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.<sup>49</sup>

Berdasarkan Pasal 12 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yaitu *“Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus*

---

<sup>49</sup>*Ibid.*, Halaman 59

*dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakan sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan”.*

Berdasarkan Pasal 12 UUPK, pelaku usaha dilarang mempromosikan barang atau jasa dengan harga dan tarif dalam waktu tertentu. Dalam pasal ini berkaitan dengan iklan-iklan mengenai potongan harga untuk menarik perhatian konsumen untuk membeli barang atau jasa yang diproduksi.<sup>50</sup>

Berdasarkan pasal 17 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yaitu *Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang :*

- a. mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
- b. mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
- c. memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;

Salah satu bentuk iklan yang menyesatkan yang kerap dilakukan oleh pelaku usaha yaitu tidak memberikan informasi mengenai dampak dari pemakaian barang atau jasa.<sup>51</sup>

Regulasi mengenai periklanan erat kaitannya dengan Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran. Dalam terbentuknya suatu iklan tentu banyak pihak yang terlibat antara lain yaitu pengusaha pengiklanan, pengusaha periklanan, dan juga media iklan baik media social maupun media

---

<sup>50</sup>*Ibid.*, Halaman 59

<sup>51</sup>*Ibid.*, Halaman 61

cetak sebagai penyebaran informasi, dan konsumen sebagai penyaji informasi dari iklan<sup>52</sup>.

Undang-undang Penyiaran pada Pasal 46 ayat (3) memberikan batasan-batasan yang cukup tegas kepada penyelenggara kegiatan penyiaran yaitu :

- a. promosi yang dihubungkan dengan ajaran suatu agama, ideologi, pribadi dan/atau kelompok, yang menyinggung perasaan dan/atau merendahkan martabat agama lain, ideologi lain, pribadi lain, atau kelompok lain;
- b. promosi minuman keras atau sejenisnya dan bahan atau zat adiktif;
- c. promosi rokok yang memperagakan wujud rokok;
- d. hal-hal yang bertentangan dengan kesusilaan masyarakat dan nilai-nilai agama; dan/atau ;
- e. eksploitasi anak di bawah umur 18 (delapan belas) tahun.

Mengenai isi dari Undang-Undang memang tidak secara langsung menyebutkan bahwa penyampaian mengenai iklan yang menyesatkan sebagai ketentuan. Tetapi, dampak dari hal tersebut akan menimbulkan kerugian terhadap konsumen dan hal ini bertentangan dengan norma kesusilaan dalam kehidupan bermasyarakat.

Kaitan pengaturan Bab IV Pasal 33 Undang-undangan Nomor 7 Tahun 1996 tentang label dan iklan yang menegaskan bahwa :

---

<sup>52</sup> *Ibid.*, halaman 42

- a. Setiap label dan iklan tentang pangan yang diperdagangkan harus memuat keterangan mengenai pangan dengan benar dan tidak menyesatkan;
- b. Setiap orang dilarang memberikan keterangan atau pernyataan tentang pangan yang diperdagangkan melalui dalam dan/ atau dengan label atau iklan apabila keterangan atau pernyataan tersebut tidak benar dan/atau menyesatkan;
- c. Pemerintah mengatur, mengawasi, dan melakukan tindakan yang diperlukan agar iklan tentang pangan yang diperdagangkan tidak memuat keterangan yang dapat menyesatkan.

Berdasarkan isi pasal diatas, terdapat suatu kewajiban untuk memuat informasi yang benar dan jujur dan melarang para pihak untuk memberikan pernyataan yang menyesatkan masyarakat, selain itu pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan informasi melalui iklan sebagaimana tertera dalam Pasal 34 ayat (1) Undang-undang Nomor 7 Tahun 1996 harus sesuai dengan kepercayaan tertentu dan bertanggung jawab atas kebenaran informasi yang dinyatakan.<sup>53</sup>

Pasal 44 ayat (1) PP Nomor 69 Tahun 1999 tentang label dan iklan pangan mengatur secara khusus mengenai permasalahan label dan iklan pangan menyatakan “ *Setiap iklan tentang pangan yang diperdagangkan wajib memuat keterangan mengenai pangan secara benar dan tidak*

---

<sup>53</sup>*Ibid.*, halaman 45

*menyesatkan, baik dalam bentuk gambar dan atau suara, pernyataan, dan atau bentuk apapun lainnya”.*

Berdasarkan uraian dari beberapa pasal diatas, jika masyarakat kritis terhadap peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah mengenai perbuatan pelaku usaha yang dilarang maka hal tersebut akan meminimalisir kerugian konsumen. Kerugian yang dialami konsumen diklasifikan menjadi 2 yaitu akibat adanya hubungan hukum, serta adanya perbuatan melanggar hukum yang dilakukan pelaku usaha terhadap konsumen.

## 2. FaktorPelaku Usaha Periklanan

Permasalahan yang muncul dari pihak pelaku usaha periklanan adalah rendahnya pemahaman pelaku usaha periklanan terhadap dampak akibat iklan yang menyesatkan. Pelaku usaha hanya mengutamakan produksi seluas-luasnya kepada masyarakat melalui iklan di media massa, disamping itu hak-hak konsumen sering diabaikan oleh pelaku usaha. Pasal 20 UUPK menyatakan bahwa : *“Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut”*

Pasal ini menitikberatkan tanggung jawab atas iklan dan segala dampaknya berada ditangan pelaku usaha periklanan.

Pasal 17 UUPK, memuat mengenai larangan pembuatan iklan yang ditujukan kepada pelaku usaha periklanan yaitu *Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang :*



- a) Mengelabui konsumen mengenai fasilitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa.
- b) Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa
- c) Memuat informasi yang keliru, salah atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;
- d) Tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa;
- e) Mengeksploitasi kejadian dan/atau seorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
- f) Melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.

Menurut Ari Purwadi dalam Buku Aulia Muthia, mengelabui konsumen melalui iklan menyesatkan dapat berbentuk pernyataan yang salah, menyesatkan dan berlebihan. Pernyataan yang salah dalam iklan dapat diimplementasikan pada Pasal 17 huruf c, sedangkan pernyataan yang menyesatkan dalam diimplementasikan pada Pasal 17 huruf a dan b, dan pernyataan iklan yang berlebihan dalam diimplementasikan pada Pasal 17 huruf e.<sup>54</sup>

### 3. Faktor Lembaga Konsumen

Lembaga konsumen bertujuan memberikan perlindungan bagi

---

<sup>54</sup>Aulia Muthiah, *Op.Cit.*, halaman 161.

konsumen yang merasakan dirugikan akibat penggunaan, pemanfaatan, serta pemakaian dari barang atau jasa yang didagangkan oleh pelaku usaha.

Lembaga-lembaga yang memiliki peran penting dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen meliputi Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), serta Balai Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).<sup>55</sup>

Menurut Pasal 10 PP Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen sebagai berikut :

(1) Pengawasan oleh LPKSM dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar

(2) Pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dengan cara penelitian, pengujian dan atau survei.

(3) Aspek pengawasan meliputi pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang disyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha.

(4) Penelitian, pengujian dan/atau survei sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang diduga tidak memenuhi unsur keamanan, kesehatan, kenyamanan dan keselamatan konsumen.

---

<sup>55</sup>Eli Wuria Dewi. 2015. Hukum Perlindungan Konsumen. Yogyakarta: Ruko Jambyusari, halaman 106.

(5) Penelitian, pengujian dan/atau survei sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang diduga tidak memenuhi unsur keamanan, kesehatan, kenyamanan dan keselamatan konsumen.

Dalam Pasal 43 UUPK, BPKN mempunyai tugas 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 perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap berperihakan 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.

Mengenai tugas dan wewenang BPSK, hal tersebut telah diatur dalam Pasal 52 UUPK yaitu :

a. melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi;

b. memberikan konsultasi perlindungan konsumen;

- c. melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
- d. melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam Undang-undang ini;
- e. menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- f. melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
- g. memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- h. memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap Undang-undang ini;
- i. meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen;
- j. mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;
- k. memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;
- l. memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen
- m. menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini.

Badan BPOM memiliki fungsi dan tugas sebagai berikut dalam pelayanan pengaduan konsumen :

1. Memberikan pelayanan informasi kepada konsumen
2. Menerima pengaduan dari konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha
3. Mengolah dan melanjutkan informasi yang telah diperoleh dari konsumen
4. Memantau proses pemecahan masalah antara konsumen dengan pelaku usaha dan menyampaikan hasilnya kepada kedua belah pihak.

Tetapi faktanya, lembaga konsumen tidak dapat berkerja secara maksimal dikarenakan kurangnya sarana dan dana yang menunjang operasional lembaga tersebut. Serta, kurangnya tenaga sukarelawan pada lembaga konsumen juga mempengaruhi kurang optimalnya pengoperasionalan lembaga tersebut.

#### 4. Faktor Pemerintah

Pemerintah sebagai instansi yang berwenang dalam melindungi konsumen akibat dari iklan menyesatkan. Dengan lahirnya Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang bertujuan untuk melindungi konsumen dari perilaku jahat pelaku usaha tidak bekerja secara maksimal, hal ini dibuktikan dengan masih banyak pelaku usaha yang tidak menjalankan kewajibannya kepada konsumen sesuai dengan hukum yang

berlaku. Hal ini dikarenakan kurangnya penerapan sanksi terhadap pelaku usaha yang nakal.

### **B. Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Kerugian Terhadap Iklan yang Menyesatkan.**

Hukum perlindungan konsumen adalah salah satu bagian dari hukum konsumen yang terdiri dari berbagai asas-asas dan kaidah-kaidah yang bersifat mengatur serta melindungi kepentingan atau hak konsumen dari kerugian akibat ulah pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab atas barang atau jasa yang diproduksi.<sup>56</sup>Tujuan dari hukum itu sendiri adalah untuk menjamin kepastian hukum dan melindungi konsumen dari pelaku usaha.

Tujuan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan konsumen adalah untuk meningkatkan martabat dan member kesadaran kepada konsumen mengenai hak-hak yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha serta secara tidak langsung mewajibkan pelaku usaha untuk melaksanakan kegiatannya dengan rasa tanggung jawab penuh.<sup>57</sup>

Secara filosofis, perlindungan konsumen bertujuan untuk mewujudkan keseimbangan hak antara pelaku usaha dan konsumen. Sehingga, perspektif *uzur let be consumer beware* (konsumen wajib bersikap hati-hati dalam menggunakan barang dan jasa) menjadi perspektif *let producer beware*

---

<sup>56</sup>*Ibid.*, halaman 4.

<sup>57</sup> Aulia Muthiah, *Op.Cit.*, halaman 39.

(pelaku usaha harus bersikap hati-hati dalam memproduksi dan mendistribusikan dagangannya baik berupa barang atau jasa)<sup>58</sup>.

Secara sosiologis, perlindungan konsumen dimaksudkan untuk masyarakat, yaitu pelaku usaha dan konsumen. Konsumen harus cerdas dalam memilih barang yang sesuai dengan kebutuhannya agar terhindar dari dampak kerugian konsumen.<sup>59</sup>.

Dalam hukum perlindungan konsumen, hubungan antara pelaku usaha dan konsumen melalui jalur pemasaran terbagi dua :<sup>60</sup>

1. Konsumen memperoleh suatu produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha tanpa perantara pihak ketiga, hubungan ini disebut sebagai hubungan kontraktual dikarenakan adanya kontral jual beli. Jika pelaku usaha melanggar hak-hak konsumen maka pelaku usaha dapat dikatakan pihak wanprestasi, begitu juga sebaliknya. Menurut Pasal 1457 KUHPdata menyatakan “ Jual beli adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang telah mengakibatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak lain membayar dengan harga yang telah dijanjikan.”
2. Produk yang sampai ke tangan konsumen tanpa berhubungan langsung dengan pelaku usaha, emlainkan mellau perantara. Akan tetapi, jika konsumen merasa dirugikan akibat dampak dari pemakaian dari produk tersebut, maka yang wajib bertanggung jawab adalah

---

<sup>58</sup> Rizki Tri Anugrah Bhakti, Padrisan Jamba, “Analisis Yuridis Perlindungan Konsumen Terhadap Informasi Iklan Yang Menyesatkan”, Vol.5 No.1, halaman 3.

<sup>59</sup>*Ibid.*, halaman 4.

<sup>60</sup> Aulia muthia *Op.Cit.*, halaman 76.

pelaku usaha. Hal ini berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdata tentang Perbuatan Melawan Hukum.

Kaitan antara perlindungan konsumen dan perbuatan melawan hukum yaitu penentuan tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian yang dialami oleh konsumen dikarenakan suatu cacat produk. Perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat berupa pelanggaran hak konsumen atau pelaku usaha yang melanggar kewajiban hukum, melanggar kesusilaan, ataupun sesuatu perbuatan yang tidak pantas dalam memproduksi barang.<sup>61</sup>

Bentuk pertanggung jawaban pelaku usaha terhadap konsumen tergantung hubungan hukum yang telah dijelaskan sebelumnya. Jika terjadi pelanggaran antara pelaku usaha dan konsumen melakukan hubungan secara langsung maka konsumen dapat meminta pertanggung jawaban dalam bentuk wanprestasi, namun jika pelaku usaha dan konsumen tidak ada hubungan secara langsung atau melalui perantara, dan terjadi perbuatan yang melanggar hak konsumen, konsumen dapat meminta pertanggung jawaban berdasarkan perbuatan melawan hukum.<sup>62</sup>

Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk berperilaku baik dalam melakukan kegiatan usaha, sedangkan konsumen berkewajiban dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa secara baik. Pelaku usaha wajib memberikan informasi yang jujur, benar, dan jelas. Jika pelaku usaha tidak melakukan hal tersebut dampak yang didapatkan oleh konsumen berupa

---

<sup>61</sup>*Ibid*, Halaman 78.

<sup>62</sup> *Ibid*, Halaman 79.



cacat informasi yang merugikan konsumen.<sup>63</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diharapkan dapat menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dalam rangka pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

Pelaku usaha sudah seharusnya memahami apa saja yang menjadi hak dan kewajiban dalam melaksanakan kegiatan usahanya, sehingga tidak ada pihak yang mengalami kerugian. Selain memiliki hak, pelaku usaha juga memiliki kewajiban yang merupakan bentuk tanggung jawab terhadap konsumen saat merasa dirugikan akibat pemakaian barang atau jasa yang didagangkan hal ini bertujuan untuk menciptakan antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam hal ini konsumen juga harus bisa melindungi dirinya dengan cara bersikap hati-hati dan kritis dalam memilih atau membeli suatu produk.

Pemerintah memegang peran terpenting dalam mengupayakan kepentingan konsumen dengan membuat iklim usaha yang kondusif. Oleh karena itu, pemerintah menciptakan peraturan-peraturan yang berfungsi untuk melaksanakan dan mengawasi setiap tingkah laku pelaku usaha.<sup>64</sup> Perlindungan konsumen dalam aspek tata hukum di Indonesia dibagi menjadi empat bagian yaitu hukum ekonomi syariah, hukum perdata, hukum pidana, dan hukum administrasi.

#### 1. Hukum Ekonomi Syariah

---

<sup>63</sup> Eli Wuria Dewi, *Op.Cit.*, halaman 58.

<sup>64</sup> Aulia Muthiah, *Op.Cit.*, halaman 81.

Di dalam Al-Qur'an terdapat suatu ayat yang berkaitan mengenai perdangan antara konsumen dan pelaku usaha yaitu surah An-Nisa : 29 .

*“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”*

Tafsiran dari sepenggalan ayat tersebut ”*Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar)*” bermakna kerjasama yang tidak merugikan salah satu pihak. Sedangkan makna *Bathil* pada ayat tersebut yaitu perbuatan yang tidak sesuai dengan syariat Islam. Hubungan timbal balik yang harmonis antara pelaku usaha dan konsumen berupa peraturan, syariat yang mengikat serta sanksi merupakan hal yang saling berkaitan, hal tersebut merupakan etika yang harus dijanlankan pelaku usaha.<sup>65</sup>

## 2. Hukum Perdata

Hukum perlindungan konsumen mengatur hak-hak konsumen sebagai hak yang bersifat privat. Hak yang bersifat privat merupakan hak keperdataan yang dilindungi oleh undang-undang. <sup>66</sup> Menurut Prof. R Subekti “ Hukum Perdata dalam arti yang luas meliputi semua hukum privat yang bersifat materiil yaitu segala hukum mengatur mengenai kepentingan pribadi atau perseorangan”. Oleh karena itu, hukum perdata yang mengatur agar

---

<sup>65</sup>*Ibid.*,halaman 83.

<sup>66</sup>*Ibid.*,halaman 85.

masyarakat saling mengetahui hak dan kewajiban sesama, agar masing-masing orang dapat terjamin dan terpelihara sesuai dengan ketentuan peraturan yang berlaku.<sup>67</sup>

Jika, konsumen mengalami kerugian akibat dilanggar haknya, konsumen dapat mengajukan tuntutan (gugatan). Menurut hukum perdata, setiap tuntutan harus mempunyai dasar pertanggung jawaban yaitu, timbulnya hak hukum seseorang untuk menuntut pihak lainnya serta menimbulkan kewajiban hukum untuk member pertanggung jawaban.<sup>68</sup>

Dalam perspektif hukum perlindungan konsumen kata tanggung jawab adalah pertanggung jawaban yang dihasilkan atas hasil produksi barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen dan bila menimbulkan gugatan disebut sebagai tanggung gugat yang berarti gugatan ganti rugi dalam ruang lingkup hukum perdata.<sup>69</sup>

Kaitan perlindungan konsumen dalam menentukan tanggung jawab terhadap pelaku usaha atas kerugian yang diderita konsumen karena cacat produk. Hal ini merupakan suatu perbuatan melawan hukum dikarenakan pelaku usaha melanggar hak-hak konsumen dan perbuatannya bertentangan dengan kewajibannya.<sup>70</sup>

Perbuatan melawan hukum merupakan perbuatan yang merugikan seseorang tanpa didasari perjanjian. Pengaturan perbuatan melawan hukum di Indonesia telah diatur pada Pasal 1365 KUHPerdata yaitu “*setiap orang yang*

---

<sup>67</sup> Elia Wuria Dewi, *Op.Cit.*, halaman 40.

<sup>68</sup> Aulia muthiah, *Op.Cit.*, halaman 86.

<sup>69</sup> M. Khoidin, *Op.Cit.*, halaman 17.

<sup>70</sup> Aulia muthiah, *Loc.Cit.*, halaman 87.

*melakukan perbuatan melanggar hukum diwajibkan untuk mengganti kerugian yang timbul dari kesalahannya tersebut”.*

Bentuk tanggung jawab perbuatan melawan hukum diatur dalam Pasal 1365 KUHPerdara sampai dengan Pasal 1380 KUHPerdara. Pertama, tanggung jawab perbuatan melawan hukum tidak hanya yang dilakukan oleh pribadinya, melainkan orang lain dan barang-barang dibawah pengawasannya.<sup>71</sup> Ini telah diatur pada Pasal 1367 Ayat (1) KUHPerdara yaitu “*Seseorang tidak saja bertanggung jawab untuk **kerugian** yang disebabkan perbuatannya sendiri, tetapi juga untuk **kerugian** yang disebabkan perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungjawabnya atau disebabkan oleh barang-barang yang berada dibawah pengawasannya*”

Kedua, menurut Pasal 1370 KUHPerdara “*Dalam hal suatu pembunuhan dengan sengaja atau karena kurang hati-hatinya seseorang, maka suami atau isteri yang ditinggalkan, anak atau orang tua si korban, yang lazimnya mendapat nafkah dari pekerjaan si korban, mempunyai hak menuntut suatu ganti rugi, yang harus dinilai menurut kedudukan dan kekayaan kedua belah pihak, serta menurut keadaan*”. Perbuatan melawan hukum terhadap jiwa dan tubuh manusia, jika terjadi pembunuhan dengan secara atau disebabkan oleh kelalaiannya maka keluarga korban berhak menuntut ganti rugi sesuai keadaan dan kekayaan kedua belah pihak<sup>72</sup>.

Ketiga, mengenai Pasal 1372 sampai 1380 membahas mengenai tuntutan penghinaan yang bertujuan untuk mendapat ganti rugi dan pemulihan

---

<sup>71</sup> Celine Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit.*, halaman 55.

<sup>72</sup> *Ibid.*, halaman 56.

nama baik. Beberapa tuntutan ganti kerugian akibat perbuatan melawan hukum ialah :

1. Ganti rugi berbentuk uang ;
2. Ganti rugi dalam bentuk natura;
3. Pernyataan bahwa perbuatan yang dilakukan merupakan perbuatan melawan hukum ;
4. Dilarangnya melakukan perbuatan tertentu;

Merujuk pada uraian diatas, perbuatan melawan hukum harus memenuhi empat unsure yaitu :

1. Harus ada perbuatan melawan hukum

Perbuatan melanggar hukum dapat berupa melanggar hak orang lain, bertentangan dengan kewajiban hukum si pembuat, tidak sesuai dengan norma kesusilaan, serta berlawanan dengan sikap kehati-hatian.

2. Kesalahan

Secara teoritis, kesalahan dalam perbuatan melanggar hukum bersifat sempit yaitu hanya meliputi perbuatan yang dilakukan secara sengaja, sedangkan dalam arti luas meliputi perbuatan yang disengaja yang mencakup perbuatan akibat kealpaan atau ketidak hati-hatian.<sup>73</sup> Kesalahan memiliki 3 unsur yaitu :<sup>74</sup>

- a. Perbuatan yang dilakukan dapat disesalkan ;
- b. Perbuatan yang dapat diduga akibatnya ;

---

<sup>73</sup>M. Khoidin , *Op.Cit.*, halaman 80.

<sup>74</sup> Ahmadi Miru, dkk.*Op. Cit.*, halaman 144.

1. Dalam arti objektif : sebagai manusia biasa dapat menduga akibatnya
2. Dalam arti subjektif : seorang ahli yang dapat menduga akibatnya.

c. Debitur dalam keadaan cakap secara hukum.

Seseorang tidak dapat dituntut melakukan perbuatan melawan hukum apabila dalam keadaan darurat (*overmacht*) perbuatan yang merupakan realisasi hak pribadi serta perintah kepegawaian atau salah sangka yang dapat dimaafkan. Seorang hakim harus dapat meninjau berat ringannya kesalahan yang dilakukan seseorang hal ini bertujuan untuk menentukan ganti rugi yang seadil-adilnya.<sup>75</sup>

### 3. Kerugian

Menurut Nieuwenhuis dalam Buku Prof. Dr. Ahmadi Miru, S.H., M.H. kerugian adalah berkurangnya harta kekayaan salah satu pihak akibat perbuatan pihak lain yang melanggar norma.<sup>76</sup> Kerugian yang diderita dapat dibagi menjadi dua yaitu kerugian yang menimpa diri dan kerugian yang menimpa harta, sedangkan kerugian yang menimpa harta dapat berupa kerugian nyata serta keuntungan yang tidak sesuai.

Adapun unsur kerugian terbagi atas kerugian immaterial dan material. Menurut Moegni dalam buku Aulia Muthiah, S.H., M.H. kerugian immaterial disebut kerugian idiil meliputi ketakutan, terkejut, sakit, dan kehilangan

---

<sup>75</sup> M. Khoidin, *Op.Cit.*, halaman 81.

<sup>76</sup> Ahmadi Miru, *Loc.Cit*, halaman 78.

kesenangan hidup. Sedangkan kerugian material disebut juga kerugian kekayaan.<sup>77</sup>

Dalam menetapkan besar atau kecilnya ganti rugi yang harus dibayar oleh konsumen, pada dasarnya harus berdasarkan pada asas bahwa ganti rugi yang dibayar harus dapat membuat pihak yang dirugikan mendapatkan kedudukan semula sebelum terjadi kerugian. Dengan demikian, ganti kerugian harus diganti sesuai dengan kerugian yang dialami tanpa melihat kemampuan atau kekayaan-kekayaan pihak yang bersangkutan.<sup>78</sup>

Menurut Bloembergen dalam Buku Prof. Dr. Ahmadi Miru, S.H., M.H. cara penghitungan besar kerugian yaitu “ Bilamana kita bicara tentang kerugian secara konkret dalam keadaan subjektif adalah kerugian yang nyata diderita oleh seseorang”.<sup>79</sup> Menurut Hoge dalam Buku Prof. Dr. Ahmadi Miru, S.H., M.H kerugian bukan hanya kehilangan atau kerusakan barang atau jasa yang digunakan, melainkan juga menyangkut harga dari barang dan biaya-biaya perbaikan.<sup>80</sup>

Hoge menyatakan penetapan kerugian harus berdasarkan ukuran objektif. Dalam hal ini, hakim bukan hanya mempertimbangkan peristiwa dalam keadaan subjektif saja, melainkan hakim juga akan meneliti kerugian yang dialami dalam posisi yang menuntut ganti kerugian.<sup>81</sup>

Ganti kerugian dalam undang-undang perlindungan konsumen hanya

---

<sup>77</sup> Aulia muthiah, *Op. Cit*halaman 91.

<sup>78</sup> Ahmadi Miru, *Op.Cit* halaman 79.

<sup>79</sup>Ahmadi Miru, *Loc.Cit.*, halaman 79.

<sup>80</sup>Ahmadi Miru, *Loc.Cit.*, halaman 79.

<sup>81</sup> *Ibid.*, halaman 80.

pengembalian uang atau penggantian barang atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/ atau pemberian santunan yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Ganti rugi yang termuat dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen merupakan ganti rugi secara subjektif.<sup>82</sup> Menurut prespektif hukum perdata, kerugian yang alami akibat

perbuatan melawan hukum memang tidak ada pengaturan yang pasti. Merujuk pada Pedoman Pasal 1372 Ayat (2) KUHPperdata yaitu “*tuntutan perdata tentang hal penghinaan adalah bertujuan mendapatkan penggantian kerugian serta pemulihan kehormatan dan nama baik*” inti dari pasal tersebut membahas mengenai perbuatan melawan hukum dan ganti kerugian.<sup>83</sup>

Menurut Rosa Agustina, dalam Jurnal yang berjudul “Studi Komparasi Ganti Rugi Menurut Hukum Perdata Dengan Hukum Islam” seseorang dapat meminta kepada pelaku untuk mengganti kerugian yang dideritanya akibat perbuatan melawan hukum baik secara materil maupun immaterial. Pada penerapannya, tuntutan kerugian secara immaterial diserahkan kepada hakim dengan prinsip *ex aquo et bono*.<sup>84</sup>

Berlandaskan putusan perkara Peninjauan Kembali yang dikeluarkan Mahkamah Agung No.650/PK/Pdt/1994 menerbitkan pedoman yang isinya “Berdasarkan Pasal 1370, 1371, 1372 KUH Perdataganti kerugian immateril

---

<sup>82</sup>*Ibid.*, halaman 81.

<sup>83</sup> Marwan Lubis, “Studi Komparasi Ganti Rugi Menurut Hukum Perdata Dengan Hukum Islam”, Vol. 14 No 1 – April 2019, halaman 6.

<sup>84</sup>*Ibid.*, halaman 7.



hanya dapat diberikan dalam hal-hal tertentu saja seperti perkara kematian, luka berat dan penghinaan".<sup>85</sup>

#### 4. Adanya Hubungan Kausal Antara Perbuatan dengan Kerugian

Ajaran kausalitas yang terdapat pada Pasal 1365 KUHPerdata diimplementasikan untuk mengetahui hubungan timbal balik kesalahan perbuatan melawan hukum dan kerugian yang ditimbulkan, sehingga tanggung jawab tersebut dapat dibebankan kepada pelaku untuk menuntut ganti rugi.

Seseorang bukan hanya bertanggung jawab terhadap kerugian yang disebabkan oleh kesalahannya sendiri. Berdasarkan Pasal 1366-1369 KUHPerdata perbuatan yang mengandung kesalahan yang dilakukan oleh orang-orang yang menjadi tanggungannya barang-barang dibawah pengawasannya serta binatang-binatang peliharannya<sup>86</sup>

#### 3. Hukum Pidana

Hukum pidana adalah hukum yang mengatur hubungan antara Negara dengan perorangan. Agar hukum dapat bekerja secara efektif, Negara harus ambil peranan yaitu dengan cara membentuk lembaga-lembaga penegak hukum sebagai sarana bagi pihak yang dirugikan. Bekerjanya hukum dapat dikatakan efektif jika menyertakan tiga komponen dasar yaitu pembuat hukum, birokrat pelaksana, dan pemegang peran.<sup>87</sup>

---

<sup>85</sup>*Ibid*, halaman 7.

<sup>86</sup>M. Khoidin, *Op.Cit.*, halaman 84.

<sup>87</sup> Aulia Muthiah, *Op.Cit.*, halaman 100.

Dalam hukum pidana, masalah perlindungan konsumen termuat dalam Pasal 204 dan 205 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana. Ketentuan ini berkaitan dengan hak konsumen untuk memperoleh informasi secara benar.<sup>88</sup>

Pasal 204 KUHP : *“Barangsiapa menjual, menawarkan, menerima atau membagi-bagikan barang, sedang diketahuinya bahwa barang itu berbahaya bagi jiwa atau kesehatan orang dan sifat yang berbahaya itu didiamkannya dihukum penjara selama-lamanya lima belas tahun.”*

Pasal 205 KUHP : *“Barangsiapa karena salahnya menyebabkann barang yang berbahaya bagi jiwa atau kesehatan orang, terjual, diterimakan atau dibagi-bagikan, sedang sipembeli atau yang memperoleh tidak mengetahui akan sifatnya yang berbahaya itu, dihukum penjara selama-lamanya Sembilan bulan atau kurngan selama-lamanya enam bulan atau denda sebanyak-banyaknya Rp. 4.500,-“*

Mengenai sanksi yang diterapkan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen terdapat dalam Pasal 61 dan Pasal 62 yaitu :

Pasal 61 UUPK : *“Penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya”.*

Pasal 62 UUPK : (1) *“Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).*

---

<sup>88</sup>*Ibid*, halaman 101.

(2) *Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).*

(3) *Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.*

#### 4. Hukum Administrasi

Hukum administrasi adalah bagian hukum public. Sanksi-sanksi yang diterapkan oleh hukum pidana dan hukum perdata kurang efektif jika tidak disandingi dengan sanksi administratif. Sanksi administrasi erat kaitannya dengan perizinan usaha yang diberikan pemerintah.<sup>89</sup>

Pencabutan izin bertujuan untuk menghentikan pelaku usaha dalam hal produksi barang atau jasa. Namun, untuk pemulihan hak-hak konsumen yang dirugikan bukan tugas instrument hukum administrasi..<sup>90</sup>

Bentuk perwujudan pertanggungjawaban hukum administrative dapat dilihat pada Pasal 60 UUPK : (1) *“Badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25, dan Pasal 26.*

(2) *Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).*

---

<sup>89</sup>*Ibid*, halaman 104.

<sup>90</sup> Aulia Muthiah, *Loc.Cit.*, halaman 104.

*(3) Tata cara penetapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.*

Substansi pelanggaran yang dimaksud pada Pasal 60 adalah perbuatan pelaku usaha yang mencemari lingkungan sekitar, memproduksi barang yang melanggar aturan keamanan pangan, serta pelaku usaha yang tidak memberikan ganti rugi terhadap iklan yang menyesatkan.

### **C. Bentuk tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen atas iklan yang menyesatkan berdasarkan Analisa Putusan Nomor 01 K/Per.Kons/2007**

#### **1. Pengantar Kasus Posisi**

Salah satu strategi pelaku usaha dalam mengenalkan produk barang atau jasa yang diproduksi yaitu melalui pemasangan iklan. Iklan dapat disebarkan melalui media massa, baik secara elektronik maupun media cetak. Dalam praktiknya, banyak pelaku usaha yang tidak memberikan informasi tidak sesuai dengan barang yang dipromosikan dan didagangkan, hal ini dapat menyebabkan kerugian terhadap konsumen.

Kasus mengenai iklan yang menyesatkan, pernah dialami oleh konsumen yang bernama Jhon Parlyn H.Sinaga (Penggugat) terhadap pelaku usaha PT. Excelcomindo Pratama (Tergugat). Hal ini bermula saat PT. Excelcomindo menyebarkan brosur mengenai program program Tarif Ngirit Malam (Program Tarif Ngirit XL Bebas) yang berlaku mulai selama satu

bulan, dihitung dari tanggal 1 April 2006 sampai dengan tanggal 30 Juni 2006.

Bahwa tanggal 31 Maret 2006, tergugat menyadari telah terjadi kesalahan cetak, dimana program tersebut mulai berlaku pada tanggal 06 April 2006, bukan pada tanggal 01 April 2006. Mengetahui hal tersebut, pelaku usaha berupaya dengan cepat menarik semua brosur, akan tetapi penarikan tersebut tidak dapat dilakukan secara maksimal dikarenakan tanggal 01 dan 02 April adalah hari libur.

Penggugat dan tergugat telah melakukan musyawarah untuk menyelesaikan keluhan atas kerugian yang dialami, serta menyampaikan permohonan maaf atas kesalahan pencetakan tanggal program Tarif Ngirit Malam (Program Tarif Ngirit XL Bebas), serta tergugat juga menawarkan untuk membayar tagihan Xplor penggugat mulai dari bulan Januari, Februari, dan Maret 2006, tetapi penggugat tidak menerima tawaran tersebut.

Pada tanggal 16 April 2006, penggugat membuat pengaduan konsumen kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Medan, dengan nomor perkara No.7PEN/BPSK/2006/Mdn dengan isi pengaduan sebagai berikut :

1. Mengabulkan seluruh permohonan pengaduan konsumen ;
2. Menyatakan perbuatan PT. EXCELCOMINDO PRATAMA adalah perbuatan melawan hukum ;
3. Agar pelaku usaha member ganti rugi materiil dan imateriil sebesar Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) ;

4. Menghukum PT. EXCELCOMINDO PRATAMA untuk memohon maaf atas kesalahannya ..... Dst ;
5. Melakukan pencabutan izin usaha pelaku usaha ..... Dst.

Pada tanggal 01 Juni 2006, majelis BPSK Medan membacakan amar nya sebagai berikut :

1. Menerima pengaduan/gugatan konsumen sebagian;
2. Menyatakan bahwa pelaku usaha bersalah karena mengedarkan brosur dan iklannya yaitu program Tarif Ngirit Malam (Program Tarif Ngirit XL Bebas) yang tidak sesuai dengan yang diperjanjkannya, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat 1 butir f, Pasal 9 ayat 1 butir k dan Pasal 10 butir a dari Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999.
3. Menghukum pelaku usaha untuk tidak memberlakukannya lagi kepada konsumen tersebut;
4. Menyatakan adanya kerugian yang diderita oleh konsumen akibat perbuatan pelaku usaha yang menurut keyakinan majelis dan rasa keadilan adalah sebesar Rp. 4.000.000,- (empat juta rupiah);
5. Menghukum pelaku usaha untuk membayar ganti rugi tersebut kepada konsumen;
6. Menghukum pelaku usaha untuk membayar denda sebesar Rp. 1.000.000,- (satu juta rupiah) setiap harinya apabila lalai/tidak mau melaksanakan keputusan pada poin 4 dan 5 tersebut. Sejak keputusan ini berkekuatan

hukum tetap;

7. Menolak, gugatan lain dan selebihnya.

Pelaku usaha selaku tergugat merasa keberatan dengan penetapan BPSK mengajukan gugatan ke Pengadilan Negeri Medan dengan nomor perkara No.206/pdt.G/2006/PN Mdn dengan isi gugatan sebagai berikut :

1. Menerima dan mengabulkan gugatan keberatan pemohon untuk seluruhnya ;
2. Menyatakan putusan arbitrase BPSK Nomor : 7/Pen/BPSK/2006/Mdn tanggal 1 Juni 2006 batal dan tidak berkekuatan hukum ;
3. Menolak permohonan eksekusi (fiat eksekusi) termohon terhadap pelaksanaan putusan arbitrase BPSK Medan Nomor : 7/Pen/BPSK/2006/Mdn tanggal 1 Juni 2006.

Pengadilan Negeri Medan telah mengambil putusan No.206/Pdt.G/2006/PN Mdn pada tanggal 02 Agustus 2006 dengan amar sebagai berikut :

1. Mengabulkan keberatan Penggugat (PelakuUsaha) untuk sebahagian;
2. Menyatakan Penggugat (PelakuUsaha) bersalah karena mengedarkan brosur dan iklannya yaitu Tarif Ngirit Malam (Program Tarif Ngirit XL Bebas) yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikannya sebagaimana dalam Pasal 8 ayat 1 butir f, Pasal 9 ayat 1 butir k dan Pasal 10 butir a dari Undang-Undang No.8

Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;

3. Menghukum Penggugat (Pelaku Usaha) untuk tidak memberlakukannya kepada konsumen;
4. Menyatakan adanya kerugian yang diderita oleh Tergugat (Konsumen) akibat perbuatan Penggugat (Pelaku Usaha) sebesar Rp. 9.054,- (Sembilan ribu lima puluh empat rupiah);
5. Menghukum Penggugat (Pelaku Usaha) untuk membayar ganti rugi kepada Tergugat (Konsumen) sebesar Rp. 9.054,- (sembilan ribu lima puluh empat rupiah);
6. Menolak keberatan Penggugat (Pelaku Usaha) selain dan selebihnya.

Berdasarkan surat kuasa khusus tanggal 29 Agustus 2006 Jhon Parlyn H. Sinaga merasa keberatan dengan hasil putusan amar No. 206/Pdt.G/2006/PNMdn selaku penggugat mengajukan permohonan kasasi secara lisan dengan akte permohonan kasasi No. 72/Pdt/Kasasi/2006/PN Mdn

Bahwa berdasarkan pertimbangan alasan pengajuan kasasi, menurut pendapat Mahkamah Agung terdapat cukup alasan untuk membatalkan putusan Pengadilan Negeri Medan No.206/Pdt.G/2006/PN Mdn.

Mengadili untuk mengabulkan permohonan kasasi dari Pemohonan Kasasi : **JHON PARLYN H.SINAGA** tersebut, serta membatalkan putusan Pengadilan Negeri Medan No.206/Pdt.G/2006/PN Mdn, tanggal 02 Agustus 2006.

Merujuk pada hasil putusan diatas, penulis akan melakukan



pembahasan adanya pelanggaran Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan perbuatan melawan hukum.

## **2. Pelanggaran Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen**

Kasus tersebut bermula, ketika pelaku usaha tidak melaksanakan perbuatannya sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 8 ayat 1 butir f, Pasal 9 ayat 1 butir k dan Pasal 10 butir a dari Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999.

Pasal 8 Ayat (1) butir f berbunyi : “Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut”

Pasal 9 Ayat (1) butir k berbunyi : “Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklan-kan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti”

Pasal 10 butir a berbunyi : “Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa”

Keterkaitan antara kasus dengan pasal yang telah diterapkan pelaku usaha secara tidak langsung tidak memenuhi hak-hak konsumen yang telah diatur dalam Pasal 4 Ayat 3 “hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa” Dimana dalam brosur

Program Tarif Ngirit Malam (TNM) menyatakan mulai berlaku tanggal 01 Juni 2006, tetapi nyatanya program tersebut baru dapat digunakan pada tanggal 06 Juni 2006. Hal ini tentu saja membuat konsumen mengalami kerugian.

Untuk menjamin hak-hak konsumen Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah mengatur denda yang termuat dalam Pasal 62 Nomor 8 Tahun 1999 yaitu :

(1) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

(2) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

(3) Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.

### **3. Perbuatan Melawan Hukum PT. Excelcomindo Pratama Terhadap Jhon Parlyn H.Sinaga.**

Memerhatikan susbtansi Pasal 19 Ayat (1), tanggung jawab pelaku usaha dapat dibedakan menjadi tiga yaitu :

1. Tanggung jawab ganti keruian atas kerusakan ;
2. Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran ;
3. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen ;

Bersumber pada pasal diatas, produksi mengenai barang atau jasa yang cacat bukan satu-satunya dasar pertanggungjawaban pelaku usaha, melainkan dampak kerugian dari pemakaian barang atau jasa juga menjadi tanggung jawab pelaku usaha.<sup>91</sup> Tanggung jawab ganti keugian atas kerugian konsumen dapat dibedakan menjadi dua, tuntutan ganti kerugian berdasarkan wanprestasi serta tuntutan ganti kerugian berdasarkan perbuatan melawan hukum.<sup>92</sup> Dalam hal ini, peneliti akan membahas ganti kerugian berdasarkan perbuatan melawan hukum.

Perbuatan melawan hukum merupakan perbuatan yang merugikan seseorang tanpa didasari perjanjian. Pengaturan pebuatan melawan hukum di Indonesia telah diatur pada Pasal 1365 KUHPerduta yaitu *“setiap orang yang melakukan perbuatan melanggar hukum diwajibkan untuk mengganti kerugian yang timbul dari kesalahannya tersebut”*.

Bentuk tanggung jawab perbuatan melawan hukum diatur dalam Pasal 1365 KUHPerduta sampai dengan Pasal 1380 KUHPerduta. Pertama, tanggung jawab perbuatan melawan hukum tidak hanya yang dilakukan oleh pribadinya, melainkan orang lain dan barang-barang dibawah pengawasannya.<sup>93</sup> Ini telah diatur pada Pasal 1367 Ayat (1) KUHPerduta

---

<sup>91</sup> Ahmadi Miru, dkk. *Op. Cit.*, halaman 130.

<sup>92</sup> *Ibid.*, halaman 131.

<sup>93</sup> Celine Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit* halaman 55.

yaitu “Seseorang tidak saja bertanggung jawab untuk **kerugian** yang disebabkan perbuatannya sendiri, tetapi juga untuk **kerugian** yang disebabkan perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungjawabnya atau disebabkan oleh barang-barang yang berada dibawah pengawasannya”

Kedua, menurut Pasal 1370 KUHPerdara “*Dalam hal suatu pembunuhan dengan sengaja atau karena kurang hati-hatinya seseorang, maka suami atau isteri yang ditinggalkan, anak atau orang tua si korban, yang lazimnya mendapat nafkah dari pekerjaan si korban, mempunyai hak menuntut suatu ganti rugi, yang harus dinilai menurut kedudukan dan kekayaan kedua belah pihak, serta menurut keadaan*”. Perbuatan melawan hukum terhadap jiwa dan tubuh manusia, jika terjadi pembunuhan dengan secara atau disebabkan oleh kelalaiannya maka keluarga korban berhak menuntut ganti rugi sesuai keadaan dan kekayaan kedua belah pihak<sup>94</sup>.

Ketiga, mengenai Pasal 1372 sampai 1380 membahas mengenai tuntutan penghinaan yang bertujuan untuk mendapat ganti rugi dan pemulihan nama baik. Beberapa tuntutan ganti kerugian akibat perbuatan melawan hukum ialah :

1. Ganti rugi berbentuk uang ;
  - a. Ganti rugi dalam bentuk natura;
  - b. Pernyataan bahwa perbuatan yang dilakukan merupakan perbuatan melawan hukum ;
  - c. Dilarangnya melakukan perbuatan tertentu;

---

<sup>94</sup>*Ibid.*, Halaman 56

Merujuk pada uraian diatas, perbuatan melawan hukum harus memenuhi empat unsure yaitu :

1. Harus ada perbuatan melawan hukum

Perbuatan melanggar hukum dapat berupa melanggar hak orang lain, bertentangan dengan kewajiban hukum si pembuat, tidak sesuai dengan norma kesusilaan, serta berlawanan dengan sikap kehati-hatian. Menurut Lord Macmillan menyatakan dalam Buku Ahmadi Miru, S.H., M.H.menyatakan bahwa hukum tidak memerhatikan kehati-hatian secara abstrak, melainkan memperhatikan jika ketidakhati-hatian yaitu pelanggaran terhadap kewajiban yang menimbulkan kerugian.

2. Kesalahan

Secara teoritis, kesalahan dalam perbuatan melanggar hukum bersifat sempit yaitu hanya meliputi perbuatan yang dilakukan secara sengaja, sedangkan dalam arti luas meliputi perbuatan yang disengaja yang mencakup perbuatan akibat kealpaan atau ketidak hati-hatian.<sup>95</sup> Kesalahan memiliki 3 unsur yaitu :<sup>96</sup>

a. Perbuatan yang dilakukan dapat disesalkan ;

b. Perbuatan yang dapat diduga akibatnya ;

1. Dalam arti objektif : sebagai manusia biasa dapat menduga akibatnya

2. Dalam arti subjektif : seorang ahli yang dapat menduga akibatnya.

---

<sup>95</sup>M. Khoidin , *Op.Cit.*,halaman 80.

<sup>96</sup> Ahmadi Miru, dkk.*Op. Cit.*, halaman 144.

c. Debitur dalam keadaan cakap secara hukum.

Seseorang tidak dapat dituntut melakukan perbuatan melawan hukum apabila dalam keadaan darurat (*overmacht*) perbuatan yang merupakan realisasi hak pribadi serta perintah kepegawaian atau salah sangka yang dapat dimaafkan. Seorang hakim harus dapat meninjau berat ringannya kesalahan seadil-adilnya.<sup>97</sup>

### 3. Kerugian

Menurut Nieuwenhuis dalam Buku Prof. Dr. Ahmadi Miru, S.H., M.H. kerugian adalah berkurangnya harta kekayaan salah satu pihak akibat perbuatan pihak lain yang melanggar norma.<sup>98</sup> Kerugian yang diderita dapat dibagi menjadi dua yaitu kerugian yang menimpa diri dan kerugian yang menimpa harta, sedangkan kerugian yang menimpa harta dapat berupa kerugian nyata serta keuntungan yang tidak sesuai.

Adapun unsur kerugian terbagi atas kerugian immaterial dan material. Menurut Moegni dalam buku Aulia Muthiah, S.H., M.H. kerugian immaterial disebut kerugian idiil meliputi ketakutan, terkejut, sakit, dan kehilangan kesenangan hidup. Sedangkan kerugian material disebut juga kerugian kekayaan.<sup>99</sup>

Dalam menetapkan besar atau kecilnya ganti rugi yang harus dibayar oleh konsumen, pada dasarnya harus berdasarkan pada asas bahwa ganti rugi yang dibayar harus dapat membuat pihak yang dirugikan mendapatkan

---

<sup>97</sup>M. Khoidin, *Loc.Cit.*, halaman 81.

<sup>98</sup> Ahmadi Miru, *Loc.Cit* halaman 78.

<sup>99</sup> Aulia muthiah, *Loc. Cit.*, halaman 92.

kedudukan semula sebelum terjadi kerugian. Dengan demikian, ganti kerugian harus diganti sesuai dengan kerugian yang dialami tanpa melihat kemampuan atau kekayaan-kekayaan pihak yang bersangkutan.<sup>100</sup>

Menurut Bloembergen dalam Buku Prof. Dr. Ahmadi Miru, S.H., M.H. cara penghitungan besar kerugian yaitu “ Bilamana kita bicara tentang kerugian secara konkret dalam keadaan subjektif adalah kerugian yang nyata diderita oleh seseorang”.<sup>101</sup> Menurut Hoge dalam Buku Prof. Dr. Ahmadi Miru, S.H., M.H kerugian bukan hanya kehilangan atau kerusakan barang atau jasa yang digunakan, melainkan juga menyangkut harga dari barang dan biaya-biaya perbaikan.<sup>102</sup>

Hoge menyatakan penetapan kerugian harus berdasarkan ukuran objektif. Dalam hal ini, hakim bukan hanya mempertimbangkan peristiwa dalam keadaan subjektif saja, melainkan hakim juga akan meneliti kerugian yang dialami dalam posisi yang menuntut ganti kerugian.<sup>103</sup>

Menurut prespektif hukum perdata, kerugian yang alami akibat perbuatan melawan hukum memang tidak ada pengaturan yang pasti.

Menurut Rosa Agustina, dalam Jurnal yang berjudul “Studi Komparasi Ganti Rugi Menurut Hukum Perdata Dengan Hukum Islam” seseorang dapat meminta kepada pelaku untuk mengganti kerugian yang dideritanya akibat perbuatan melawan hukum baik secara materil dan immaterial. Pada penerapannya, tuntutan kerugian secara

---

<sup>100</sup> Ahmadi Miru, *Loc.Cit* halaman 79.

<sup>101</sup> Ahmadi Miru, *Loc.Cit* halaman 79.

<sup>102</sup> Ahmadi Miru, *Loc.Cit* halaman 79.

<sup>103</sup> *Ibid.*, halaman 80.

immateri diserahkan kepada hakim dengan prinsip hakim yaitu *ex aquo at bono*.

Berlandaskan putusan perkara Peninjauan Kembali yang dikeluarkan Mahkamah Agung No.650/PK/Pdt/1994 menerbitkan pedoman yang isinya “Berdasarkan Pasal 1370, 1371, 1372 KUH Perdataganti kerugian immateril hanya dapat diberikan dalam hal-hal tertentu saja seperti perkara kematian, luka berat dan penghinaan”.<sup>104</sup>

#### 4. Adanya Hubungan Kausal Antara Perbuatan dengan Kerugian

Ajaran kausalitas yang terdapat pada Pasal 1365 KUHPerdata diimplementasikan untuk mengetahui hubungan timbal balik kesalahan perbuatan melawan hukum dan kerugian yang ditimbulkan, sehingga tanggung jawab tersebut dapat dibebankan kepada pelaku untuk menuntut ganti rugi.

Seseorang bukan hanya bertanggung jawab terhadap kerugian yang disebabkan oleh kesalahannya sendiri. Berdasarkan Pasal 1366-1369 KUHPerdata perbuatan yang mengandung kesalahan yang dilakukan oleh orang-orang yang menjadi tanggungannya barang-barang dibawah pengawasannya serta binatang-binatang peliharannya<sup>105</sup>

Bersumber pada empat unsure diatas, pelaku usaha telah melakukan perbuatan melawan hukum. Pertama, perbuatan melawan hukum dilakukan yaitu tidak hati-hati dalam memasang iklan, adanya salah penyesatan dalam memasang iklan promo ngirit malam yang bertentangan dengan Pasal 8 ayat

---

<sup>104</sup> Ibid, Halaman 7

<sup>105</sup> M. Khoidin , *Loc.Cit.*,Halaman 84



1 butir f, Pasal 9 ayat 1 butir k dan Pasal 10 butir a dari Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 serta melanggar Pasal 4 Ayat 3.

Kedua, adanya kesalahan. Kesalahan adalah perbuatan yang disengaja yang mencakup perbuatan akibat kealpaan atau ketidak hati-hatian. Dalam kasus tersebut, pelaku usaha mengaku lalai dalam mencetak brosur promo ngirit malam yang harusnya berlaku tanggal 06 Juni namun tercetak pada tanggal 01 Juni.

Ketiga, Kerugian yang diderita dapat dibagi menjadi dua yaitu kerugian yang menimpa diri dan kerugian yang menimpa harta, sedangkan kerugian yang menimpa harta dapat berupa kerugian nyata serta keuntungan yang tidak sesuai. Adapun unsur kerugian terbagi atas kerugian immaterial dan material. Berdasarkan dari hasil putusan kasasi, pelaku usaha harus mengganti kerugian terhadap konsumen sebesar Rp. 4.000.000,- (empat juta rupiah). Menurut Undang-undang perlindungan konsumen Pasal 19 Ayat (2) : Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pelaku usaha harusnya dapat mengganti kerugian sebesar yang dialami oleh konsumen yaitu Rp. 9054.- Ganti rugi yang termuat dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen merupakan ganti rugi secara subjektif. Menurut prespektif hukum perdata, kerugian yang alami akibat perbuatan melawan hukum memang tidak ada pengaturan yang pasti.

Menurut Rosa Agustina, dalam Jurnal yang berjudul “Studi Komparasi Ganti Rugi Menurut Hukum Perdata Dengan Hukum Islam” seseorang dapat meminta kepada pelaku untuk mengganti kerugian yang dideritanya akibat perbuatan melawan hukum baik secara materil maupun immaterial. Pada penerapannya, tuntutan kerugian secara immaterial diserahkan kepada hakim dengan prinsip *ex aquo et bono*.<sup>106</sup> oleh karena itu, hakim menetapkan ganti kerugian sebesar Rp. 4.000.000-, (empat juta rupiah) berdasarkan ganti kerugian secara materil dan immaterial.

Keempat, adanya hubungan kausal antara perbuatan dengan kerugian. Berdasarkan kasus yang penulis teliti terdapat perbuatan melawan hukum yang dilakukan pelaku usaha yang mengakibatkan kerugian terhadap konsumen.

Dalam menuntut ganti kerugian terhadap pelaku usaha, konsumen dan pelaku usaha sebelumnya telah menyelesaikan sengketa tersebut melalui badan penyelesaian sengketa konsumen Medan. Menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 49-58. Penyelesaian sengketa konsumen dapat dibedakan menjadi dua yaitu penyelesaian sengketa diluar pengadilan dan penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan

#### A. Penyelesaian sengketa diluar pengadilan

##### 1. Penyelesaian penggantian kerugian seketika (secara langsung)

Cara penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan dapat ditempuh melalui konsultasi, negosiasi, konsiliasi, penilaian ahli. Sengketa

---

<sup>106</sup>Marwan Lubis, “Studi Komparasi Ganti Rugi Menurut Hukum Perdata Dengan Hukum Islam”, Vol. 14 No 1 – April 2019, halaman 7.

konsumen tersebut dilakukan dengan mempertemukan langsung antara pelaku usaha, konsumen dan ahli.<sup>107</sup>

## 2. Tuntutan melalui BPSK

Jika tidak ada penyelesaian pada tahap media antara pelaku usaha, konsumen dan pihak ketiga. Maka konsumen dapat mengajukan hal tersebut ke BPSK. Mengikuti ketentuan Pasal 23 UUPK, jika penyelesaian melalui BPSK tidak menemukan perdamaian, maka sengketa masih bisa dilanjutkan ke pengadilan. Hal ini telah dilakukan oleh Pelaku Usaha yang tidak menerima hasil putusan BPSK dan melanjutkan gugatannya ke Pengadilan Negeri Medan.

### B. Penyelesaian sengketa diluar pengadilan

Berdasarkan Pasal 48 UUPK Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan dalam Pasal 45 yaitu *“Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.”*

---

<sup>107</sup>Rizky Novian Putra, “Perlindungan Hukum Bagi Pihak Konsumen Dari Tampilan Iklan Suatu Produk Yang Menyesatkan Dan Mengelabui”, Vol 1. No 2, 2017, halaman 7

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan Pembahasan dan Hasil Penelitian mengenai Skripsi yang Peneliti angkat dengan judul “Tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen atas iklan yang menyesatkan(Berdasarkan Analisa Putusan Nomor 01K/Per.Kons/2007)” maka dapat ditarik sebuah kesimpulan :

1. Faktor-faktor yang menyebabkan kerugian terhadap konsumen atas iklan yang menyesatkan ada empat yaitu faktor konsumen seperti kurang kritisnya terhadap barang yang ditawarkan penjual, faktor pelaku usaha kurang rendahnya pemahaman pelaku usaha periklanan terhadap dampak akibat iklan yang menyesatkan, faktor lembaga konsumen kurangnya tenaga sukarelawan pada lembaga konsumen juga mempengaruhi kurang optimalnya pengoperasionalan lembaga tersebut dan faktor pemerintah sebagai instansi yang berwenang dalam melindungi konsumen akibat dari iklan menyesatkan.
2. Bentuk perlindungan hukum yang dilakukan pelaku usaha terhadap konsumen berupa dalam bentuk Hukum Ekonomi Syariah, Hukum Perdata, Hukum Administrasi, dan Hukum Pidana. Dimana dalam Hukum ekonomi syariah dikatakan bahwa Tafsiran ayat tersebut bermakna kerjasama yang tidak merugikan salah satu pihak. Dalam Hukum Perdata, setiap tuntutan harus mempunyai dasar pertanggung

jawaban yaitu, timbulnya hak hukum seseorang untuk menuntut pihak lainnya serta menimbulkan kewajiban hukum untuk member pertanggung jawaban. Sedangkan menurut hukum administrasi, Sanskinya erat kaitannya dengan perizinan usaha yang diberikan pemerintah. Dan Dalam hukum pidana, masalah perlindungan konsumen termuat dalam Pasal 204 dan 205 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana. Ketentuan ini berkaitan dengan hak konsumen untuk memperoleh informasi secara benar.

3. Tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen atas iklan yang menyesatkan berdasarkan analisa putusan Nomoe 01 K/Per.Kons/2007 adalah tanggung jawab yang dilakukan pelaku usaha terhadap konsumen yaitu dengan cara mengganti kerugian. Tuntutan tersebut berdasarkan perbuatan melawan hukum. Hal ini telah dibuktikan dengan terpenuhinya unsur-unsur perbuatan melawan hukum, adanya kesalahan, kerugian, serta adanya hubungan kasusal antara perbuatan dengan kerugian,. Besarnya penetapan kerugian konsumen tidak hanya dinilai dari kerugian materil saja tetapi kerugian immaterial juga. Oleh karena itu, majelis hakim menetapkan ganti kerugian kepada konsumen sebesar Rp. 4.000.000,-

**B. Saran**

1. Diharapkan timbulnya kesadaran dari para pihak seperti konsumen, pelaku usaha, pemerintah serta lembaga perlindungan konsumen dalam memahami peran masing-masing agar tidak terjadi hal-hal yang merugikan konsumen.
2. Adanya berbagai macam bentuk-bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dapat memberikan timbulnya rasa tanggung jawab pelaku usaha dalam menjalankan tugasnya.
3. Tanggung jawab pelaku usaha dalam Putusan Nomor 01 K/Per.Kons/2007 dapat dijadikan pedoman dan memberikan efek jera agar pelaku usaha senantiasa menjalankan usahanya sesuai ketentuan peraturan yang berlaku.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku-Buku

- Aulia Muthiah. 2021. *"Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah"*. Yogyakarta : Pustaka baru Pers.
- Dedi Harianto. 2022. *"Pelindungan Hukum Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyesatkan"*.Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti. 2018. *" Hukum Perlindungan Konsumen"*. Jakarta : Sinar Grafika.
- Johnny Ibrahim. 2019. *"Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif"*. Malang: Bayumedia Publishing
- Janus Sidabalok. 2020. *"Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia"*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Ida Hanifah. dkk. November 2018. *"Pedoman Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa"*.Medan : Pustaka Prima.
- Ahmadi Miru. Sutarman Yodo. 2020. *" Hukum Perlindungan Konsumen"*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hulman Painjaitan, 2021, *"Hukum Perlindungan Konsumen"*, Jakarta : Penerbit Jala Permata Aksara.
- Ahmadi Miru, 2020, *" Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia"*, Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- M. Khoidin. 2020. *"Tanggung Gugat Dalam Hukum Perdata"*. Yogyakarta : LaskBang Group.
- Eli Wuria Dewi. 2015. *"Hukum Perlindungan Konsumen"*.Yogyakarta : Ruko Jambusari.

Peter Mahmud Marzuki. 2014. *“Penelitian Hukum”*. Jakarta : Kharisma Putra Utama.

### **B. Artikel, Makalah, Jurnal dan Karya Ilmiah**

Putri Utami Dian Safitri, 2021 *“Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Atas Iklan Produk Kosmetik Yang Menyesatkan”*, Fakultas Hukum Universitas Jember.

Marwan Lubis, 2019, *“Studi Komparasi Ganti Rugi Menurut Hukum Perdata Dengan Hukum Islam”*, Hukum Keluarga STAI Umar Bin Khattab Ujunggading, Pasaman Barat, Sumatera Barat.

Anthon Fathanudien, 2015, *“Pertanggungjawaban Terhadap Konsumen Atas Iklan Yang Menyesatkan Di Era Globalisasi”*, Fakultas Hukum Universitas Kuningan.

Rizki Tri Anugrah Bakti, dkk., *“Analisis Yuridis Perlindungan Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyesatkan”*, Studi Ilmu Hukum Universitas Putera Batam

I Gusti Ayu Indra Dewi Dyah Pradnya Paramita, Desak Putu Dewi Kasih, 2017, *“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Iklan Yang Menyesatkan Ditinjau Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Kode Etik Periklanan Di Indonesia”*, Jurnal Bagian Hukum Bisnis, Fakultas Hukum, Universitas Udayana.

Rizky Novyan Putra, 2017, *“Perlindungan Hukum Bagi Pihak Konsumen Dari Tampilan Iklan Suatu Produk Yang Menyesatkan dan Mengelabui”*, Jurnal Bagian Hukum Bisnis, Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia.

### **C. Peraturan Perundang-Undangan**

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan



Undang- Undang Undang- Undang No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran  
Undang-undang Nomor 7 Tahun 1999 tentang, dan Undang-undang Nmor 69  
Tahun 1999 tentang label dan iklan pangan  
Peraturan Pemerintah (PP) Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 tentang  
Label dan Iklan Pangan

#### **D. Sumber Hukum Islam**

Surah Al-Baqarah Ayat 188

Surah Al-Baqarah Ayat 275

Surah Al-Maidah Ayat 90

Surah Al- Maidah Ayat 1

