

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Undang undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (UUPK) merupakan salah satu Undang-undang yang memiliki kelebihan untuk melindungi masyarakat yang menjadi konsumen dari pelaku usaha yang curang.

Dalam kesimpulan ini konsumen harus lebih berhati-hati dalam memilih barang dan/atau jasa yang melalui periklanan. Karena pelaku usaha tidak mau kalah dengan pelaku usaha yang lain sehingga untuk mempromosikan barang dan/atau jasa, tidak segan-segan untuk menarik konsumen agar berminat untuk mengkonsumsi produknya. Salah satu informasi pada saat ini adalah periklanan, dimana informasi tersebut tidak menjelaskan apa adanya barang dan/atau jasa yang akan dipasarkan.

Perlindungan hukum konsumen terhadap iklan yang menyesatkan bagi konsumen. Secara keseluruhan masih mengalami kemacetan atau kendala yang dihadapi oleh penegak hukum atau masyarakat Sebagai konsumen adalah ketidakjelasan ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam hukum perlindungan konsumen yang masih kurang lengkap terutama peraturan pemerintah sebagaimana diamanatkan Undang-Undang perlindungan konsumen. Dalam berbagai pasal yang mengatur misalnya pembinaan dan pengawasan keberadaan lembaga perlindungan konsumen yang sementara merupakan tunggak pelaksanaan dan tindakan penegakan. Hukum perlindungan konsumen. secara efektif dan efisien justru

peraturan pemerintah yang dalam pasal 43 dalam UUPK mengenai pembentukan badan perlindungan konsumen nasional sampai saat ini masih belum mewujudkan, pada prinsipnya hukum perlindungan konsumen yang terdapat dalam UUPK merekomendasikan seluruh kepentingan masyarakat. Meskipun Undang-Undang ini tidak dapat dikatakan sempurna hal tersebut dapat kita lihat dalam UUPK yang telah memenuhi persyaratan formal maupun materiil. Sebagaimana masyarakat yang mesti diperlukan dalam setiap peraturan perundang-undangan namun setelah dilakukan evaluasi lebih lanjut tentang keberadaan UUPK ini problem dasar yang menjadi macetnya penegak hukum adalah belum terbentuknya lembaga badan yang dimaksud dalam pasal 43 UUPK tentang badan perlindungan konsumen nasional sehingga mengakibatkan instrumen hukum yang lain tidak dapat dijalankan dengan semestinya. Penegakan hukum perlindungan konsumen terhadap iklan yang menyesatkan secara yuridis masih belum memiliki pondasi. Hal ini dapat kita lihat dunia periklanann itu sendiri dimana pengawasan terhadap pengawasan dunia periklanann itu sendiri, dimana periklanan secara yuridis hanya mengacu pada kode etik periklanan. Persoalan semacam ini yang mengakibatkan konsumen tidak memiliki hukum yang kuat dalam upaya melindungi hak-haknya. Ketika mereka mau melakukan gugatan dipengadilan konsumem cenderung lebih melakukan gugatan melalui jalur hukum perdata berdasarkan KUHP perdata merupakan aturan yang bersifat umum.

## **Saran**

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen merupakan suatu Undang-undang yang masih berjalan dengan lambat dimana seharusnya konsumen dilindungi dari kecurangan perbuatan pelaku usaha dimana masih banyak terjadi yang melalui iklan yang menyesatkan.

Tanpa bermaksud membela diri konsumen kita semakin lama semakin pintar. Semakin tahu kalau iklan tidak lebih dari sekedar informasi, konsumen berhak dan akan selamanya memilah apa yang mereka mau dengar lihat; rasa dan pahami. Bagaimana kalau memang produknya yang memang tidak sesuai dengan iklan yang ada dan konsumen merasa Produknya yang memang tidak sesuai kebutuhan bisa dipastikan akan terbuang sia-sia, bagi pelaku usaha pembuat iklan yang terkadang sebagai orang iklan, hanya bisa menelan ludah ketika menyadari bahwa produk atau apapun yang hendak diiklankan, tidak ada nilainya. Tidak ada kelebihannya. Dan yang Terparah tidak ada kebutuhannya.

### Daftar Pustaka

- Ahmadi miru dan sutarman yudo, 2004, Hukum Perlindungan Konsumen, penerbit PT. Raja Grafindo persada, Jakarta
- Edmon makarim, wsh, s.kom 2003, Komplikasi hukum telematika, penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Gunawan Widjaja & Ahmad Yani, 2003, Hukum Perlindungan Konsumen, penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Az Nasution, S.H.2001, Hukum perlindungan konsumen suatu pengantar, penerbit diedit media cetakan II Maret Jogjakarta
- Janus sidabalok, S.H., M. HUM.2006, Hukum perlinduagan Konsumen di Indonesia, penerbit, PT. Citra Aditia Bakti Bandung.
- Yusuf Shofie, 2003 Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya. penerbit PT. Citra Aditia Bakti Bandung.
- Undang-undang perlindungan konsumen Nomor 8 Tahun 1999