

Perlindungan Hukum bagi Konsumen Akibat Informasi
Yang Tidak Benar dari Pelaku Usaha

SKRIPSI



Oleh :

Eka Wicho Anto

NBI : 310600607

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Informasi yang
Tidak Benar dari Pelaku Usaha

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Meraih Gelar Sarjana Hukum

Oleh :

Eka Wicho Anto

NBI : 310600607

Dosen Pembimbing :

Dr. Krisnadi Nasution, SH, MH

NPP/NIP : 20310860064

FALKUTAS HUKUM

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2015

Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Informasi
Yang Tidak Benar dari Pelaku Usaha

Oleh :
EKA WICHO ANTO
NBI : 310600607

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji dan Dinyatakan Lulus Skripsi
Fakultas Hukum Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal 18 Februari 2015
Berdasarkan Surat Keputusan Dekan No. SK: 615/SK/FH/X/2014
Tanggal : 14 Oktober 2014

TIM PUNGUJI:

Ketua : Dipo Wahyono , S.H , M.Hum
NPP : 20310880149
Sekertaris : H. Irit Suseno , S.H , M.Hum
NPP : 20310880146
Anggota : S.P. Wibowo , S.H , M.Hum
NPP : 20310870119

Mengetahui :
Fakultas Hukum Universitas 17 Agustus 1945
Dekan,

Dr Otto Yudianto, S.H, M.Hum
NPP : 20310880147

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan Puji dan Syukur Kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Informasi Yang Tidak Benar Dari Pelaku Usaha”**. Penyusunan skripsi ini dilaksanakan untuk memenuhi persyaratan guna menyelesaikan studi pada Program Studi Ilmu Hukum pada Universitas 17 Agustus 1945. Perlindungan Konsumen dalam era perdagangan bebas menjadi sangat penting karena selain konsumen mempunyai hak-hak yang universal juga mempunyai hak-hak yang sangat spesifik baik situasi maupun kondisi. Salah satu hak konsumen yaitu mendapatkan informasi yang jujur. Informasi iklan yang benar dan bertanggungjawab dapat membantu konsumen menetapkan pilihan yang tepat artinya sesuai kebutuhan dan kemampuannya. Mayoritas konsumen di Indonesia masih terlalu rentan dalam menyerap informasi iklan barang dan jasa yang tidak sehat. Penulis dalam menulis skripsi ini membahas tentang bagaimana perlindungan terhadap konsumen yang merasa dirugikan oleh iklan yang isinya dianggap menyesatkan. Dalam skripsi ini akan dibahas tentang upaya-upaya yang dapat dilakukan konsumen untuk menjamin bahwa hak-hak konsumen nantinya dapat terpenuhi saat timbul suatu sengketa, dan sekaligus perlindungan hukum yang didapatkan konsumen. Akhir kata, Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan wawasan dan pengetahuan tambahan kepada orang-orang yang membacanya. Akan tetapi Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu Penulis senantiasa menerima saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan penulisan di kemudian hari.

Surabaya, 17 Pebruari 2014
Hormat Penulis,

EKO WICHO ANTO
NBI. 310600607

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan dunia usaha, persaingan yang dihadapi oleh perilaku usaha semakin ketat. Guna memperkenalkan produk di pasar, seringkali para pelaku usaha dituntut untuk kreatif dan inovatif dalam menyajikan produk yang dihasilkan. Upaya manajemen usaha yang banyak ditempuh oleh para pelaku usaha untuk menawarkan produknya kepada konsumen adalah melalui kegiatan promosi. Promosi yang dijalankan umumnya melalui sarana iklan niaga. Iklan sebagai media komunikasi antara pelaku usaha dengan konsumen ditujukan untuk kegiatan persuasif (membentuk opini konsumen sekaligus membujuk konsumen agar mengkonsumsi produk yang ditawarkan). Dalam kenyataannya seringkali iklan suatu produk dibuat secara berlebihan, sehingga mampu menciptakan citra positif atas produk yang ditawarkan. Pengiklanan suatu produk secara berlebihan dapat menimbulkan efek negatif atas kejujuran sebuah produk, sehingga tanpa disadari pelaku usaha telah melanggar hak-hak konsumen. Dalam kaitan ini, hak konsumen yang dirugikan adalah hak atas informasi yang benar dan jujur. Konsumen yang dirugikan dapat mengajukan keberatan atas kerugian yang diderita melalui Lembaga Swadaya Perlindungan Konsumen (LSPK). Pengaduan tersebut akan dievaluasi, untuk kemudian akan ditawarkan kepada konsumen akan dilanjutkan melalui jalur litigasi atau jalur nonlitigasi. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen mengatur hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha agar pelaku usaha tidak merasakan terpojok akan adanya undang-undang perlindungan konsumen ini. Karena dalam undang-undang ini banyak larangan pelaku usaha untuk menginformasikan barang dan/atau jasa yang akan diperdagangkan. Sudah banyak korban dari iklan yang menyesatkan konsumen yang merugikan baik materil maupun formil. Bagi pelaku usaha yang ingin menjadikan masyarakat sebagai tujuan untuk membeli barang dan/atau jasa yang dipromosikan agar konsumen dapat tertarik, maka pelaku usaha tidak pernah memikirkan akibat iklan yang dibuat.

DAFTAR ISI

Halaman	
Halaman Judul	
Halaman Pengesahan	
Kata Pengantar	
Abstrak	
Daftar Isi	

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	5
Tujuan Penulisan	5
Manfaat Penelitian	5

BAB II TINJAUAN UMUM TERHADAP HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN SERTA IKLAN YANG MENYESATKAN

Tinjauan Umum Hukum Perlindungan Konsumen	7
Sejarah dan Perkembangan Undang – undang Perlindungan Konsumen	7
Pengertian Perlindungan Konsumen	8
Pengertian Konsumen dan Pelaku Usaha	
Hak – hak dan Kewajiban Konsumen	9
Hak – hak konsumen dalam Undang – undang No 8 Tahun 1999 ..	
Pendapat hak – hak konsumen dari berbagai sumber	
Kewajiban konsumen menurut Undang – undang Perlindungan Konsumen	
Hak – hak dan Kewajiban Pelaku Usaha	13
Periklanan dan Perlindungan Konsumen	19
Tanggung jawab Pelaku Usaha	22
Pengertian Iklan	24
Badan – badan Konsumen	26

BAB III METODE PENELITIAN

Metode Pendekatan	30
Definisi Konsep.....	30
Jenis dan Sumber Data	31
Proses Pengumpulan Data.....	31
Proses Pengolahan Data	32
Analisa Data	32

BAB VI PEMBAHASAN

TanggungjawabatasIklan.....	33
Kode Etik Periklanan	38
Asas Kode Etik atau Tata Cara Periklanan	40
LaranganBagiPelaku Usaha	34
Unsur Melanggar Hak Orang Lain	
Gugatan Konsumen	
GugatanTerhadapPelaku Usaha	38
MengajukanGugatan	40
TanggungjawabPelaku Usaha	44
PrinsipTanggungjawabPelaku Usaha	45
PenyelesaianSengketa	47
Jalur Hukum Diluar Jalur Peradilan	

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan	51
Saran	53

DAFTAR BACAAN