

**PERLINDUNGAN TERHADAP KONSUMEN ATAS
INFORMASI MENGENAI KONDISI DAN
JAMINAN BARANG ATAU JASA MENURUT
UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG ERLINDUNGAN KONSUMEN¹
Oleh: Feibe Feni Kawengian²**

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pelanggaran hukum terhadap konsumen atas informasi yang tidak benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan bagaimana perlindungan terhadap konsumen atas informasi yang tidak benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Dengan menggunakan metode penelitian yuridis normatif, disimpulkan: 1. Pelanggaran hukum terhadap konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, seperti: pelaku usaha tidak melaksanakan kewajiban untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan; pelaku usaha melakukan pelanggaran atas larangan memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku; pelaku usaha melakukan pelanggaran atas larangan memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang; pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa atau tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa. 2. Perlindungan hukum terhadap konsumen atas informasi yang tidak benar,

¹ Artikel Skripsi. Dosen Pembimbing: Roosje Lasut, SH, MH; Harly Stanly Muaja, SH, MH

² Mahasiswa pada Fakultas Hukum Unsrat, NIM. 15071101344

jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa meliputi: Perlindungan hak konsumen larangan atas informasi yang tidak benar, jelas, dan jujur; Perlindungan hak konsumen melalui pelaksanaan kewajiban pelaku usaha; Perlindungan hak konsumen melalui larangan terhadap pelaku usaha dalam memproduksi dan memperdagangkan barang dan/atau jasa; Perlindungan terhadap hak konsumen melalui larangan pelaku usaha periklanan; Perlindungan hak konsumen melalui pemberlakuan sanksi pidana dan hukuman tambahan.

Kata kunci: Perlindungan Terhadap Konsumen, Informasi Mengenai Kondisi Dan Jaminan Barang Atau Jasa

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 2. Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.

Hukum konsumen adalah keseluruhan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak yang satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup. Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang lebih luas yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan juga mengandung sifat melindungi kepentingan konsumen.³

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 ayat (3) menyatakan salah satu hak konsumen yaitu: hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.⁴

Kenyataan menunjukkan banyak pelanggaran hukum terjadi atas informasi terhadap konsumen dalam perdagangan barang dan/atau jasa. Konsumen seringkali memperoleh informasi yang tidak benar, jelas,

³Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Edisi I. Cetakan ke-I. Kencana Prenada Media Group. Jakarta. 2008. hlm. 57.

⁴Pasal 4 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

jujur dan menyesatkan, mengelabui sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen. Oleh karena itu diperlukan perlindungan hukum terhadap konsumen atas informasi mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa guna menjamin hak-hak konsumen tidak diabaikan atau dirugikan oleh pihak pelaku usaha.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pelanggaran hukum terhadap konsumen atas informasi yang tidak benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen ?
2. Bagaimana perlindungan terhadap konsumen atas informasi yang tidak benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen ?

C. Metode Penelitian

Metode penelitian hukum yang digunakan untuk penyusunan penulisan ini diperoleh melalui studi kepustakaan. Bahan-bahan hukum yang diperoleh dari studi kepustakaan terdiri dari: bahan-bahan hukum primer, ialah peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen dan bahan hukum sekunder terdiri dari literatur-literatur, artikel dan jurnal hukum yang membahas materi mengenai perlindungan hak konsumen, serta bahan hukum tersier yang terdiri dari kamus umum dan kamus hukum untuk menjelaskan pengertian dari istilah hukum yang digunakan di dalam penulisan ini.

PEMBAHASAN

A. Pelanggaran Hukum Terhadap Konsumen Atas Informasi Mengenai Kondisi Dan Jaminan Barang Atau Jasa

Pelanggaran hukum terhadap konsumen atas informasi mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, seperti:

1. Pelanggaran atas hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa (Pasal 4 ayat 3);

2. Pelaku usaha tidak melaksanakan kewajiban untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan (Pasal 7.huruf b);
3. Pelaku usaha melakukan pelanggaran atas larangan memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku (Pasal 8 ayat (1) huruf j);

Pasal 8 ayat:

- (1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
 - a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau *netto*, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;

- h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
 - i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau *netto*, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;
 - j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
- (3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
- (4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.
4. Pelaku usaha melakukan pelanggaran atas larangan memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud (Pasal 8 ayat (2)). Penjelasan Pasal 8 ayat (2) Barang-barang yang dimaksud adalah barang-barang yang tidak membahayakan konsumen dan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
5. Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang: huruf (c) memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa; huruf (d) tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa (Pasal 17 ayat1).
- Pasal 17 ayat:

- (1) 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;
 - d. tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa;
 - e. mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
 - f. melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.

- (2) Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat (1).

Periklanan sebagai salah satu sarana pemasaran dan sarana penerangan memegang peranan penting di dalam pembangunan yang dilaksanakan bangsa Indonesia. Sebagai sarana penerangan dan pemasaran, periklanan merupakan bagian dari kehidupan media komunikasi yang vital bagi pengembangan dunia usaha, serta harus berfungsi menunjang pembangunan.⁵

Hakikat iklan dalam kerangka perlindungan konsumen merupakan janji dari pihak yang mengumumkan. Iklan dalam berbagai bentuknya mengikat pihak yang mengumumkan dengan segala akibatnya. Sebagai sumber informasi barang atau jasa yang ditawarkan. Harus dicegah penggunaan iklan menyesatkan, menipu atau mengelabui konsumen. Mengenai periklanan, rancangan undang-undang perlindungan konsumen tidak mengatur secara spesifik, karena diharapkan ketentuan periklanan dapat diatur dalam peraturan perundang-undangan tersendiri. Muatan yang akan diatur dibatasi kepada kegiatan atau perbuatan pengusaha yang

⁵Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Op.Cit*, hlm. 172

menawarkan barang melalui iklan termasuk perusahaan periklanan atau media periklanan.⁶

Tanggung jawab sosial lainnya dari perusahaan atau prosuden adalah dalam hal kegiatan komunikasi perusahaan. Salah satu bentuk kegiatan komunikasi perusahaan adalah promosi atau iklan.⁷ Di dalam menjalankan kegiatan promosi, perusahaan harus memperhatikan berbagai aspek terutama yang terkait dengan kondisi sosial dan budaya masyarakat. Iklan-iklan yang sudah berhasil menarik pembeli yang dilakukan di suatu negara tidak serta merta dapat dilakukan di negara yang sedang berkembang. Di negara-negara yang sedang berkembang di mana nilai-nilai keagamaan masih sangat kental, perusahaan harus menaruh perhatian yang khusus dalam pemasangan iklan.⁸

Tingginya tingkat persaingan di dunia periklanan ini tak jarang melanggar kode etik yang telah ditentukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), kode etik yang mengatur tentang ketentuan-ketentuan iklan ideal untuk ditayangkan di Indonesia dengan sengaja banyak dilanggar atau bahkan dilupakan. Kode etik yang merupakan cerminan dari budaya bangsa sedikit demi sedikit mulai dianggap hanya sebuah formalitas. Maraknya pelanggaran oleh perusahaan-perusahaan periklanan ini seolah mulai melemahkan kontrol dari pihak KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) selaku pihak yang menertibkan atau memfilter iklan-iklan yang akan ditayangkan, karena itu perlu tindakan tegas berupa sanksi dari pihak-pihak yang berwenang terhadap pelanggar kode etik sangat diharapkan guna penertiban iklan-iklan yang melanggar. Berikut merupakan pembahasan tentang analisis iklan-iklan yang dianggap melanggar kode etik periklanan.⁹

B. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Informasi Mengenai Kondisi Dan Jaminan Barang Atau Jasa

⁶Erman Rajagukguk *dkk*, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Penyunting) Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, Cetakan I. CV. Mandar Maju. Bandung, 2000, hlm. 19.

⁷H. Mulyadi, Nitisusastro, *Op.Cit.* hlm. 253.

⁸*Ibid*, hlm. 253.

⁹<https://auliamia.wordpress.com/2016/10/22/contoh-kasus-mengenai-promosi-melalui-iklan-yang-tidak-beretika/> Diakses 12/1/2018 1:23 Wita.

Perlindungan hukum terhadap konsumen atas informasi yang tidak benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, akan diuraikan sebagai berikut:

1. Perlindungan Hak Konsumen Atas Informasi Yang Benar, Jelas, dan Jujur Sebagaimana dinyatakan pada Pasal 4 ayat (3) Hak konsumen adalah hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
2. Perlindungan Hak Konsumen Melalui Pelaksanaan Kewajiban Pelaku Usaha Pasal 7 huruf (b) Kewajiban pelaku usaha adalah memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
3. Perlindungan Hak Konsumen Melalui Larangan Terhadap Pelaku Usaha Dalam Memproduksi dan Memperdagangkan Barang Dan/Atau Jasa Pasal 8 ayat (1) huruf (j) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Ayat (2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
4. Perlindungan Terhadap Hak Konsumen Melalui Larangan Pelaku Usaha Periklanan. Pasal 17 ayat (1) Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang: huruf (c) memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa; huruf (d) tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 10. 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.

Iklan sebagai salah satu bentuk informasi, merupakan alat bagi produsen untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat agar dapat mempengaruhi kecenderungan masyarakat untuk menggunakan dan mengkonsumsi produknya. Demikian pula sebaliknya masyarakat akan memperoleh gambaran tentang produk yang dipasarkan melalui iklan, namun masalah adalah iklan tersebut tidak selamanya memberikan informasi yang benar atau lengkap tentang suatu produk, sehingga konsumen dapat saja menjatuhkan pilihannya terhadap suatu produk tertentu berdasarkan informasi yang tidak lengkap tersebut.¹⁰

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 12. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.

Pasal 13 ayat:

- (1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.
- (2) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.

Pengawasan terhadap makanan/minuman, terutama secara administratif dilakukan dengan pendaftaran produk yang diselenggarakan dalam rangka melindungi masyarakat terhadap makanan yang tidak memenuhi syarat kesehatan dan untuk lebih menjamin keamanan dan mutu makanan yang beredar. Dengan demikian, produsen atau importir wajib mendaftarkan makanan yang diproduksi atau diimpor serta wajib menjamin keamanan mutu serta kebenaran label makanan yang didaftarkannya. Pendaftaran yang dimaksud tidak hanya meliputi makanan/minuman tetapi juga produk lain yang berkaitan dengan kesehatan manusia.¹¹

Berdasarkan ketentuan yang ada, pengawasan terhadap produk yang berkaitan langsung dengan kesehatan manusia baik berupa makanan/minuman maupun sediaan farmasi (obat-obatan, kosmetik dan alat kesehatan) dilakukan dalam berbagai tahap, mulai dari bahan, cara produksi, lingkungan produksi, pengangkutan dan lain-lain, sehingga apabila berbagai ketentuan tersebut dilaksanakan dengan baik, maka konsumen akan terlindungi. Pengawasan yang demikian itu sangat penting bagi konsumen, karena persyaratan keamanan minimal menurut pandangan konsumen (khususnya di negara maju) adalah menyangkut masalah kesehatan yang terdiri dari sanitasi bahan baku dan proses pengolahan, pencemaran bahan kimia atau bahan berbahaya lainnya, bahan tambahan dan lain-lain.¹²

Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang dipromosikan dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut. Berkaitan dengan perilaku periklanan yang dilarang dan tentang tanggung jawabnya itu, satu hal yang perlu dipertanyakan, siapakah pelaku usaha periklanan itu ?. Dari sudut pelaku usaha periklanan menurut Az. Nasution terdapat tiga jenis pelaku usaha, yaitu:

1. Pengiklan, yaitu perusahaan yang memesan iklan untuk mempromosikan, memasarkan dan/atau menawarkan produk yang mereka edarkan;
2. Perusahaan Iklan, adalah perusahaan/biro yang bidang usahanya adalah mendesain

¹⁰Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit*, hlm. 104.

¹¹*ibid*, hlm. 84.

¹²*ibid*, hlm. 85.

atau membuat iklan untuk para pemesannya;

3. Media, media elektronik atau nonelektronik atau bentuk media lain yang menyiarkan atau menayangkan iklan-iklan tersebut.¹³

Ketiga jenis pelaku usaha tersebut dalam undang-undang ini termasuk pelaku usaha. Ketiga pelaku usaha di atas dapat dipertanggungjawabkan, tetapi secara tepatnya pelaku usaha manakah yang harus bertanggung jawab sebagaimana dimaksud dalam pasal 20 tersebut. Menurut Az Nasution tergantung bagaimana hakim pengadilan negeri mengambil putusannya. Sekiranya tanda tangan pengiklan (tanda *acc*) terdapat pada konsep iklan itu, maka dialah yang mempertanggungjawabkan.¹⁴

Kemudian terdapat tindakan administratif yang dapat dijatuhkan pada pelaku usaha periklanan yang menyiarkan iklan menyesatkan, menipu atau mengakibatkan cedera pada konsumen untuk memasang iklan perbaikannya (*corrective advertisement*) di surat kabar atau televisi. Iklan koreksi seperti ini telah tumbuh dan menjadi hukum di negara-negara lain. Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak memuat tindakan administratif tersebut, padahal kegunaannya sangat baik sebagai upaya pencegah "gegabahnya" para pelaku usaha periklanan.¹⁵ Gugat; menggugat, artinya (1) mendakwa; megadukan (perkara); (2) menuntut (janji dan sebagainya); membangkitkan perkara yang sudah-sudah; (3) mencela dengan keras; menyanggah.¹⁶ Hukum perdata, pada hakikatnya merupakan hukum yang mengatur kepentingan antara warga perseorangan yang satu dengan warga perseorangan lainnya.¹⁷

Hakikat iklan dalam kerangka perlindungan konsumen merupakan janji dari pihak yang mengumumkan. Iklan dalam berbagai bentuknya mengikat pihak yang mengumumkan dengan segala akibatnya. Sebagai sumber informasi barang atau jasa yang ditawarkan. Harus dicegah penggunaan iklan menyesatkan, menipu atau mengelabui

konsumen. Mengenai periklanan, rancangan undang-undang perlindungan konsumen tidak mengatur secara spesifik, karena diharapkan ketentuan periklanan dapat diatur dalam peraturan perundang-undangan tersendiri. Muatan yang akan diatur dibatasi kepada kegiatan atau perbuatan pengusaha yang menawarkan barang melalui iklan termasuk perusahaan periklanan atau media periklanan.¹⁸

5. Perlindungan Hak Konsumen Melalui Pemberlakuan Sanksi Pidana dan Hukuman Tambahan

Sanksi pidana yang dapat diberlakukan terhadap pelaku usaha akibat melakukan perbuatan memberikan informasi yang tidak benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa, sebagaimana dinyatakan pada Pasal 62 ayat:

- (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.

Pasal 63. Terhadap sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62, dapat dijatuhkan hukuman tambahan, berupa:

- a. perampasan barang tertentu;
- b. pengumuman keputusan hakim;
- c. pembayaran ganti rugi;
- d. perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;

¹³Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi I. Cetakan Pertama. Sinar Grafika. Jakarta, 2008. hlm. 74.

¹⁴*Ibid.* hlm. 74.

¹⁵*Ibid.*

¹⁶Sudarsono, *Kamus Hukum. Op.Cit.*, hal. 151.

¹⁷Titik Triwulan Tutik, *Pengantar Hukum Perdata di Indonesia*, Cetakan Pertama, Jakarta, 2006, hal. 2.

¹⁸Erman Rajagukguk *dkk, Op.Cit.*, hal. 19.

- e. kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau
- f. pencabutan izin usaha.

Sanksi, *sanctie*, yaitu: akibat hukum bagi pelanggar ketentuan undang-undang. Ada sanksi administratif, ada sanksi perdata dan ada sanksi pidana.¹⁹

Pengaturan yang dibentuk oleh penguasa negara menimbulkan norma hukum. Kaidah tersebut berupa peraturan-peraturan dalam segala bentuk dan jenisnya. Di dalam kehidupan sehari-hari terbukti bahwa norma hukum mengikat setiap orang. Pelaksanaan norma hukum mengikat setiap orang. Pelaksanaan norma hukum dapat dipaksakan dan dipertahankan oleh negara. Dipertahankan dan dipaksakannya norma hukum oleh negara merupakan salah satu keistimewaan norma hukum dengan ancaman pidana (bagi hukum pidana), hukuman (bagi hukum perdata dan atau hukum dagang). Upaya mewujudkan pertahanan dan paksaan tersebut tidak mungkin dapat berjalan dengan sendirinya akan tetapi hal itu harus dilaksanakan oleh alat-alat kekuasaan negara. Pelaksanaan tersebut bukan berarti tindakan sewenang-wenang akan tetapi merupakan upaya agar peraturan tersebut ditaati dan terlaksana dengan sebaik-baiknya.²⁰

Akibat terjadinya pelanggaran hukum terhadap hak konsumen informasi yang tidak benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa oleh pelaku usaha, menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen maka terhadap pelaku usaha dapat dikenakan sanksi pidana. Hal ini tentunya dapat memberikan kepastian hukum terhadap hak-hak konsumen.

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pelanggaran hukum terhadap konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, seperti:
 - a. pelaku usaha tidak melaksanakan kewajiban untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai

kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;

- b. pelaku usaha melakukan pelanggaran atas larangan memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku;
 - c. pelaku usaha melakukan pelanggaran atas larangan memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang;
 - d. pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa atau tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa.
2. Perlindungan hukum terhadap konsumen atas informasi yang tidak benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa meliputi:
 - a. Perlindungan hak konsumen larangan atas informasi yang tidak benar, jelas, dan jujur;
 - b. Perlindungan hak konsumen melalui pelaksanaan kewajiban pelaku usaha;
 - c. Perlindungan hak konsumen melalui larangan terhadap pelaku usaha dalam memproduksi dan memperdagangkan barang dan/atau jasa;
 - d. Perlindungan terhadap hak konsumen melalui larangan pelaku usaha periklanan;
 - e. Perlindungan hak konsumen melalui pemberlakuan sanksi pidana dan hukuman tambahan.

B. Saran

1. Untuk mencegah terjadinya pelanggaran hukum terhadap konsumen atas informasi yang tidak benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa yang diperdagangkan, maka diperlukan pelaksanaan tanggung jawab pemerintah untuk melakukan pembinaan dan pengawasan dalam penyelenggaraan

¹⁹Andi Hamzah. *Terminologi Hukum Pidana*, (Editor) Tarmizi, Ed. 1. Cet. 1. Sinar Grafika, Jakarta, 2008. hlm. 138.

²⁰Sударsono, *Pengantar Ilmu Hukum*, Cetakan Kelima, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2007, hlm. 166.

perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Pengawasan diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat. 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.

2. Perlindungan hukum terhadap konsumen atas informasi yang tidak benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa merupakan bagian dari penegakan hukum, sehingga diperlukan upaya pencegahan dan pelaksanaan hukuman terhadap pelaku usaha apabila terbukti secara sah menurut hukum melakukan perbuatan memberikan informasi yang tidak benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku untuk memberikan efek jera bagi pelaku dan pelaku usaha lainnya merupakan suatu peringatan untuk tidak melakukan perbuatan yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas Nurhayati, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Beberapa Aspeknya, Makalah Elips Project, Ujung Pandang*, 1996.
- Badruzaman Darus Mariam, *Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat dari Sudut Perjanjian Baku (Standar) dalam Badan Pembinaan Hukum Nasional. Simposium Aspek-Aspek Hukum Masalah Perlindungan Konsumen*, Binacipta. Bandung, 1986.
- Djamali Abdoel, *Pengantar Hukum Indonesia*, Edisi Revisi, Edisi 2. Cet. 4. Rajawali Pers. PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2009.
- Hamzah Andi. *Terminologi Hukum Pidana*, (Editor) Tarmizi, Ed. 1. Cet. 1. Sinar Grafika, Jakarta, 2008.
- Hariri Muhwan Wawan, *Pengantar Ilmu Hukum*, Cet. I. Pustaka Setia, Bandung. 2012.
- H S., Salim, *Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW)* Cetakan Keenam. Sinar Grafika, Jakarta, 2009.
- Judhariksawan, *Hukum Penyiaran*, PT. RajaGrafindo Persada. Cetakan Ke-I. Jakarta, 2010.
- Kristiyanti Tri Siwi Celina, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan Pertama, Sinar Grafika, Jakarta, 2008.
- Marbun Rocky, Deni Bram, Yuliasara Isnaeni dan Nusya A., *Kamus Hukum Lengkap (Mencakup Istilah Hukum & Perundang-Undangan Terbaru*, Cetakan Pertama, Visimedia, Jakarta. 2012.
- Masriani Tiena Yulies, *Pengantar Hukum Indonesia*, Cetakan Kelima, Sinar Grafika, Jakarta, 2009.
- Miru Ahmadi dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2008.
- Nitisusastro Mulyadi, H., *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Cetakan Kesatu. Alfabeta, CV. Bandung. 2012.
- Nugroho Adi Susanti, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Edisi I. Cetakan ke-I. Kencana Prenada Media Group. Jakarta. 2008.
- Rajaguguk Erman, *dkk, Hukum Perlindungan Konsumen*, (Penyunting) Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, Cetakan I. CV. Mandar Maju. Bandung, 2000.
- Soekanto Soerjono, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 2005.
- Soekanto Soerjono dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta. 1995.
- Sudarsono, *Kamus Hukum*, Cetakan Keenam, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2009.
- Sudarsono, *Pengantar Ilmu Hukum*, Cetakan Kelima, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2007.
- Suratman, H dan Philips Dillah, *Metode Penelitian Hukum*, Alfabeta, Bandung, 2012.
- Simatupang H. Taufik, *Aspek Hukum Periklanan Perspektif Perlindungan Konsumen*, Cetakan ke-1. PT. Citra Bakti, Bandung, 2004.

- Toar M. Agnes, *Penyalahgunaan Keadaan Penyalahgunaan Keadaan dan Tanggung Jawab Atas Produk di Indonesia (Pada Umumnya)*. Makalah. Disampaikan pada Seminar Dua Hari Tentang Pertanggung Jawab Produk dan Kontrak Bangunan yang diselenggarakan oleh Yayasan Pusat Pengkajian Indonesia Bekerjasama Dengan Badan Pembinaan Hukum Nasional. Jakarta, 25-26 Agustus. 1988.
- Tutik Triwulan Titik, *Pengantar Hukum Perdata di Indonesia*, Cetakan Pertama, Jakarta. 2006.
- Usman Racmadi, *Hukum Ekonomi Dalam Dinamika*, Djambatan, Jakarta, 2000.
- Widjaja Gunawan dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Cetakan Keempat, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2008.
- Zein Ahmad Yahya, *Problematika Hak Asasi Manusia*, Edisi Pertama. Cetakan Pertama, Liberty. Yogyakarta, 2012.

INTERNET

<https://auliamia.wordpress.com/2016/10/22/c-ontoh-kasus-mengenai-promosi-melalui-iklan-yang-tidak-beretika/> Diakses 12/9/2019 1:23 Wita.