

**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN  
DALAM PENAWARAN BARANG MELALUI SIARAN IKLAN  
DI TELEVISI SWASTA**

**Achmad Budiarto**

Fakultas Hukum Universitas Yos Soedarso

*e-mail:* [achmadbudiarto@gmail.com](mailto:achmadbudiarto@gmail.com)

**ABSTRAK**

Diera globalisasi dan teknologi yang semakin canggih saat ini, perdagangan tidak hanya dilakukan dengan cara tradisional yaitu bertemu mukanya pelaku usaha dengan konsumen, tetapi penjualan produk dapat dilakukan melalui promosi dengan menggunakan buku katalog, penjualan melalui kartu kredit, penjualan melalui saluran telepon ataupun dengan cara komunikasi melalui barang melalui siaran di televisi swasta tersebut, konsumen sama sekali belum melihat kondisi barang yang menjadi obyek jual beli secara konkrit. Disisi lain konsumen sudah harus melaksanakan kewajibannya dalam bentuk membayar harga barang berikut ongkos kirimnya kepada penjual, kemudian konsumen pun belum tahu kapan barang pesannya akan diterima, kondisi konsumen seperti tersebut menimbulkan kerawanan dalam memperoleh hak-haknya.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan, bahwa jual beli yang dilakukan melalui info komersial dalam siaran iklan ditelevisi swasta, merupakan suatu perjanjian jual beli yang harus tunduk dan tidak menyalahi ketentuan yang terdapat dalam Buku III KUH Perdata tentang Perikatan. Untuk melindungi konsumen secara hukum pelaku usaha harus tunduk pada aturan hukum yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UU Perlindungan Konsumen), hal ini dimaksudkan juga agar pelaku usaha terhindar dari sanksi-sanksi yang terdapat dalam UU Perlindungan Konsumen.

**PENDAHULUAN**

Konsumen dimanapun mereka berada dan dari negara manapun mempunyai hak-hak dasar tertentu, terlepas dan status sosialnya kaya atau miskin, yang dimaksud dengan hak-hak dasar tersebut adalah hak untuk mendapatkan informasi yang jelas, benar dan jujur hak untuk mendapatkan keamanan dan keselamatan, hak untuk memilih, hak untuk didengar hak untuk mendapatkan ganti rugi, hak untuk mendapatkan kebutuhan dasar manusia (cukup sandang, pangan dan papan), hak untuk mendapatkan lingkungan yang baik dan bersih dan hak untuk mendapatkan pendidikan.

Di Indonesia, Produsen dan Pemerintah sering mengabaikan hak-hak konsumen, baik dalam memberikan pelayanan pada masyarakat (Public Services) maupun dalam penjualan suatu produk, misalnya persoalan kualitas produk yang rendah, penggunaan zat tambahan pangan yang dilarang atau tidak mengikuti dosis yang di tentukan, persoalan pembelian rumah baik kualitasnya maupun perjanjian kredit yang di berlakukan, persoalan asuransi, persoalan perbankan dan yang paling sering di keluhkan oleh konsumen adalah persoalan tarif, pelayanan publik seperti pengurusan KTP, passport, surat tanah / sertifikat atau pengurusan izin mendirikan bangunan yang tidak pernah jelas tarif sebenarnya yang di tentukan oleh Pemerintah, belum lagi mengenai tarif pelayanan dan jasa seperti Telkom, PLN ataupun PDAM.

Persoalan selanjutnya adalah mengenai jual beli barang yang ditawarkan melalui info komersial (infomercial) yang disiarkan media elektronik, jual beli barang dengan cara infomercial ini termasuk hal baru di Indonesia, sehingga sering terjadi konsumen dirugikan akibat dari kualitas barang yang tidak sesuai dengan pesanan. Permasalahan yang dihadapi konsumen di Indonesia tidak hanya sekedar bagaimana memilih barang, tetapi jauh lebih dari itu yaitu menyangkut pada penyadaran semua pihak, baik itu produsen maupun konsmnen itu sendiri mengenai pentingnya perlindungan konsumen.

Produsen harus menyadari bahwa mereka diwajibkan untuk menghargai hak-hak konsumen, memproduksi barang dan jasa yang berkualitas, aman dimakan/digunakan, mengikuti standar yang berlaku dengan harga yang sesuai (reasonable).

Pemerintah harus menyadari bahwa diperlukan undang-undang serta peraturan-peraturan di segala sektor yang berkaitan dengan berpindahnya barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Pemerintah juga bertugas untuk mengawasi berjalannya peraturan serta undang undang tersebut dengan baik, sedangkan konsumen juga harus sadar akan hak-hak yang mereka miliki sebagai seorang konsumen sehingga dapat melakukan sosial kontrol terhadap perbuatan perilaku produsen dan pemerintah.

Hal lain yang harud di waspadai di era globalisasi dan teknologi yang semakin canggih ini, permasalahan yang dihadapi konsumen akan bertambah komplks. Perdagangan antar negara tidak hanya dengan cara tradisional yaitu produsen dengan konsumen bertemu muka, tetapi penjualan produk dapat juga dengan melalui promosi dengan menggunakan buku katalog, penjualan melalui telepon, penjualan melalui kartu kredit ataupun dengan cara komunikasi melalui iklan yang ditayangkan melalui televisi swasta.

Seiring dengan maraknya iklan produk yang ditawarkan melalui televisi swasta, apabila tidak diantisipasi secara dini baik oleh pemerintah, produsen pengelola stasiun televisi swasta dan konsumen dikhawatirkan akan banyak

anggota masyarakat yang menjadi korban praktek penjualan barang melalui iklan di televisi swasta.

Dalam prosedur membeli barang melalui iklan di televisi swasta yang lazim disebut infocomercial, yaitu dengan cara terlebih dahulu konsumen mengirimkan uang senilai harga barang, ditambah ongkos kirim kepada penjual, seperti yang banyak di iklankan di televisi swasta akhir-akhir ini, dari aspek perlindungan konsumen mengandung kerawanan. Konsumen dalam kondisi sama sekali belum melihat barang yang menjadi obyek jual beli secara konkrit, disisi lain konsumen sudah harus melaksanakan kewajibannya dalam bentuk membayar harga barang berikut ongkos kirimnya kepada penjual, kondisi ini menempatkan konsumen dalam posisi yang lemah.

### **RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan fenomena umum diatas, maka ada beberapa permasalahan yang menarik untuk dianalisis, antara lain bagaimana persyaratan dan proses pengadaan barang dalam jual-beli melalui iklan di televisi swasta ?, lalu bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen pembeli barang yang ditawarkan produsen melalui siaran iklan di televisi swasta ?, kemudian bagaimana sanksi hukum terhadap produsen yang melakukan pelanggaran dalam penawaran barang melalui siaran iklan di televisi swasta ?

### **PEMBAHASAN**

#### **a) Persyaratan dan Proses Pengadaan Barang Dalam Jual Beli Melalui Iklan Di Televisi Swasta.**

Seperti yang telah penulis sebutkan diatas bahwa prosedur pembelian barang melalui info komersial, prosesnya yaitu dengan cara terlebih dahulu konsumen melihat sajian iklan yang ditayangkan oleh televisi swasta melalui info komersial, kemudian konsumen sebagai calon pembeli dengan menggunakan pesawat telepon memesan barang yang diinginkan serta mengirimkan sejumlah uang yang senilai dengan harga barang yang ditawarkan, ditambah ongkos kirim kepada pelaku usaha (penjual) melalui transfer ke rekening bank yang ditunjuk, kemudian pembeli harus mengirimkan bukti pembayaran melalui fax ke agen pelaku usaha (penjual) tersebut. Dengan transaksi jual beli seperti itu konsumen sama sekali belum melihat kondisi barang yang menjadi obyek jual beli secara konkrit, serta belum tahu kapan barang pesannya akan diterima oleh konsumen.

Menurut penulis, secara yuridis jual beli barang seperti tersebut diatas termasuk ke dalam suatu bentuk perjanjian, sehingga harus memenuhi persyaratan yang sesuai dengan peraturan perundang Undangan yang berlaku

dalam KUH Perdata, diantaranya adalah Pasal 1320 KUH Perdata yang berisi tentang syarat-syarat sah nya suatu perjanjian, yaitu :

- 1) Penjual dan pembeli adalah orang yang cakap melakukan perbuatan hukum (sudah dewasa).
- 2) Antara penjual dan pembeli harus sudah ada kesepakatan, dalam hal ini penjual sepakat dan mempunyai kapasitas untuk menyerahkan barang sesuai dengan waktu yang dikehendaki oleh pembeli, kemudian penjual menerima pembayaran sesuai dengan harga barang yang telah disepakati. Selanjutnya pembeli sepakat dan mempunyai kapasitas untuk menerima barang sesuai dengan waktu yang dikehendaki, kemudian menyerahkan pembayaran seharga barang yang telah disepakati.
- 3) Barang yang menjadi obyek jual beli harus sudah ditentukan, jelas dan sudah ada (konkret).
- 4) Barang yang menjadi obyek jual beli tersebut termasuk dalam barang yang legal dan halal untuk diperjualbelikan.

Syarat yang pertama dan kedua disebut syarat subyektif berhubungan dengan subyek jual beli dalam hal ini adalah pelaku jual beli, apabila syarat yang pertama dan kedua ini tidak dipenuhi atau tidak ditaati, maka perjanjian jual beli tersebut dapat dibatalkan. Syarat yang ketiga dan keempat disebut syarat obyektif berhubungan dengan barang yang menjadi obyek jual beli, apabila syarat yang ketiga dan keempat tidak dipenuhi atau tidak ditaati, maka akibatnya perjanjian jual beli tersebut batal dengan sendirinya atau batal demi hukum.

Undang-undang memberikan hak kepada setiap orang untuk secara bebas membuat dan melaksanakan perjanjian, selama keempat unsur di atas terpenuhi, hal ini sesuai dengan Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata yang menganut asas itikad baik. Pihak-pihak dalam perjanjian adalah bebas menentukan aturan main yang mereka kehendaki dalam perjanjian tersebut, dan selanjutnya melaksanakannya sesuai dengan kesepakatan yang telah tercapai di antara mereka, selama dan sepanjang para pihak tidak melanggar mengenai klausula yang halal, artinya ketentuan yang diatur di dalam perjanjian tersebut tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, ketertiban umum, kesusilaan, kepatutan dan kebiasaan yang berlaku umum di dalam masyarakat.

Seperti yang telah penulis uraikan bahwa pada dasarnya perjanjian dibuat berdasarkan kesepakatan yang bebas antara dua pihak yang cakap untuk bertindak demi hukum (pemenuhan syarat subyektif; untuk melaksanakan suatu prestasi yang tidak bertentangan dengan aturan hukum yang berlaku, kepatutan, kesusilaan, ketertiban serta kebiasaan yang berlaku

dalam masyarakat luas (pemenuhan syarat obyektif). Tetapi adakalanya “kedudukan” dari kedua belah pihak dalam suatu negosiasi tidak seimbang, yang pada akhirnya melahirkan suatu perjanjian yang kurang menguntungkan bagi salah satu pihak, seperti halnya konsumen pembeli barang melalui info komersial yang ditayangkan dalam siaran iklan oleh televisi swasta, menurut pendapat penulis ‘kedudukan’ konsumen berada pada pihak yang kurang menguntungkan karena di dalam pembelian barang tersebut konsumen terlebih dahulu harus sudah mengirimkan uang senilai harga barang yang diinginkan ditambah ongkos kirim kepada penjual, padahal konsumen sama sekali belum melihat kondisi barang yang menjadi obyek jual beli secara konkret, selain dari itu tidak ada kepastian bagi konsumen kapan barang tersebut akan berada ditangannya, menurut hemat penulis idealnya tidak saja harus ada jaminan dari pelaku usaha (penjual) tentang kejelasan waktu penyerahan barang kepada konsumen sejak uang diterima penjual, tetapi juga ada ganti rugi/kompensasi kepada konsumen, manakala pengiriman barang terlambat sampai ketangan konsumen, atau jika barang tersebut hilang dalam perjalanan pengiriman. Dalam pembelian barang melalui info komersial, selain penjual dan konsumen memang masih ada perusahaan jasa pengiriman, keterlambatan ataupun tidak diterimanya barang dapat pula terjadi karena kelalaian perusahaan jasa pengiriman, namun demikian, hal ini tidak dapat dijadikan alasan bagi penjual barang untuk melepaskan tanggung jawabnya kepada konsumen. Kemudian soal kesesuaian antara barang yang diiklankan dengan kenyataan/barang yang di terima, karena ketika konsumen memutuskan untuk membeli produk yang diiklankan sama sekali belum melihat wujud konkret barang tersebut, sehingga manakala barang yang diterima berbeda dengan barang yang diiklankan, menurut penulis hal tersebut jelas akan sangat meragukan Kepentingan konsumen. Selain dari itu pada umumnya barang yang diiklankan tersebut buatan luar negeri (import), penulis berpendapat bahwa hal ini menempatkan konsumen dalam posisi yang lemah sepanjang tidak ada kejelasan mengenai mekanisme pengaduan apabila barang tersebut bermasalah, kemudian jaminan after sales service dari produsen. Selanjutnya adalah mengenai harga, apabila barang yang dijual ada di pasar bebas, tentu ada kesempatan bagi konsumen untuk melakukan perbandingan harga, namun demikian apabila barang tersebut tidak ada di pasar bebas konsumen tidak dapat melakukan perbandingan harga, pada umumnya untuk barang yang ditawarkan melalui info komersial tidak dijual di pasar bebas, sehingga sulit bagi konsumen untuk mengetahui rasional tidaknya harga yang ditawarkan penjual, terlebih lagi keadaan fisik barang tidak diketahui.

Hal yang tidak kalah menarik adalah soal pertanggung jawaban pengelolaan televisi swasta terhadap kebenaran klaim iklan produk mail order yang ditayangkannya, menurut penulis idealnya selain menikmati keuntungan finansial dari tayangan iklan info komersial, pengelola televisi swasta harus bertanggung jawab terhadap kebenaran materi iklan info komersial. Hal ini antara lain dapat dilakukan dengan terlebih dahulu membuktikan ketersediaan barang dan menguji kehebatan barang tersebut, dari hasil pembuktian dan pengujian pengelola televisi swasta punya hak untuk menolak menayangkan iklan info komersial, apabila dari hasil pengujian kehebatan hasil produk tersebut tidak terbukti. Apabila pengelola televisi swasta tidak melakukan hal itu maka ia mempunyai kontribusi kesalahan terhadap konsumen.

b) Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pembeli Barang Melalui Iklan Di Televisi Swasta.

Dalam tata krama dan tata cara periklanan Indonesia dikatakan bahwa periklanan merupakan salah satu sarana pemasaran dan sarana penerangan, yang memegang peranan penting dalam pembangunan bangsa Indonesia, sehubungan dengan itu iklan harus jujur, bertanggung jawab dan tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku, iklan tidak boleh menyinggung perasaan dan/atau merendahkan martabat, agama, tata susila, adat, budaya, suku dan golongan, kemudian iklan harus dijiwai oleh asas persaingan yang sehat.

Sebagai sarana pemasaran dan sarana penerangan, perusahaan periklanan dalam menjalankan kegiatannya terikat pada suatu hubungan tertentu, hubungan hukum ini merupakan salah satu bentuk hubungan hukum yang diatur dalam Pasal 1601 KUH-Perdata mengenai perjanjian-perjanjian untuk melakukan sementara jasa-jasa, yang bukan hubungan kerja hierarki (majikan buruh) maupun persetujuan dalam rangka pemborongan pekerjaan. Hubungan hukum tersebut selanjutnya dijabarkan dalam bentuk perjanjian antara kedua belah pihak, yang mengatur hak-hak dan kewajiban-kewajiban para pihak, serta pertanggung jawaban atas hasil karya/hasil kerja yang dihasilkan oleh pelaku usaha periklanan tersebut dengan pelaku usaha yang mempekerjakannya.

Sebagai suatu bentuk perjanjian yang tunduk pada ketentuan umum yang diatur dalam buku III, khususnya bab II dan bab IV KUH-Perdata berbagai macam hak, kewajiban, serta pertanggung jawaban yang dilahirkan dari perjanjian periklanan tersebut tidak boleh menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku, yaitu asa kepatutan dan kesusilaan, serta ketertiban umum dan kebiasaan yang berlaku dalam masyarakat.

Menurut hemat penulis untuk melindungi konsumen secara hukum didalam jual beli melalui info komersial yang ditayangkan oleh televisi swasta adalah bahwa pelaku usaha harus mentaati aturan hukum yang diatur dalam UU perlindungan konsumen. Beberapa Pasal yang perlu diperhatikan dari ketentuan dalam undang-undang tersebut adalah hak dan kewajiban konsumen yang diatur di dalam Pasal 4 dan Pasal 5, kemudian hak dan kewajiban pelaku usaha yang diatur dalam Pasal 6 dan Pasal 7, selain dari itu perlu pula diperhatikan larangan-larangan yang diatur dalam pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 12 dan Pasal 13 yang berhubungan dengan berbagai macam larangan dalam mempromosikan barang dan/atau jasa tertentu serta ketentuan Pasal 17 yang khusus diperuntukkan bagi perusahaan periklanan.

Menurut ketentuan Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, konsumen memiliki hak sebagai berikut :

- a) hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa ;
- b) hak untuk memilih barang dan / atau jasa, serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi, serta jaminan yang dijanjikan ;
- c) hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d) hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/ atau jasa yang digunakan;
- e) hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut ;
- f) hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen ;
- g) hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar, jujur serta tidak diskriminatif ;
- h) hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i) hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya

Berdasarkan pengamatan penulis dari sembilan butir hak konsumen yang diberikan di atas, terlihat bahwa masalah kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan utama dalam perlindungan konsumen. Barang dan/atau jasa yang penggunaannya tidak memberikan kenyamanan, terlebih lagi yang tidak aman atau membahayakan keselamatan konsumen jelas tidak layak untuk diedarkan kepada masyarakat, selanjutnya untuk menjamin bahwa suatu barang dan/atau jasa dalam penggunaannya akan nyaman, aman maupun tidak membahayakan konsumen,

maka konsumen diberikan hak untuk memilih barang dan/atau jasa yang dikehendakinya berdasarkan atas keterbukaan informasi jelas dan jujur, apabila terdapat penyimpangan yang merugikan, konsumen berhak untuk didengar, memperoleh advokasi, pembinaan, perlakuan yang adil, kompensasi sampai ganti rugi. Selain memperoleh hak tersebut, sebagai balance sesuai dengan Pasal 5, konsumen juga diwajibkan untuk ;

- a) membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b) beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan / atau jasa;
- c) membayar dengan nilai tukar yang disepakati;
- d) mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut

Adanya kewajiban konsumen ini dimaksudkan agar konsumen sendiri dapat memperoleh hasil yang optimum atas perlindungan dan/atau kepastian hukum bagi dirinya.

Pada bab II telah penulis sebutkan bahwa pada pokoknya hak dan kewajiban satu pihak terhadap pihak lainnya lahir dan suatu peradilan maupun undang-undang, dan telah dijelaskan juga bahwa perjanjian 'tertulis' antara konsumen dan pelaku usaha sering tidak dapat ditemukan, sehingga kebanyakan orang hanya berbicara mengenai kebutuhan dan konsumen yang menggunakan, memanfaatkan maupun memakai barang dan atau jasa yang oleh pelaku usaha. Untuk keperluan memberikan kepastian hukum dan kejelasan akan hak-hak dan kewajiban-kewajiban para pihak, UU Perlindungan Konsumen telah memberikan peraturan mengenai hal itu yaitu dalam Pasal 6 tentang hak pelaku usaha, dinyatakan :

- a) menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan ;
- b) mendapatkan perlindungan hukum dan tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c) melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d) rehabilitasi nama baik apabila tidak 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.

Selanjutnya sebagai konsekuensi dari hak konsumen yang telah penulis sebutkan pada uraian terdahulu, maka kepada pelaku usaha dibebankan pula

kewajiban-kewajiban sebagai berikut :

- a) beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b) memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, serta memberikan 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) memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu, serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan;
- f) memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g) memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Apabila di analisis, sangat jelas bahwa kewajiban-kewajiban tersebut merupakan manifestasi hak konsumen dalam sisi lain yang dijadikan target untuk mendapatkan budaya tanggung jawab pada diri pelaku usaha.

Ketentuan Pasal 8 UU Perlindungan Konsumen merupakan satu-satunya ketentuan umum, yang berlaku secara general bagi kegiatan usaha dan para pelaku usaha pabrikan atau distributor di negara Republik Indonesia. Larangan tersebut meliputi kegiatan pelaku usaha untuk melaksanakan kegiatan produksi dan/atau perdagangan 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 tersebut;
- 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 dipasang/dibuat.
- j) tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Secara garis besar larangan yang dikenakan dalam pasal 8 tersebut dapat dibagi ke dalam dua larangan pokok, yaitu:

- a) Larangan mengenai produk itu sendiri, yang tidak memenuhi syarat dan standar yang layak untuk dipergunakan atau dipakai atau dimanfaatkan oleh konsumen.
- b) Larangan mengenai ketersediaan informasi yang tidak benar dan tidak akurat, yang menyesatkan konsumen.

Pasal 9 UU Perlindungan Konsumen melarang setiap pelaku usaha untuk menawarkan, mempromosikan, mengiklankan maupun memperdagangkan 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 samping tanpa keterangan lengkap.
- k) menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti

Dalam Pasal 10 UU Perlindungan Konsumen, pelaku usaha yang menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang untuk 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

Pasal 12 berhubungan dengan larangan yang dikenakan bagi pelaku usaha yang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan / atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam suatu waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut sesungguhnya tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan atau diiklankan tersebut.

Selanjutnya ketentuan Pasal 13 melarang pelaku usaha untuk menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan :

- a) 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 dijanjikan.
- b) Obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan dan Jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.

Pasal 17 UU Perlindungan Konsumen secara khusus memberlakukan larangan bagi pelaku usaha periklanan untuk 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, ialah atau tidak tepat barang dan/atau jasa;
- d) mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seijin berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
- e) melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan

mengenai periklanan.

Setelah penulis analisis dan uraikan ternyata bahwa UU Perlindungan Konsumen pada prinsipnya lebih mengutamakan perlindungan dan hak-hak konsumen sebagai hak-hak dasarnya dengan tujuan untuk mencapai keadilan, yang pada gilirannya akan meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya, serta menumbuhkan kembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.

c) Sanksi Hukum Terhadap Produsen Yang Melakukan Pelanggaran Dalam Jual Beli Melalui Iklan di Televisi Swasta.

Seperti yang telah penulis singgung diatas bahwa pada prinsipnya hubungan hukum antara pelaku usaha dengan konsumen adalah hubungan keperdataan, hal tersebut berarti setiap perselisihan mengenai pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha atas pelaksanaan UU Perlindungan Konsumen yang menerbitkan kerugian bagi konsumen diselesaikan secara perdata, namun demikian UU Perlindungan Konsumen juga mengenakan sanksi pidana bagi pelanggar Undang-Undang tersebut. Hal ini dipertegas dengan rumusan Pasal 45 ayat (3) yang menyatakan bahwa penyelesaian sengketa di luar pengadilan tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam bab ini penulis akan menganalisis sanksi-sanksi yang dikenakan oleh Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjalankan usahanya.

Aturan mengenai sanksi-sanksi yang dapat dikenakan kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan dapat ditemukan dalam Bab XIII dari mulai pasal 60 sampai dengan pasal 63 UU Perlindungan Konsumen. Sanksi-sanksi yang dapat dikenakan terdiri dari :

- a) sanksi administratif
- b) sanksi pidana pokok
- c) sanksi pidana tambahan

Sanksi administratif diatur dalam satu pasal yaitu Pasal 60, sanksi administratif ini merupakan hak khusus yang diberikan oleh UU perlindungan Konsumen kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BKK) atas tugas dan/atau kewenangan yang diberikan oleh Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen ini kepada BPSK untuk menyelesaikan persengketaan konsumen diluar pengadilan, Menurut ketentuan Pasal 60 ayat (2) jo. Pasal 60 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen, sanksi administratif yang dapat dijatuhkan oleh BPSK adalah berupa penerapan ganti rugi sampai setinggi-tingginya Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah) terhadap para

pelaku usaha yang melakukan pelanggaran, dalam rangka :

- a) Tidak dilaksanakannya pemberian ganti rugi oleh pelaksana kepada konsumen, dalam bentuk pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis, maupun perawatan kesehatan atau pemberian santunan atas keragian yang diderita oleh konsumen.
- b) Terjadinya kerugian sebagai akibat kegiatan produksi iklan yang dilakukan oleh pelaku usaha periklanan.
- c) Pelaku usaha yang tidak dapat menyediakan fasilitas jaminan purna jual, baik dalam bentuk suku cadang maupun pemeliharannya, serta pemberian jaminan atau garansi yang telah ditetapkan sebelumnya, berlaku terhadap pelaku usaha yang memperdagangkan barang dan/atau jasa.

Sanksi pidana pokok adalah sanksi yang dapat dikenakan dan dijatuhkan oleh pengadilan atas tuntutan Jaksa Penuntut Umum terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 memungkinkan dilakukannya penuntutan pidana terhadap pelaku usaha dan/ atau pengurusnya. Rumusan Pasal 62 UU Perlindungan Konsumen menentukan bahwa pelaku usaha dan/atau pengurusnya yang melakukan pelanggaran terhadap :

- a) ketentuan sebagaimana dimaksud dalam :
  - 1) Pasal 8, mengenai barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi standar yang telah ditetapkan;
  - 2) Pasal 9 dan Pasal 10, mengenai informasi yang tidak benar,
  - 3) Pasal 13 ayat (2), mengenai penawaran obat-obatan dan hal-hal yang berhubungan dengan kesehatan;
  - 4) Pasal 15, mengenai penawaran barang secara paksaan (phisik);
  - 5) Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b; huruf c, dan huruf e, mengenai iklan yang memuat informasi yang tidak sesuai dengan kenyataan atau menyesatkan;
  - 6) Pasal 17 ayat (2), mengenai peredaran iklan yang dilarang;
  - 7) Pasal 18, mengenai pencantuman klausul baku;  
Dapat dikenakan sanksi pidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda sebanyak Rp. 2.000.000.000.- ( dua milyar rupiah).
- b) ketentuan sebagaimana dimaksudkan dalam :
  - 1) Pasal 11, mengenai penjualan secara obral atau lelang;
  - 2) Pasal 12, mengenai penawaran dengan tarif khusus;
  - 3) Pasal 13 ayat (1), mengenai pemberian hadiah secara cuma-cuma;
  - 4) Pasal 14, mengenai penawaran dengan memberikan hadiah melalui

undian;

- 5) Pasal 16, mengenai penawaran melalui pesanan;
- 6) Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f mengenai produksi iklan yang bertentangan dengan etika, kesusilaan dan ketentuan hukum yang berlaku;

Dapat dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah).

- c) pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap, atau kematian, maka akan diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku secara umum.

Ketentuan Pasal 63 UU Perlindungan Konsumen memungkinkan dijatuhkan berdasarkan ketentuan Pasal 62 UU Perlindungan Konsumen, Sanksi-sanksi pidana tambahan yang dapat dijatuhkan berupa :

- a) perampasan barang tertentu;
- b) pengumuman keputusan hakim;
- c) pembayaran ganti rugi,
- d) perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
- e) kewajiban penarikan barang dan peredaran;
- f) pencabutan ijin usaha.

Mengenai beban pembuktian terhadap kesalahan pelaku usaha, seperti halnya beban pembuktian perdata, ketentuan Pasal 22 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 memberikan beban dan tanggung jawab pembuktian pidana atas/mengenai kesalahan dalam setiap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha kepada pelaku usaha sepenuhnya, walaupun demikian UU perlindungan Konsumen tidak menutup kemungkinan dilakukannya oleh Jaksa Penuntut Umum.

Ketentuan ini menurut hemat penulis memperjelas bahwa Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) memang tidak memiliki kewenangan untuk menjatuhkan sanksi atas setiap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha, ini sejalan dengan ketentuan Pasal 47 UU Perlindungan konsumen yang menyatakan bahwa penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen. Tetapi guna menegakkan kepastian hukum, UU Perlindungan. Konsumen sesuai proporsinya telah memberikan hak dan kewajiban kepada BPSK untuk

menjatuhkan sanksi administratif bagi pelaku usaha yang tidak memberikan ganti rugi kepada konsumen atas tindakannya yang merugikan konsumen.

Selain sanksi keperdataan yang dapat dilakukan dalam bentuk gugatan oleh konsumen, baik melalui BPSK maupun pengadilan, UU Perlindungan Konsumen juga mencantumkan sanksi pidana yang jelas bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan-ketentuan yang secara tegas telah dilarang dalam Undang-Undang tersebut, Berjalan tidaknya sanksi-sanksi yang telah ditentukan tersebut sangat bergantung pada siap tidaknya berbagai pihak yang terkait, disamping itu kemampuan dan pengetahuan yang cukup signifikan tentang perlindungan konsumen juga sangat perlu untuk meningkatkan efektifitas pelaksanaan UU Perlindungan Konsumen ini dalam praktek.

## **PENUTUP**

### **a. Kesimpulan**

- 1) Prosedur membeli barang melalui info komersial yang ditayangkan melalui siaran iklan di televisi swasta, persyaratan dan prosesnya yaitu dengan cara konsumen terlebih dahulu melihat sajian iklan yang ditayangkan oleh televisi swasta melalui info komersial, kemudian konsumen sebagai calon pembeli dengan menggunakan pesawat telepon memesan barang yang diinginkan serta mengirimkan sejumlah uang yang senilai dengan harga barang yang ditawarkan, ditambah ongkos kirim kepada pelaku usaha (penjual) melalui transfer ke rekening bank yang ditunjuk, selanjutnya pembeli harus mengirimkan bukti pembayaran melalui fax ke agen pelaku usaha tersebut. Dalam transaksi jual beli seperti itu konsumen sama sekali belum melihat kondisi barang yang menjadi obyek jual beli secara konkret, serta belum tahu kapan barang pesannya akan diterima oleh konsumen. Dan persyaratan dan proses jual beli tersebut diatas secara yuridis termasuk ke dalam perjanjian jual beli, sehingga harus memenuhi persyaratan yang sesuai dengan peraturan perundang undangan yang berlaku dalam KUH Perdata diantaranya adalah pasal 1320 mengenai syarat-syarat sah nya perjanjian, yang terdiri dari 4 (empat) syarat apabila syarat pertama dan syarat kedua tidak dipenuhi maka perjanjian tersebut dapat dibatalkan, sedangkan apabila syarat ketiga dan syarat keempat tidak dipenuhi maka perjanjian itu batal demi hukum. Apabila pasal 1320 KUH.Perdata tersebut dihubungkan dengan proses dan persyaratan jual beli seperti tersebut diatas, maka jual beli tersebut tidak memenuhi syarat ketiga yaitu barang yang menjadi obyek jual beli harus sudah ditentukan, jelas dan sudah ada (konkret), sehingga jual beli tersebut batal demi hukum.

- 2) Untuk melindungi konsumen secara hukum di dalam jual beli melalui info komersial yang ditayangkan oleh televisi swasta, adalah bahwa pelaku usaha harus mentaati aturan hukum yang diatur dalam UU Perlindungan Konsumen. Dalam undang-undang tersebut terdapat beberapa pasal yang khusus mengatur mengenai berbagai macam larangan dalam mempromosikan barang dan/atau jasa, kemudian pasal yang mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen serta hak dan kewajiban pelaku usaha.

UU Perlindungan Konsumen pada prinsipnya lebih mengutamakan perlindungan dan hak-hak konsumen sebagai hak-hak dasarnya dengan tujuan untuk mencapai keadilan, yang pada gilirannya akan meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya, serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.

- 3) Pada prinsipnya hubungan hukum antara pelaku usaha sebagai penjual dengan konsumen sebagai pembeli adalah hubungan keperdataan, hal tersebut berarti setiap perselisihan mengenai pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha atas pelaksanaan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yang menerbitkan kerugian bagi konsumen diselesaikan secara perdata, namun demikian UU Perlindungan Konsumen juga mengenakan sanksi pidana bagi pelanggar Undang-Undang tersebut. Aturan mengenai sanksi pidana terdapat di dalam Bab XIII Pasal 60 sampai dengan Pasal 63 UU Perlindungan Konsumen, yang terdiri dari sanksi administratif, sanksi pidana pokok dan sanksi pidana tambahan.

#### **b. Saran**

Salah satu faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran akan haknya memang masih rendah, oleh sebab itu UU Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

Upaya pemberdayaan ini penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha yang pada dasarnya berprinsip ekonomi, yaitu mendapat keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal yang seminimal mungkin. Prinsip ini sangat potensial untuk merugikan kepentingan konsumen, baik secara langsung atau tidak langsung.

Berdasarkan kondisi yang dipaparkan di atas, dapat dikatakan bahwa yang perlu tidak hanya upaya pemberdayaan konsumen melalui pembentukan undang-undang yang dapat melindungi kepentingan konsumen secara

integratif dan komprehensif, tetapi perlu juga tentang peraturan pelaksanaannya, pembinaan aparat, pranata dan perangkat-perangkat yudikatif, administratif dan edukatif, serta sarana dan prasarana penunjang lainnya, agar nantinya undang-undang tersebut dapat diterapkan secara efektif di masyarakat.

### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **Buku**

- Badruzaman, Mariam Darius, Kitab Undang –Undang Hukum Perdata Buku III; Hukum Perikatan dengan Penjelasanmya, Alumni, Bandung, 1996
- Dirdjosisworo, Soedjono, Kejahatan Bisnis, Mandar maju, Bandung 1994
- Fuady, Munir, Hukum Bisnis dalam Teori dan Praktek, Buku Kedua, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 1994
- Nasution, Az, Hukum Perlindungan Konsumen; Suatu Pengantar, Daya Widya, Jakarta, 1999
- Subekti, R, Hukum Pembuktian, Pradnya Paramita, Jakarta, 1995
- Subekti, R, dan Tjitrosudibio, R, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Pradnya Paramita, Jakarta, 1985
- Sudaryatmo, Masalah Perlindungm Konsumen di Indonesia, PT Citra Aditya Bakti, Bandung 1996
- Widjaja, Gunawan, Hukum Tentang Perlindungan Konsumen, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2000

#### **Peraturan perundang-undangan**

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen