

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan dalam pembahasan sebelumnya, maka dapat pula ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, cara pertanggungjawaban pelaku usaha didasarkan pada Bab VI Pasal 19 sampai dengan 28 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Menurut Pasal 19 ayat 1 dan 2 yang menyatakan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen yang disebabkan oleh mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan, konsumen juga dapat mengajukan tuntutan ganti rugi kepada pelaku usaha. pelaku atas kerugian yang dialaminya. Sedangkan pembayaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang atau jasa, pembayaran sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan atau jasa. Namun akibat dari ketidak patuhan pelaku usaha terhadap peraturan yang berlaku menimbulkan beberapa kerugian yang dialami oleh konsumen yaitu kerugian materil dan kerugian immateril. Ketentuan mengenai periklanan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah dijelaskan sebagai larangan, namun apabila pelaku usaha periklanan melanggar ketentuan tersebut, dapat juga dikenakan sanksi sesuai dalam Pasal 60 dan 62 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen tentang sanksi Administratif dan sanksi Pidana. Sesuai dengan Pasal 63 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha juga dapat dikenakan sanksi tambahan, seperti penyitaan barang tertentu, pengumuman putusan pengadilan, pembayaran ganti rugi, perintah untuk berhenti melakukan

kegiatan tertentu. kegiatan yang merugikan konsumen, kewajiban mengeluarkan barang dari peredaran, atau pencabutan izin.

2. Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan perlindungan hukum bagi konsumen terhadap iklan yang menyesatkan, yaitu dengan menetapkan dalam Bab III Pasal 4 sampai dengan pasal 7 tentang hak dan kewajiban konsumen serta hak dan kewajiban pelaku usaha. Langkah-langkah Undang-Undang Perlindungan Konsumen untuk melindungi pelanggan dijelaskan dalam Pasal 9, 10, 12, 13, dan 17 Bab IV, yang berisi pembatasan yang mengatur larangan pelaku usaha yang mempublikasikan larangan tersebut. Masih ada cara lain untuk melindungi konsumen, seperti pembentukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) yang diatur dalam Pasal 31 sampai dengan 43 Bab VIII UU Perlindungan Konsumen. Negara telah melindungi konsumen dengan memberlakukan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, khususnya pasal 4 yang menetapkan hak konsumen yang layak dan wajib. Menegaskan hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur dari pelaku usaha, mengacu pada Pasal 4 huruf c. Konsumen juga bisa mendapatkan perlindungan konsumen yang bersifat *preventif* melalui lembaga Badan Perlindungan Konsumen (BPKN) dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) perlindungan yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan dengan maksud untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban. Perlindungan *represif* upaya untuk perlindungan hukum yang dilakukan melalui badan peradilan administrasi negara yaitu melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Apabila konsumen melakukan gugatan mengenai permasalahan terhadap iklan menyesatkan yang dilakukan pelaku usaha, konsumen akan mendapatkan perlindungan dengan cara *represif*. Untuk mengatasi permasalahan yang timbul berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 huruf e Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan, apabila terjadi adanya sengketa, konsumen berhak menerima advokasi, perlindungan, dan

upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen sebagaimana mestinya. Memberikan beberapa alternatif pilihan, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 45 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Ada 2 (dua) jenis penyelesaian sengketa yang berbeda, dapat melalui penyelesaian luar pengadilan dan penyelesaian melalui pengadilan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Atas Pengaruh Iklan Yang Menyesatkan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, penulis dalam hal ini memberi saran:

1. Mengenai pertanggungjawaban pelaku usaha perlu adanya peningkatan mutu penjualan atau jasanya harus lebih berkualitas agar produk dan/atau jasanya layak untuk diiklankan dan memuaskan pelanggan. Sangat penting untuk meningkatkan kesadaran hukum perlindungan konsumen, khususnya di kalangan pelaku usaha dan konsumen, serta memperhatikan keamanan saat membeli barang agar tidak merugikan konsumen, agar Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen dapat diterapkan secara efektif. dan efisien dan Sangat penting untuk meningkatkan kesadaran akan undang-undang perlindungan konsumen, khususnya di antara pelaku usaha kepentingan bisnis dan konsumen, dan untuk memperhatikan keamanan produk saat membeli barang untuk mencegah kerugian pada konsumen.
2. Perlindungan hukum mengenai periklanan harus semakin ditegakan melalui peraturan yang telah dibuat. Hukum harus melindungi hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang akurat, jujur, dan benar tentang produk dan/atau jasa harus dilindungi oleh peraturan perundang-undangan. Pemerintah, BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen), dan Lembaga Swadaya Masyarakat Perlindungan Konsumen juga harus lebih mengontrol cara pelaku usaha memasarkan barangnya kepada masyarakat luas. Hal ini sebagai upaya agar konsumen terlindungi dan mendapat kepastian hukum.