

**ANALISIS HUKUM PERTANGGUNG JAWABAN
PELAKU USAHA TERHADAP KONSUMEN AKIBAT
IKLAN**

OLEH:

**WAWAN NENTO
NIM: H.11.16.210**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana Hukum**



**PROGRAM STRATA SATU (S-1)
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS IHSAN GORONTALO**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING
ANALISIS HUKUM PERTANGGUNG JAWABAN
PELAKU USAHA TERHADAP KONSUMEN
AKIBAT IKLAN

OLEH :

WAWAN NENTO
NIM: II.11.16.210

Skripsi

Untuk Memenuhi Syarat Mengajukan Penelitian
Pada Fakultas Hukum Universitas Ihsan Gorontalo
Disetujui Oleh Tim Pembimbing Pada Tanggal 10 - 4 - 2020

Menyetujui

Pembimbing I


Dr. Syaiful, SH, MH
NIDN: 0918078301

Pembimbing II


Sri Ayu Lestari Padi, SH, MH
NIDN: 0918049004

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI
ANALISIS HUKUM PERTANGGUNG JAWABAN PELAKU USAHA
TERHADAP KONSUMEN AKIBAT IKLAN



Mengetahui,
Dekan Fakultas Hukum


DR. RUSMULYADI, SH.,MH
NIDN : 0906037503

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : WAWAN NENTO
NIM : H.11.16.210
Konsentrasi : Hukum Perdata
Program Studi : Ilmu Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa

1. Skripsi ini yang berjudul **ANALISIS HUKUM PERTANGGUNG JAWABAN PELAKU USAHA TERHADAP KONSUMEN AKIBAT IKLAH** adalah benar-benar asli merupakan karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar sarjana hukum di Universitas Islam Gorontalo maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dan saran pembimbing dan pengujinya pada saat ujian skripsi ini.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di publikasikan orang lain kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terbukti pernyataan yang saya buat tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi Akademik yang berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini.

Gorontalo, April 2020

Saya Membuat Pernyataan



ABSTRAK

Wawan Nento Nim : H.11.16.210 ANALISIS HUKUM PERTANGGUNG JAWABAN PELAKU USAHA TERHADAP KONSUMEN AKIBAT IKLAN dibimbing oleh Ilyas dan Sri Ayu Lestari Pade

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian Empiris. Yaitu penelitian yang menggali nilai-nilai fakta dilapangan atau dilokasi penelitian yang berasal dari perilaku manusia

Tujuan penelitian ini untuk (1).Untuk Mengetahui Bentuk Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Akibat Iklan (2). Untuk Mengetahui menghambat Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Akibat Iklan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1). Bentuk Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Akibat Iklan yaitu Sansksi Administrasi apa bila developer melakukan hal yang dianggap pelanggaran yang tidak begitu berat sehingga isa dicabut baik dari segi izin usaha dan izin operational lainya selain dari pada itu sanksi Ganti Rugi jug dapat diberikan kepada konsumen apabila ada konsumen keberatan dan menggap banyak dirugikan oleh pidak developer dan dapat dipertanggung jawabkan serta ganti rugi Ganti Rugi Berupa Objek adalah jalan terakhir yang biasanya ditempuh untuk mendapatkan dan meyelesaikan masalah secara cepat (2).Penghambat Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Akibat Iklan adalah yang pertama adalah Keterbukaan SDM yang mana baik developer pengawas dan msayarakat atau konsumen tidak terlalu terbuka mengenai informasi dari iklan dan spesifikasi bangunan yang ada selain dari pada itu biasanya masyarakat hanya acuh tak acuh terhadap rumah yang dibelinya padahal sebenarya tidaks esuai dengan apa yang ditawarkan melalui iklan maka dari itu juga harus dilihat bahwa Aturan hukum juga menjadi penentu dalam meyelamatkan konsumen akibat dari korban iklan

Berdasarkan hasil penelitian tersebut direkomendasikan: (1).Yang menjadi saran dari penulis adalah sebaiknya adanya wadah yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk mengadukan bagi developer keperintah daerah secara khusus, karena hal ini kadang antara konsumen dan developer saling menutupi diri sehingga merugikan konsumen (2).Sebaiknya adalam pembelian rumah setiap kalangan tidak percaa dengan iklan yang ada dan harus memastikan unit bangunan secara langsung dan membuat semacam surat keterangan keabsahan bangunan telah sesuai dengan iklan yang di pasarkan

Kata Kunci: Pertanggung, Jawaban, Usaha Konsumen, Iklan

ABSTRACT

Wawan Nento Nim: H.11.16.210 LEGAL ANALYSIS OF BUSINESS ACCOUNTABILITY FOR CONSUMERS OF ADVERTISING DUE TO ADVERTISING guided by Ilyas And Sri Ayu Lestari Pade

The research method used in this study is the type of Empirical research. Namely research that explores the values of facts in the field or location of research derived from human behavior

The purpose of this study is to (1). To Know the Forms of Responsibility for Business Actors Against Consumers Due to Advertising(2). To find out inhibits the liability of business actors towards consumers due to advertising

The results of this study show that: (1). Forms of Responsibility for Business Actors Against Consumers as a Result of Advertising namely Administrative Sansksi if developers do things that are considered not so severe violations so that they are revoked both in terms of business licenses and other operational permits other than that the compensation compensation can also be given to consumers if there are consumers objected and often suffered a lot of harm from the developer and can be accounted for and compensation for compensation in the form of an object is the last resort that is usually taken to get and solve problems quickly (2). Obstacles to Responsibility Business Actors Against Consumers as a result of advertising is the first is Openness of human resources in which both supervisors and community developers or consumers are not too open about information from advertisements and specifications of existing buildings other than that, usually the community is only indifferent to the house they bought, even though it does not correspond to what is publish it through advertisements and therefore it must also be seen that the rule of law is also a determinant in saving consumers as a result of advertising victims

Based on the results of the study it is recommended: (1). What is suggested by the author is that there should be a container that can be used by the public to complain to developers of local government specifically, because this is sometimes between consumers and developers covering themselves up so that it harms consumers (2) . It is better if you buy a house every circle does not trust the existing ads and must ensure the building units directly and make a kind of certificate of building validity in accordance with advertisements on the market

Keywords: Responsibility, Answer, Consumer Business, Advertising

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan nikmat kesehatan dan keafiatan kepada peneliti, sehingga peneliti dapat merampungkan usulan penelitian ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat ujian, guna mengajukan penelitian Strata Satu pada Fakultas Hukum Universitas Ichsan Gorontalo.

Penulisan usulan penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran dan penjelasan yang menyeluruh dan mendalam mengenai **ANALISIS PERTANGGUNG JAWABAN TERHADAP KONSUMEN AKIBAT IKLAN PROPERTY** Ucapan terima kasih calon peneliti sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan proposal ini yang antara lain:

1. Bapak Muhammad Ichsan Gaffar S.Ak., M.Ak selaku Ketua Yayasan Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Ichsan Gorontalo;
2. Bapak Dr. Abd. Gaffar La Tjokke, M.Si, sebagai Rektor Universitas Ichsan Gorontalo;
3. Bapak Amiruddin S.Kom., M.Kom sebagai Wakil Rektor I Universitas Ichsan Gorontalo;
4. Bapak Reyther Biki, SE., M.Si sebagai Wakil Rektor II Universitas Ichsan Gorontalo;
5. Bapak Reza Megiansyah, S.Os., M.Kom, sebagai Wakil Rektor III Universitas Ichsan Gorontalo;
6. Bapak Dr. Rusbulyadi SH., MH, sebagai Dekan Fakultas Hukum Universitas Ichsan Gorontalo;

7. Bapak Saharuddin SH., MH sebagai Wakil Dekan I Pada Fakultas Hukum Universitas Ichsan Gorontalo;
 8. Bapak Suardi Rais SH., MH sebagai Wakil Dekan II Pada Fakultas Hukum Universitas Ichsan Gorontalo;
 9. Bapak Jupri SH., MH sebagai Wakil Dekan III Pada Fakultas Hukum Universitas Ichsan Gorontalo;
 10. Ibu Dr. Hijrah Lahaling SH., MH sebagai Ketua Program Studi Pada Fakultas Hukum Univerisitas Ichsan Gorontalo;
 11. Bapak Ilyas SH., MH sebagai pembimbing I Pada Fakultas Hukum Universitas Ichsan Gorontalo;
 12. Ibu Sri Ayu Lestari Pade, SH., MH, sebagai pembimbing II Pada Fakultas Hukum Universitas Ichsan Gorontalo;
 13. Seluruh Staf Dosen dan Tata Usaha Di Lingkungan Civitas Akademika Fakultas Hukum Universitas Ichsan Gorontalo;
- Semoga bantuan dan dorongan yang terima dari semua pihak, dapat menjadi petunjuk kearah masa depan yang lebih baik, Amin...

Gorontalo, April 2020

WAWAN NENTO

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Umum Pertanggung Jawaban	7
2.1.1 Pengertian Tanggung Jawaban Hukum	7
2.1.2 Fungsi Bentuk-bentuk Pertanggung Jawaban Hukum	10
2.2 Tinjauan Umum Pelaku Usaha	11
2.2.1 Pengertian Pelaku Usaha	11
2.2.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha	13

2.2.3	Teori Tanggung Jawab Pelaku Usaha	15
2.3	Tinjauan Umum Konsumen	16
2.3.1	Pengertian Konsumen	16
2.3.2	Tujuan Perlindungan Konsumen	18
2.3.3	Hak dan Kewajiban Konsumen	20
2.4	Tinjauan Umum Iklan	22
2.4.1	Pengertian Iklan	22
2.4.2	Tujuan Iklan	23
2.5	Kerangka Pikir	24
2.6	Defenisi Operational	25
BAB III	METODE PENELITIAN	26
3.1	Jenis Penelitian	26
3.2	Objek Penelitian	26
3.3	Lokasi dan Waktu Penelitian	27
3.4	Populasi dan Sampel	27
3.5	Teknik Pengumpulan Data	28
3.6	Teknik Pengolahan Data	28
3.7	Teknik Analisis Data	29
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
4.1	Bentuk Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Akibat Iklan	30
4.1.1	Sanksi Administrasi	30
4.1.2	Ganti Rugi	35

4.2 Penghambat Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Akibat Iklan	38
4.2.1 Keterbukaan SDM	38
4.2.2 Aturan Hukum	40
BAB V PENUTUP	44
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	47

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Majunya perkembangan di dunia usaha merupakan salah satu intrumen penentu dalam lajunya perekonomian bangsa Indonesia, bahwa pelaku usaha merupakan sehingga dalam rangka memajukan sumber pendapatan negara melalui perekonomian, pemerintah indonesia menggenjot para pengusaha untuk datang dan berkunjung ke Indonesia, dan menanamkan usahanya Pelaku usaha yang dimaksud adalah orang yang menjalankan kegiatan usaha baik secara pribadi maupun secara kelembagaan dan menggunakan fasilitas yang ada diindonesia, sebagai bangsa yang besar Indonesia merupakan negara yang selalu menjadi primadona bagi semua kalangan bisnismen.

Setiap pelaku usaha dalam menjalankan usahanya selalu mengedepankan apa yang dimaksud dengan perlindungan hukum, perlindungan hukum yang dimaksud adalah memberikan perlindungan kepada semua konsumen apabila terjadi sesuatu dengan konsumen yang menggunakan produk dari pelaku usaha.

Perlindungan hukum disini merupakan hak setiap warga masyarakat yang diatur dalam undang-undang perlindungan dalam bentuk pemberian ganti rugi serta pemberian kekurangan akibat kerugian yang dialami produk pelaku usaha, setiap Pelaku usaha dalam menjalankan usahanya diperlukan bentuk pertanggung jawaban dimata hukum namun secara teori ada beberapa teori pertanggung jawaban hukum yang harus dipertanggung jawabkan oleh pelaku usaha apabila ada kesalahan dalam pemebrihan layanan maupun pemberian

kesepakatan pelaku usaha, sebagaimana yang diungkapkan oleh Syukni Tumi Pengata.

Bahwa awal dari pertanggung jawaban adalah adanya sebuah kesalahan yang akan melahirkan sebuah resiko sebagaimana apa yang diperjanjikan sehingga adanya resiko yang harus ditempuh oleh kedua belah pihak sebagai bentuk tanggung jawab, sedangkan adanya sebuah tanggung jawab tanpa adanya sebuah kesalahan biasanya disebut dengan resiko yang mana resiko pertanggung jawaban akan muncul apabila sebuah adanya kesalahan yang muncul yang diakibatkan oleh orang lain atau sebuah sistem yang diberikan pertanggung jawabanya kepada orang lain.

Ada beberapa hal menjadi permasalahan dalam, penelitian ini yaitu :

1. Mengenai iklan yang dipasarkan oleh pelaku usaha
2. Barang atau jasa yang tidak sesuai dengan iklan
3. Bentuk pertanggung jawaban pelaku usaha yang belum sesuai aturan hukum yang berlaku

Hubungan antara konsumen dan pengusaha tidak selalu lancar. Sering ada perbedaan pendapat atau perselisihan antara kedua pihak. Adanya ketidaksepakatan atau perselisihan disebut masalah konsumen. Masalah konsumen selalu nyata, mereka menarik perhatian. Masalah konsumen selalu dipertanyakan, dibahas, didiskusikan, dan diperdebatkan. Masalah konsumen adalah masalah manusia. Hubungan antara pengusaha dan konsumen tidak dapat dipisahkan dari unsur-unsur di luar bagian ini, seperti masalah nilai-nilai agama, pekerjaan, tanggung jawab sosial dan lain-lain.

Konsumen yang dilindungi oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah konsumen akhir, yaitu pengguna, pengguna barang dan/atau layanan yang digunakan untuk diri mereka sendiri, keluarga atau rumah mereka, dan bukan untuk perdagangan ulang. Selain menjelaskan hak-hak konsumen, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga menjelaskan hak untuk memilih barang dan/atau jasa dan untuk mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi dan jaminan yang dijanjikan; hak untuk diperlakukan atau dilayani dengan cara yang sesuai dan jujur serta tidak diskriminatif; hak untuk menerima kompensasi, kompensasi dan/atau kompensasi.

Secara umum, ketika berbicara tentang kerugian yang terkait dengan aspek ekonomi, konsumen tidak mendapat manfaat dari penggunaan barang dan/atau jasa yang mereka konsumsi. Tiga teori yang membentuk dasar klaim kompensasi konsumen untuk produk yang dikonsumsi termasuk pelanggaran garansi, kelalaian dalam gugatan, dan tanggung jawab yang ketat dalam gugatan. Dalam jenis kehilangan produk yang dikonsumsi, konsumen dapat mengajukan klaim berdasarkan kewajiban penjual/produsen untuk memastikan kualitas produk. Permintaan bisa dalam bentuk pengembalian barang, sementara pengembalian harga pembelian diperlukan, atau pertukaran untuk barang-barang berkualitas baik. Jaminan untuk kualitas produk dapat dibagi menjadi 2 (dua) jenis, yaitu jaminan tersurat dan jaminan tersirat.

Penugasan tanggung jawab kepada penjual berdasarkan adanya kontrak membatasi ruang lingkup, yaitu, hanya timbul antara pihak-pihak yang menandatangani kontrak dan pihak-pihak lain yang juga menjadi korban produk cacat/rusak tidak akan dilindungi atau didasarkan tentang privasi hubungan kontraktual. Sementara itu, jaminan tersirat adalah jaminan yang berasal dari hukum atau bentuk hukum lainnya. Misalnya, kewajiban penjual untuk menahan segala cacat tersembunyi dalam produk yang ia jual, meskipun ia tidak memiliki pengetahuan tentang cacat tersebut, kecuali jika dalam keadaan seperti itu ia meminta agar ia tidak berkewajiban untuk membawa apa pun (pasal 1506 dari KUHPerdata). Menurut pasal 1504 KUHPerdata, penjual berkewajiban untuk menahan cacat tersembunyi dalam produk yang dijual, yang berarti bahwa produk tersebut tidak dapat digunakan secara sengaja (tidak sesuai dengan tujuannya), atau mengurangi penggunaan. Jadi jika pembeli mengetahui cacat, dia tidak akan membeli barang sama sekali, atau tidak akan membelinya dengan harga lebih murah.

Salah satu kasus yang akan diajukan untuk diteliti dalam penelitian ini adalah kasu-kasus objek yang dipasarkan dan tidak sesuai dengan iklan seperti yang terjadi di beberapa tempat yaitu khususnya di Kabupaten Boalemo bahwa ada beberapa iklan yang diterbitkan kemasyarkata baik itu iklan properti maupun iklan produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha yang tidak sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan pada iklan, sebagai contoh kasus adanya pembangunan perumahan yang dibangun di kabupaten Boalemo yang mana pada brosur iklan tersebut beberapa spesifikasi bangunan yang dijual pada saat

dalam pemeriksaan ternyata tidak sesuai dengan spesifikasi pembangunan dengan iklan seperti contoh sebagai berikut;

Pembangunan perumahan yang diiklankan memiliki spesifikasi bangunan dibangun menggunakan besi sebanyak 4 (empat) batang besi pada ruas tiang-tiang rumah, namun pada saat dilakukan perombakan beberapa rumah ditemukan tidak sesuai dengan spesifikasi iklan yaitu menggunakan besi 1 batang pada tiap ruas tiang rumah yang dijual tentunya ini merupakan persoalan yang merugikan semua konsumen yang membelinya dengan harga mahal namun tidak memiliki nilai yang sesuai.

Maka dari itu berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti mengajukan penelitian mengenai **ANALISIS HUKUM PERTANGGUNG JAWABAN PELAKU USAHA TERHADAP KONSUMEN AKIBAT IKLAN.**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah Bentuk Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Akibat Iklan?
2. Apakah yang menghambat Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Akibat Iklan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Bentuk Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Akibat Iklan.
2. Untuk Mengetahui menghambat Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Akibat Iklan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritik

Penelitian ini diharapkan kedepan dapat memberikan kontribusi konkret secara teoritis dalam hal masalah Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Akibat Iklan sehingga kehadirannya bisa dijadikan sebagai bahan rujukan maupun sebagai bahan perbandingan.

2. Manfaat Bagi Praktisi

Adapun manfaat, penelitian ini bagi dunia praktisi kedepanya diharapkan dapat dijadikan sebagai pedoman dalam hal pelaksanaan dilapangan terutama terkait kasus Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Akibat Iklan Agar dalam pelaksanaan suatu hukum oleh para praktisi baik Kepolisian, kejaksanah maupun hakim benar-benar sesuai dengan amanat undang-undang yang berlaku.

3. Manfaat Bagi Masyarakat

Adapun manfaat atas , penelitian ini bagi masyarakat secara konkret adalah untuk memberikan edukasi atas pelaksanaan penegakan hukum secara khusus dalam kasus Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Akibat Iklan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Umum Pertanggung Jawaban

2.1.1 Pengertian Tanggung Jawaban Hukum

Pertanggung jawaban atau tanggung jawab secara hukum merupakan salah satu bentuk memberikan kepastian hukum terhadap apa yang telah diperjanjikan, pertanggung jawaban biasa digunakan dalam bentuk perjanjian dalam segi hukum perdata, sedangkan pengertian pertanggung jawaban apabila kita merujuk pada kamus besar bahasa indonesia memberikan pengertian bahwa tanggung jawab merupakan tanggung jawab menanggung segala sesuatunya bila terjadi apa-boleh dituntut dipersalahkan, dan diperkarakan sedangkan dalam kamus hukum seperti dikutip dari tulisan Andi Hamzah pertanggung jawaban yaitu adanya perbuatan dalam bentuk tanggung jawab secara etika maupun moral yang melakukan kebebasan dalam bentuk berkontrak atau perjanjian sebagaimana pertanggung jawaban dalam bentuk resiko dan konsekuensi.¹

Pertanggung jawaban apabila kita mendefenisikan dari segi ilmu hukum beberapa ahli hukum memberikan pandaganya mengenai pertanggung jawaban seperti :

Titik triwulan memberikan pengertian atau defensi mengenai pertanggung jawaban sebagaimana yang di jelaskan bahwa :

¹ Andi Hamzah, 2005 Kamus Hukum, Ghalia Indonesia, hlm 70

“bahwa pertanggungjawaban harus memiliki dasar yaitu adanya hal yang membuat seseorang untuk bertanggung jawab atau biasa disebut dengan dasar pijakan tanggung jawab itu, sebagai mana lahirnya tanggung jawab itu berlaku”²

Sedangkan apabila kita merujuk mengenai pertanggung jawaban yang diungkapkan oleh Titik triwulan ditinjau dalam hukum perdata bahwa pertanggung jawaban sebenarnya dikenal dengan dua macam dalam hukum perdata yaitu yang pertama adalah “resiko” dan yang kedua adalah “kesalahan”³

Apabila kita mencermati pendapat dari titik triwulan bahwa awal dari pertanggung jawaban adalah adanya sebuah kesalahan yang akan melahirkan sebuah resiko sebagaimana apa yang diperjanjikan sehingga adanya resiko yang harus ditempuh oleh kedua belah pihak sebagai bentuk tanggung jawab, sedangkan adanya sebuah tanggung jawab tanpa adanya sebuah kesalahan biasanya disebut dengan resiko yang mana resiko pertanggung jawaban akan muncul apabila sebuah adanya kesalahan yang muncul yang diakibatkan oleh orang lain atau sebuah sistem yang diberikan pertanggung jawabanya kepada orang lain.

Bahwa awal dari pertanggung jawaban adalah adanya sebuah kesalahan yang akan melahirkan sebuah resiko sebagaimana apa yang diperjanjikan sehingga adanya resiko yang harus ditempuh oleh kedua belah pihak sebagai bentuk tanggung jawab, sedangkan adanya sebuah tanggung jawab tanpa

² Titik Triwulan dan Shinta Febrian, 2010 Perlindungan Hukum bagi Pasien, Prestasi Pustaka, Jakarta, , hlm 48

³ Ibid 49

adanya sebuah kesalahan biasanya disebut dengan resiko yang mana resiko pertanggung jawaban akan muncul apabila sebuah adanya kesalahan yang muncul yang diakibatkan oleh orang lain atau sebuah sistem yang diberikan pertanggung jawabanya kepada orang lain.

Abdul Kadir Muhammad juga memberikan pendapat atau sebuah teori mengenai pertanggungjawaban muncul pada sebuah peristiwa hukum atau yang melanggar hukum (*Tort Liability*) terdiri yang dimaksud adalah :

1. Adanya bentuk pertanggung jawaban yang melanggar hukum akibat dari kesengajaan. (*International Tort Liability*) bahwa adanya perbuatan yang dianggap merugikan pihak penggugat sehingga tergugat dianggap tidak memenuhi apa yang diperjanjikan serta mengakibatkan kerugian.
2. Adanya bentuk pertanggung jawaban yang melanggar hukum akibat dari kalaian (*Negligence Tort Liability*) bentuk pertanggung jawaban ini didasarkan pada konsep sebuah kesalahan yang dilakukan oleh seseorang tanpa sengaja yang memiliki hubungan antara moral dan hukum yang menyatu.
3. Adanya tanggung jawab yang mutlak dan harus dipertanggung jawabkan tanpa melihat sebuah kesalahan (*strict liability*) perbuatan ini didasarkan pada perilaku yang disengaja maupun tidak disengaja dia harus bertanggung jawab atas kerugian yang timbul.⁴

⁴ Abdulkadir Muhammad, 2010 Hukum Perusahaan Indonesia, Citra Aditya Bakti, Hlm. 503

2.1.2 Bentuk-bentuk Pertanggung Jawaban Hukum

Setiap Pelaku usaha dalam menjalankan usahanya diperlukan bentuk pertanggung jawaban dimata hukum namun secara teori ada beberapa teori pertanggung jawaban hukum yang harus dipertanggung jawabkan oleh pelaku usaha apabila ada kesalahan dalam pemebrihan layanan maupun pemberian kesepakatan pelaku usaha, sebagaimana yang diungkapkan oleh Syukni Tumi Pengata dalam tulisanya pada sebuah artikel mengungkapkan bahwa:

- 1. *Contractual Liability* (Pertanggung Jawaban Kontraktual)**

Yaitu adanya bentuk tanggung jawab yang diberikan oleh pelaku usaha kepada konsumen yang diakibatkan adanya kerugian yang dialami knsumen baik itu bersifatr jasa maupun barang namun pada dasarnya Contractual liability adalah kontark yang secara langsung dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen.

- 2. Product Liability**

Yaitu adanya bentuk pertanggung jawaban yang dilakukan secara perdata secara langsung oleh pelaku usaha yang diakibatkan adanay kerugian akibat roduk yang dihasilkan produsen, bentuk pertanggung jawaban ini tidak diperlukan kontarak atau perjanjian namun melainkan pelaku usaha dapat bertanggung jawab akibat produk yang dihasilkan dapat merugikan konsumen.

3. Criminal Liability

Yaitu pertanggung jawaban pidana pelaku usaha kepada negara yang diankibatkan oleh adanya kerusaan baik kerusakan lingkungan, pencemaran udara dsb.⁵

2.2 Tinjauan Umum Pelaku Usaha

2.2.1 Pengertian Pelaku Usaha

Apabila kita ingin merujuk dan mengetahui mengenai pengertian Pengertian pelaku usaha sebagaimana yang telah ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen:

Pasal 1 ayat 3⁶

“Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”

Pengertian pelaku usaha diatas sangat jelas memberikan definisi mengenai apa itu pelaku usaha, pelaku usaha adalah seorang atau sekolompok orang yang membentuk badan usaha maupun organisasi yang berdomisili diwilayah negara kesatuan republik indonesia sebagai pelaku usaha, pelaku usaha yang dimaksud adalah pelaku usaha seperti:

⁵ <Https://Mediakonsumen.Com/2018/04/17/Wawasan/Apa-Saja-Bentuk-Bentuk-Pertanggungjawaban-Pelaku-Usaha-Terhadap-Konsumen-Ini-Jawabannya> Diakses Pada Tanggal 31 Oktober 2019 Jam 10,35 Wit

⁶ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 Ayat 3

1. Perusahaan
2. Korporasi
3. BUMN
4. Importir
5. Distributor
6. Pedagang
7. Dan lain sebagainya⁷

Pengertian pelaku usaha dalam pengertiannya tidak dilihat dari satu sisi bahwa pelaku usaha hanya produsen. Namun apabila kita merujuk pada Undang- Pasal 1 Ayat 3 Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pengertian pelaku usaha bukan hanya pengusaha tetapi melainkan para distributor, importir, dan periklanan namun pelaku usaha ini hanya memberikan perbedaan dari segi perlakunya saja terhadap apa yang dijadikan usaha sebagaimana dalam pengertian konsumen yang diungkapkan oleh Celina Tri Siswi Kristiyanti sebagai berikut:

1. Pelaku usaha adalah pihak yang menghasilkan produk yang mana pelaku usaha ini bertanggung jawab atas semua resiko yang timbul diakibatkan oleh produknya mulai dari kemasan, distribusinya sampai pada kerugian yang ditimbulkan akibat pemakain produk yang diedarkan.
2. Adanya produksi bahan mentah atau suatu komponen.
3. Adanya bentuk identitas barang yang harus ditunjukkan pada produk yang dihasilkan sebagai bentuk identitas produsen⁸

⁷ Sri Redjeki Hartono, 2007, Hukum Ekonomi Indonesia Cet II, Bayumedia Publishing, Malang, Hlm.140

2.2.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Munculnya sebuah kegiatan merupakan sebuah perilaku yang akan menghasilkan barang atau jasa yang harus dipertanggung jawabkan namun dalam hal ini setiap pelaku usaha harus memiliki tanggung jawab penuh terhadap hasil produksinya sebagaimana dalam munculnya sebuah Hak dan Kewajiban yang harus dimiliki setiap pelaku usaha.

Pada dasarnya lahirnya sebuah perjanjian akan memberikan sebuah implikasi hukum sebagaimana implikasi yang dimaksud adalah lahirnya sebuah kepastian hukum yang akan dipertanggung jawabkan kedepanya, kesaptian hukum yang dimaksud disini adalah sebuah hak dan kewajiban yang harus dipenuhi pelaku usaha hal ini sebenarnya diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 6 dan 7 tentang hak dan kewajiban pelaku usaha:

Pasal 6⁹

1) Hak Pelaku Usaha

- a) Menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.**
- b) Mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.**
- c) Melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.**

⁸ Celina Tri Siswi Kristiyanti, 2008, Hukum Perlindungan Konsumen, Sinar Grafika, Jakarta, Hlm.4

⁹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 6

- d) Rehabilitasi nama baik apabila 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.
- 2) Kewajiban Pelaku Usaha
- a) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
 - b) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi 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 yang 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.

2.2.3 Teori Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Tanggung jawab pelaku usaha merupakan sebuah tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha yang akan diberikan kepada konsumen sebagaimana tanggung jawab yang diamaksud disebutkan dalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen sebagaimana yang disebutkan dalam pasal 19 sampai dengan 28 yang secara khusus mengatur mengenai tanggung jawab pelaku usaha.

- a. Tanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan (Pasal 19 Ayat (1)).
- b. Tanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan iklan tersebut Pasal 20.
- c. Tanggung jawab sebagai pembuat barang (importir) dan/atau penyedia jasa yang diimpor apabila importasi barang dan/atau jasa tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan luar negeri (Passal 29 ayat (1) dan (2)).
- d. Pelaku suaha 1 yang menjual produk kepada pelaku usaha 2, berkewajiban memenuhi ganti rugi konsumen apabila produk yang diperoleh dari pelaku usaha 2 (tidak merubah produk) merugikan konsumen (Pasal 24).

- e. Pelaku usaha berkewajiban menyediaakan suku cadang dan/atau fasilitas purna jual apabila pemanfaatan barang lebih dari 1 tahun (Pasal 25).

Sedangkan apabila kita melihat pandangan Abdul Kadir Muhammad mengenai pelaku usaha yang adalah sebagai berikut:

“Tanggung jawab adalah tanggung jawab yang harus di penuhi oleh pengusaha apabila dalam meyelenggarakan kegiatanya pelaku usaha melakukan kesalahan atau kalalain sehingga merugikan konsumen,”¹⁰

2.3 Tinjauan Umum Konsumen

2.3.1 Pengertiasn Konsumen

Pengertian mengenai konsumen apabila kita melihat dari segi bahasa diambil dari kata *Consumer* yaitu bahsa *Inggris Atau Amerika* atau *Consument* (Bahasa Belanda) namun Defenisi secara sederhananya adalah orang yang menggunakan barang. Sedangkan pengertian konsumen juga didefinisikan pada Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Pasal 1 Angka 2

“Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”

¹⁰ Suryadi, 2007, Dikat Dasar-Dasar Hukum Perlindungan Konsumen, Fakultas Hukum Unsoed, Purwokerto, hlm 43

Pengertian diatas didefinisikan melalui regulasi yang mengatur tentang perlindungan konsumen sedangkan pengertian konsumen yang didefinisikan oleh Susanti Adi Nugroho terbagi atas tiga bagian dalam pengertian yaitu:

1. Konsumen

setiap orang yang melakukan kegiatan untuk mendapatkan barang atau jasa pada kegiatan dalam bentuk usaha.

2. Konsumen Antara

Setiap orang yang melakukan kegiatan usaha dengan cara mendapatkan melalui produsen yang digunakan untuk kebutuhan usaha atau komersial

3. Setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa sebagaimana untuk penggunaan pribadi bukan untuk kepentingan usaha atau komersil¹¹

Sedangkan pengertian konsumen juga diungkapkan oleh Sidarta sebagaimana bahwa konsumen tidak hanya diartikan sebatas individu melainkan konsumen juga diartikan sebagai seatu kegiatan yang dilakukan dengan cara jual beli dan pembeli sehingga pendapat ini dikatakan sebagai pelaku konsumen.¹²

Sidarta mengemukakan bahwa apabila kita ingin melihat pengertian konsumen memiliki unsur-unsur sebagai berikut:

1. Setiap orang

Orang disini dikategorikan sebagai subjek dari pada konsumen yang menggunakan jasa atau barang.

¹¹ Susanti Adi Nugroho, 2008, Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya, Kenaca Prenada Media Group, Jakarta, hlm 62

¹² Shidarta, 2006, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, hlm. 60

2. Pemakai

Yaitu adanaya rumusan yang mengatur bahwa produk atau barang dan jasa yang dugunakan yang digunakan tidak dengan cara serta merta sebagai transaksi jual beli

3. Barang/jasa

Adalah suatu produk yang dihasilkan dengan tujuan untuk pemenuhan kebutuhan konsumen yang digunakan untuk diperdagangkan atau peakain secara pribadi.

4. Persediaan

Barang yang disediakan untuk ditawarkan kepada masyarakat dipasaran.

5. Untu kepentingan diri sendiri

Artinya produk yang dihasilkan tidak hanya diproduksi hanya untuk diri sendiri melainkan untuk egiantan usaha untuk pemenuhan kebutuhan orang lain.

2.3.2 Tujuan Perlindungan Konsumen

Tujuan dari pada perlindungan konsumen secara harfiah adalah untuk menjamin kepastian hukum dalam perjanjian kontrak konsumen sebagai landasan hukum.

Sebelumnya undang-undang perlindungan konsumen telah menyebutkan bahwa tujuan dari pada konsumen untuk diindugi hak-haknya sebagaimana dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Pasal 3¹³

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya.
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif penggunaan barang maupun jasa.
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- f. Meningkatkan kualitas barang dan jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Pada pembentukan undang-undang selalu mengedepankan secara khusus mengenai tujuan dari sebuah undang-undang sebagaimana yang tampak pada pasal 3 UUPK sebagaimana dalam penegelompokkan bahwa tujuan dari perlindungan konsumen memiliki kemiripan dengan tujuan dari hukum itu berikut penjabarannya:¹⁴

¹³ Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 3

¹⁴ Shidarta, 2004, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Grasindo, Jakarta, hlm 19

Tujuan Hukum

1. Keadilan (Terdapat pada rumusan Poin (C) dan (E)).
2. Kemanfaatan (Terdapat pada rumusan Poin (a) dan (b) juga termasuk poin (C), (D) dan (F)).
3. Kepatian Hukum (Terdapat pada rumusan Poin (D)).

Namun apabila kita melihat tujuan dari pada perlindungan konsumen sebenarnya diambil dari pada tujuan hukum sebagaimana mestinya.

2.3.3 Hak dan Kewajiban Konsumen

Secara umum setiap perlakuan yang dilakukan oleh konsumen maupun pelaku usaha selalu mengedepankan tentang hak dan kewajiban untuk mencapai sebuah aturan yang jelas dan kepastian hukum yang jelas, maka dari itu telah disebutkan bahwa hak dan kewajiban konsumen adalah sebagai berikut:

1. Hak Konsumen
 - a. Hak atas kenyamanan dan keselamatan
 - b. Hak untuk memilih serta mendapatkan barang dan jasa sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan.
 - c. Hak untuk memilih serta mendapatkan barang dan jasa sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan.
 - d. Hak untuk didengar yaitu hak yang digunakan untuk mendapatkan keluhan dan masukan atas produk yang dihasilkan.
 - e. Hak advokasi yaitu hak yang dimiliki oleh konsumen dalam bentuk advokasi serta perlindungan dalam penyelesaian sengketa konsumen.

- f. Hak pendidikan yaitu hak dalam bentuk pembinaan dan pendidikan konsumen.
 - g. Hak untuk mendapatkan pelayanan yang baik serta pelayan yang jujur.
 - h. Hak ganti rugi yaitu hak yang dapat diberikan kepada konsumen akibat adanya kesalahan atau kelalain yang dilakukan produsen.
 - i. Hak sebagaimana yang datur dalam undang-undang¹⁵
2. Sedangkan kewajiban apabila kita melihat kewajiban konsumen dalam hal ini pengguna barang atau jasa terdapat pada pasal 5 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa:

Pasal 5

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- 3) Membayar sesuai nilai tukar yang disepakat.
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Menurut Sri Redjeki Hartono mengenai adanya sebuah hubungan hukum dari satu pihak ke pihak lainnya:¹⁶

¹⁵ Ibid hlm 45

1. Munculnya hak dan kewajiban kedua belah pihak
2. Sesuatu hal yang tidak boleh dilakukan.
3. Adanya peranan dari Negara.
4. Adanya bentuk perlindungan yang diberikan oleh negara mengenai sengketa serta prosedur penyelesaian sengketa.

2.4 Tinjauan Umum Iklan

2.4.1 Pengertian Iklan

Beberapa pengertian mengenai iklan telah dikemukakan oleh ahli bahwa iklan merupakan cara untuk mempublikasikan suatu produk atau jasa untuk mencari keuntungan agar didapatkan konsumen yang tertarik dengan apa yang diiklankan, apabila kita merujuk pada pendapat yang dikemukakan oleh Stanton¹⁷ bahwa iklan merupakan syarat komunikasi yang diberikan kepada konsumen yang secara tidak langsung dalam memberikan mempublikasikan produk guna mencari perhatian dalam bentuk susunan untuk menyenangkan serta dapat merubah pikiran konsumen untuk membelinya.

Hal ini juga senada yang diungkapkan oleh Suyanto¹⁸ bahwa iklan merupakan produk hasil barang atau jasa dari penjual atau organisasi sebagai bentuk komunikasi secara persuasif tentang ide dan produk yang dihasilkan.

2.4.2 Tujuan Iklan

Pada dasarnya iklan dibuat dengan beberapa tujuan bahwa tujuan tersebut sebagaimana yang disebutkan oleh Junaedi yaitu:

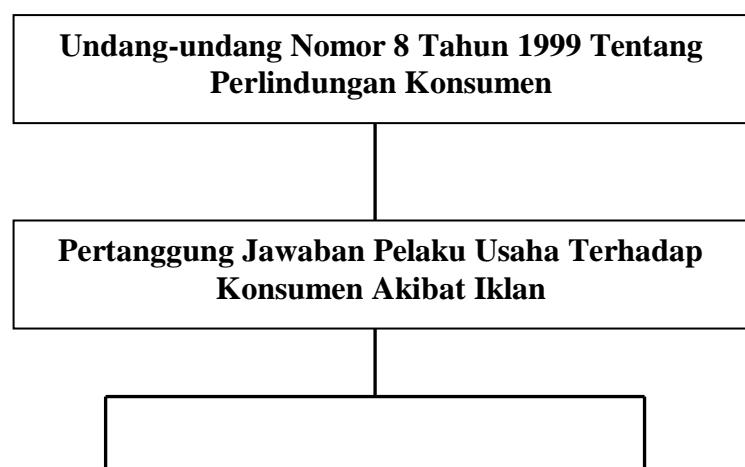
¹⁶ Sri Redjeki Hartono, 2007, Hukum Ekonomi Indonesia Cet II, Bayumedia Publishing, Malang, hlm 140

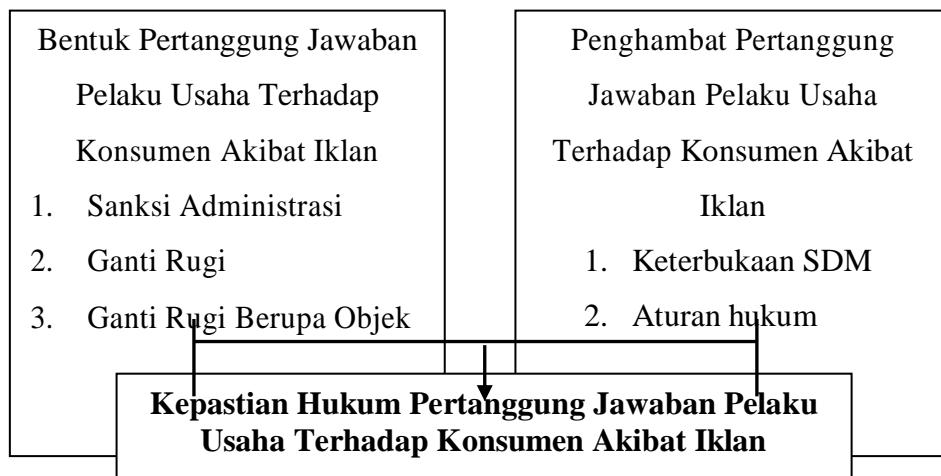
¹⁷ Stanton 2002 produk dalam pikiran konsumen jakarta sinar grafika hlm 45

¹⁸

- a. Sebagai media informasi iklan ditujukan untuk menginformasikan suatu produk barang dan jasa kepada khalayak. Tidak hanya dalam produk tetapi juga hal lainnya.
- b. Untuk mempengaruhi konsumen iklan dapat mengarahkan konsumen untuk mengkonsumsi produk barang atau jasa tertentu, atau mengubah sikap agar sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengiklan.
- c. Untuk mengingatkan konsumen iklan ditujukan agar konsumen selalu mengingat produk tertentu sehingga tetap setia mengkonsumsinya.

2.5 Kerangka Pikir





2.6 Defenis Operasional

1. Sanksi Administrasi adalah sanksi yang diberikan secara adaminstrasi baik berupa pencabutan izin dan teguran.
2. Iklan adalah barang atau jasa yang ditawarkan menggunakan iklan.
3. Pelaku Usaha adalah orang atau badan usaha yang menghasilkan produk.
4. Konsumen adalah orang yang menggunakan produk.
5. Pertanggung Jawaban adalah bentuk tanggung jawab yang harus dilakukan bagi pelaku usaha dan konsumen.
6. Ganti Rugi adalah pemberian sanksi dalam bentuk pembayaran.
7. Ganti Rugi Berupa Objek adalah ganti rugi dalam artian pengantian abjok yang diperjanjikan dalam iklan.
8. Keterbukaan Sdm adalah bentuk pengakuan bagi kedua belah pihak mengenai pelanggaran hak konsumen.

9. Spesifikasi Objek Pertanggung Jawaban adalah barang atau jasa yang diproduksi yang tidak sesuai dengan iklan yang harus dipertanggung jawabkan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian empiris, jenis penelitian empiris adalah jenis penelitian yang turun langsung ke lokasi penelitian untuk melihat dan mengamati fakta-fakta kejadian peristiwa hukum yang terjadi ditengah-tengah masyarakat, jenis penelitian ini juga sering disebut dengan istilah penelitian (*Non Doktrinal*) maksudnya adalah jenis penelitian yang bukan melihat dari segi pendekatan hukunya namun penelitian yang melihat dari segi pendekatan kasusnya.

Abdul Kadir Muhammad muhammad mengungkapkan bahwa penelitian mepiris adalah jenis penelitian yang menggunakan pendekatan secara sosial yang meneliti tentang perilaku sosial dan perilaku hukum yang terjadi

ditengah-tengah masyarakat¹⁹ sehingga penelitian ini akan mengkaji mengenai Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Akibat Iklan.

3.2 Objek Penelitian

Mengenai objek penelitian yang akan diteliti oleh, peneliti yaitu mengenai Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Akibat Iklan.

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yang diambil oleh, peneliti berdasarkan objek penelitian yang diusulkan berada di kabupaten Boalemo yang dianggap sesuai dengan judul penelitian, serta waktu penelitian yang akan ditempuh selama 2 (dua) bulan yang dimulai pada bulan November sampai dengan bulan Desember tahun 2019.

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan, penelitian sebagaimana objek yang akan ditekiti kedepannya, populasi disini dianggap sebagai sumber informasi dan sumber data yang dapat memberikan semua kebutuhan data atau informasi pada, penelitian ini baik itu benda bergerak dan tidak bergerak maupun segala sesuatu yang berada disekitar objek

¹⁹ Abdul kadir muhamad.2004.Hukum dan penelitian hukum. Bandung: PT.Citraa ditya bakti, Hal. 101

penelitian (populasi yang dimaksud adalah semua unsur penyelenggara Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Akibat Iklan).

Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili objek atau adata serta informasi penelitian, sebagaimana sampel yang akan diambil berupa

Sampel	: 3 Orang Pengusaha
	: 2 Orang Masyarakat
	: <u>3 Orang Pengguna Produk +</u>
Jumlah	: 8 Orang Sampel

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dua teknik :

1. Studi Kepustakaan

Yaitu studi yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data menggunakan studi literatur kepustakaan maksudnya adalah dengan cara mengumpulkan semua tulisan-tulisan karya ilmiah yang memiliki hubungan dengan objek penelitian seperti Kamus Hukum, Penelitian Terdahulu, Jurnal Hukum.

2. Studi Lapangan

Yaitu studi yang dilakukan dengan cara datang langsung ke lokasi penelitian dengan cara mengambil data mengamati serta melakukan wawancara secara langsung dengan sumber informasi.

3.6 Teknik Pengolahan Data

1. Teknik Seleksi

Yaitu teknik dengan cara menyeleksi semua data dan informasi sehingga dapat ditentukan informasi yang kurat sesuai dengan objek penelitian.

2. Klasifikasi

Yaitu teknik melakukan klasifikasi data dan informasi sesuai dengan kelompok kegunaannya sehingga mempermudah peneliti untuk mendeteksi secara cepat dan tepat data dan informasi.

3. Penyusunan Data

Yaitu teknik seperti biasasnya dengan cara menyusun data dan informasi dalam bentuk tulisan karya ilmiah sesuai dengan tatacara dan panduan penulisan yang ditetapkan.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Data Secara Interpretasi yaitu mengumpulkan semua data dan informasi kemudian ditelaah dan diinterpretasikan dalam bentuk kata-kata atau kalimat sehingga mudah untuk dipahami dan dikenali.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Bentuk Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen

Akibat Iklan

4.1.1 Sanksi Administrasi

Perlindungan hukum disini merupakan hak setiap warga masyarakat yang diatur dalam undang-undang perlindungan dalam bentuk pemberian ganti rugi serta pemberian kekurangan akibat kerugian yang dialami produk pelaku usaha. Setiap pelaku usaha dalam menjalankan usahanya diperlukan bentuk pertanggung jawaban dimata hukum namun secara teori ada beberapa teori pertanggung jawaban hukum yang harus dipertanggung jawabkan oleh pelaku usaha apabila ada kesalahan dalam pemebrian layanan maupun pemberian

kesepakatan pelaku usaha, sebagaimana yang diungkapkan oleh Syukni Tumi Pengata.

Bahwa awal dari pertanggung jawaban adalah adanya sebuah kesalahan yang akan melahirkan sebuah resiko sebagaimana apa yang diperjanjikan sehingga adanya resiko yang harus ditempuh oleh kedua belah pihak sebagai bentuk tanggung jawab, sedangkan adanya sebuah tanggung jawab tanpa adanya sebuah kesalahan biasanya disebut dengan resiko yang mana resiko pertanggung jawaban akan muncul apabila sebuah adanay kesalahan yang muncul yang diakibatkan oleh orang lain atau sebuah sistem yang diberikan pertanggung jawabanya kepada orang lain.

Bahwa dalam pemberian saksi mengenai pertenggaung jawaban sebuah perusahaan properti apabila kita mendefenisikan dari segi ilmu hukum beberapa ahli hukum memberikan pandaganya mengenai pertanggung jawaban seperti :

Titik Triwulan memberikan pengertian atau defenisi mengenai pertanggung jawaban sebagamanai yang di jelaskan bahwa :

“bahwa pertanggungjwaban harus memiliki dasar yaitu adanya hal yang membuat seseorang untuk bertanggung jawab atau biasa disebut dengan dasar pijakan tanggung jawab itu, sebagai mana lahirnya tanggung jawab itu berlaku”²⁰

Pasal 19 sampai dengan 28 yang secara khusus mengatur mengenai tanggung jawab pelaku usaha

²⁰ Titik Triwulan dan Shinta Febrian, 2010 Perlindungan Hukum bagi Pasien, Prestasi Pustaka, Jakarta, hlm 48

- a. Tanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan (Pasal 19 Ayat (1)).
- b. Tanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan iklan tersebut Pasal 20.
- c. Tanggung jawab sebagai pembuat barang (importir) dan/atau penyedia jasa yang diimpor apabila importasi barang dan/atau jasa tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan luar negeri(Passal 29 ayat (1) dan (2)).
- d. Pelaku suaha 1 yang menjual produk kepada pelaku usaha 2, berkewajiban memenuhi ganti rugi konsumen apabila produk yang diperoleh dari pelaku usaha 2 (tidak merubah produk) merugikan konsumen (Pasal 24).
- e. Pelaku usaha berkewajiban menyediaakan suku cadang dan/atau fasilitas purna jual apabila pemanfaatan barang lebih dari 1 tahun (Pasal 25).

Sedangkan apabila kita melihat pandagan Abdul Kadir Muhammad mengenai pelaku usaha yang adalah sebagai berikut:

“Tanggung jawab adalah tanggung jawab yang harus di penuhi oleh pengusaha apabila dalam meyelenggarakan kegiatanya pelaku usaha melakukan kesalahan atau kalalain sehingga merugikan konsume”²¹

Berdasarkan hasil penelitian dan dihubungkan mengenai teori serta aturan hukum yang mengatur mengenai perlindungan konsumen yang

²¹ Suryadi, 2007, Dikat Dasar-Dasar Hukum Perlindungan Konsumen, Fakultas Hukum Unsoed, Purwokerto, hlm 43

dirugikan oleh pihak developer dari segi iklan yang diberikan bahwa dalam rangka mempromosikan.

Bahwa awal dari pertanggung jawaban adalah adanya sebuah kesalahan yang akan melahirkan sebuah resiko sebagaimana apa yang diperjanjikan sehingga adanya resiko yang harus ditempuh oleh kedua belah pihak sebagai bentuk tanggung jawab, sedangkan adanya sebuah tanggung jawab tanpa adanya sebuah kesalahan biasanya disebut dengan resiko yang mana resiko pertanggung jawaban akan muncul apabila sebuah adanya kesalahan yang muncul yang diakibatkan oleh orang lain atau sebuah sistem yang diberikan pertanggung jawabanya kepada orang lain.

Ada beberapa hal menjadi permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Mengenai iklan yang dipasarkan oleh pelaku usaha.
2. Barang atau jasa yang tidak sesuai dengan iklan.
3. Bentuk pertanggung jawaban pelaku usaha yang belum sesuai aturan hukum yang berlaku.

Hubungan antara konsumen dan pengusaha tidak selalu lancar. Sering ada perbedaan pendapat atau perselisihan antara kedua pihak. Adanya ketidaksepakatan atau perselisihan disebut masalah konsumen. Masalah konsumen selalu nyata, mereka menarik perhatian. Masalah konsumen selalu dipertanyakan, dibahas, didiskusikan, dan diperdebatkan. Masalah konsumen adalah masalah manusia. Hubungan antara pengusaha dan konsumen tidak dapat dipisahkan dari unsur-unsur di luar bagian ini, seperti masalah nilai-nilai agama, pekerjaan, tanggung jawab sosial dan lain-lain.

Konsumen yang dilindungi oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah konsumen akhir, yaitu pengguna, pengguna barang dan/atau layanan yang digunakan untuk diri mereka sendiri, keluarga atau rumah mereka, dan bukan untuk perdagangan ulang. Selain menjelaskan hak-hak konsumen, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga menjelaskan hak untuk memilih barang dan/atau jasa dan untuk mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi dan jaminan yang dijanjikan; hak untuk diperlakukan atau dilayani dengan cara yang sesuai dan jujur serta tidak diskriminatif; hak untuk menerima kompensasi, kompensasi dan/atau kompensasi.

Maka dari itu menurut penulis bahwa dalam rangka sebelum terjadinya sanksi ganti rugi maka secara keperdataan akan diberikan saksi berupa sanksi administrasi seperti;

1. Pencabutan izin usaha.
2. Pencabutan izin mendirikan bangunan dan penutupan sementara atau penundaan sementara pembangunan perumahan.

Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

Dalam pasal ini ditegaskan bahwa “Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa”.

Adapun saksi administrasi yang diberikan kepada, developer juga dapat dijatuhi sanksi administratif sebagaimana terdapat dalam Pasal 150 UU Perumahan.

Sanksinya mulai dari peringatan tertulis, pencabutan izin usaha, hingga penutupan lokasi. Untuk perdata konsumen bisa mengajukan gugatan perbuatan melawan hukum.

4.1.2 Ganti Rugi

Tanggung jawab pelaku usaha merupakan sebuah tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha yang akan diberikan kepada konsumen sebagaimana tanggung jawab yang diamaksud disebutkan dalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen sebagaimana disebutkan dalam pasal 19 sampai dengan 28 yang secara khusus mengatur mengenai tanggung jawab pelaku usaha.

- a. Tanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan (Pasal 19 Ayat (1)).
- b. Tanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan iklan tersebut Pasal 20.
- c. Tanggung jawab sebagai pembuat barang (importir) dan/atau penyedia jasa yang diimpor apabila importasi barang dan/atau jasa tersebut tidak

dilakukan oleh agen atau perwakilan luar negeri (Passal 29 ayat (1) dan (2).

- d. Pelaku suaha 1 yang menjual produk kepada pelaku usaha 2, berkewajiban memenuhi ganti rugi konsumen apabila produk yang diperoleh dari pelaku usaha 2 (tidak merubah produk) merugikan konsumen (Pasal 24).
- e. Pelaku usaha berkewajiban menyediaakan suku cadang dan/atau fasilitas purna jual apabila pemanfaatan barang lebih dari 1 tahun (Pasal 25).

Sedangkan apabila kita melihat pandagan Abdul Kadir Muhammad mengenai pelaku usaha yang adalah sebagai berikut:

“Tanggung jawab adalah tanggung jawab yang harus di penuhi oleh pengusaha apabila dalam meyelenggarakan kegiatanya pelaku usaha melakukan kesalahan atau kalalain sehingga merugikan konsumen.”²²

Ganti rugi yang diberikan kepada konsumen dapat dikategorikan berupa penggantian unit Menurut Sri Redjeki Hartono mengenai adanya sebuah hubungan hukum dari satu pihak ke pihak lainnya:²³

1. Munculnya hak dan kewajiban kedua belah pihak.
2. Sesuatu hal yang tidak boleh dilakukan.
3. Adanya peranan dari negara.
4. Adanya bentuk perlindungan yang diberikan oleh negara mengenai sengketa serta prosedur penyelesaian sengketa.

²² Suryadi, 2007, Dikat Dasar-Dasar Hukum Perlindungan Konsumen, Fakultas Hukum Unsoed, Purwokerto, hlm 43

²³ Sri Redjeki Hartono, 2007, Hukum Ekonomi Indonesia Cet II, Bayumedia Publishing, Malang, hlm 140

Maka dari itu mengenai tanggung jawab akan diberikan pada dasarnya lahirnya sebuah perjanjian akan memberikan sebuah implikasi hukum sebagaimana implikasi yang dimaksud adalah lahirnya sebuah kepastian hukum yang akan dipertanggung jawabkan kedepannya, kepastian hukum yang dimaksud disini adalah sebuah hak dan kewajiban yang harus dipenuhi pelaku usaha hal ini sebenarnya diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 6 dan 7 tentang hak dan kewajiban pelaku usaha:

Pasal 6²⁴

1) Hak Pelaku Usaha

- a) Menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- b) Mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
- c) Melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
- d) Rehabilitasi nama baik apabila 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.

2) Kewajiban Pelaku Usaha

²⁴ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 6

- a) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- b) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi 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 yang 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 seseuai dengan perjanjian

4.2 Penghambat Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen

Akibat Iklan

4.2.1 Keterbukaan SDM

Sumber daya manusia merupakan faktor sentral dalam organisasi perusahaan ataupun produksi. Kebutuhan sumber daya manusia disesuaikan dengan bentuk serta tujuan perusahaan yang dibuat berdasarkan visi untuk kepentingan dan dalam pelaksanaan misinya dikelola dan diurus oleh manusia, karena manusia merupakan faktor strategis dalam suatu organisasi/institusi.

Kinerja manusia merupakan faktor yang sangat berperan penting bagi kinerja organisasi, suatu organisasi tidak akan berfungsi tanpa manusia. Organisasi tidak akan unggul tanpa orang-orang yang handal dan termotivasi. Konsekuensinya, manajer operasi harus membentuk strategi Sumber Daya Manusia (SDM) yang tepat untuk menempatkan bakat bakat yang tersedia untuk mendukung operasi perusahaan. Lebih jauh lagi, manusia mahal harganya, biaya untuk upah dan gaji sangat besar sepertiga dari biaya total.

Oleh karena itu diperlukan strategi Sumber Daya Manusia (SDM) sumber utama dalam membangun usaha dalam bentuk apapun itu, berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan oleh penulis berdasarkan hasil wawancara dengan mantan pengawas perumahan yang memiliki pengalaman selama 10 tahun dalam mengawasi berbagai perumahan telah mengungkapkan bahwa :

Dalam sistem pembangunan perumahan memang sangat sering terjadi perbedaan dengan apa yang ada dibrosur (iklan) sehingga aspek bangunan tidak sesuai tapi pada dasarnya memang iklan harus menarik dan harus menyakinkan, namun pada kenyataannya tidak sesuai dengan

bangunan yang ada, banyak perumahan yang telah dirubuhkan karena tidak sesuai dengan spek bangunan yang ditetapkan apabila itu proyek perupahan rakyat yang didanai oleh pemerintah, tetapi ada juga yang tidak peduli khususnya banyak developer swasta yang nakal menjanjikan tidak sesuai isi bangunan yang ditawarkan dalam iklan.

Maka dari itu sebenarnya dalam pengelolaan pembangunan perumahan kita dapat menghindari hal yang dapat merugikan masyarakat apabila kita mau mengindari dan melakukan hal hal yang tidak positif seperti tutup mulut dan tidak mau mengawasi dan tidak mau terbuka mengenai pengembangan perumahan yang ada apabila kita melihat Pasal 7 (1) UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 4 TAHUN 1992 TENTANG PERUMAHAN DAN PEMUKIMAN.

- (1) Setiap orang atau badan yang membangun rumah atau perumahan wajib:
 - a. mengikuti persyaratan teknis, ekologis dan administratif ;
 - b. melakukan pemantauan lingkungan yang terkena dampak berdasarkan rencana pemantauan lingkungan ;
 - c. melakukan pengelolaan lingkungan berdasarkan rencana pengelolaan lingkungan.

- (2) Pelaksanaan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), diatur dengan peraturan pemerintah.

4.2.2 Aturan Hukum

Konsumen yang dilindungi oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah konsumen akhir, yaitu pengguna, pengguna, pengguna

barang dan/atau layanan yang digunakan untuk diri mereka sendiri, keluarga atau rumah mereka, dan bukan untuk perdagangan ulang. Selain menjelaskan hak-hak konsumen, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga menjelaskan hak untuk memilih barang dan/atau jasa dan untuk mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi dan jaminan yang dijanjikan; hak untuk diperlakukan atau dilayani dengan cara yang sesuai dan jujur serta tidak diskriminatif; hak untuk menerima kompensasi, kompensasi dan/atau kompensasi.

Secara umum, ketika berbicara tentang kerugian yang terkait dengan aspek ekonomi, konsumen tidak mendapat manfaat dari penggunaan barang dan/atau jasa yang mereka konsumsi. Tiga teori yang membentuk dasar klaim kompensasi konsumen untuk produk yang dikonsumsi termasuk pelanggaran garansi, kelalaian dalam gugatan, dan tanggung jawab yang ketat dalam gugatan. Dalam jenis kehilangan produk yang dikonsumsi, konsumen dapat mengajukan klaim berdasarkan kewajiban penjual/produsen untuk memastikan kualitas produk. Permintaan bisa dalam bentuk pengembalian barang, sementara pengembalian harga pembelian diperlukan, atau pertukaran untuk barang-barang berkualitas baik. Jaminan untuk kualitas produk dapat dibagi menjadi 2 (dua) jenis, yaitu jaminan tersurat dan jaminan tersirat.

Penugasan tanggung jawab kepada penjual berdasarkan adanya kontrak membatasi ruang lingkup, yaitu, hanya timbul antara pihak-pihak yang menandatangani kontrak dan pihak-pihak lain yang juga menjadi korban

produk cacat/rusak tidak akan dilindungi atau didasarkan tentang privasi hubungan kontraktual. Sementara itu, jaminan tersirat adalah jaminan yang berasal dari hukum atau bentuk hukum lainnya. Misalnya, kewajiban penjual untuk menahan segala cacat tersembunyi dalam produk yang ia jual, meskipun ia tidak memiliki pengetahuan tentang cacat tersebut, kecuali jika dalam keadaan seperti itu ia meminta agar ia tidak berkewajiban untuk membawa apapun (pasal 1506 dari KUHPerdata). Menurut pasal 1504 KUHPerdata, penjual berkewajiban untuk menahan cacat tersembunyi dalam produk yang dijual, yang berarti bahwa produk tersebut tidak dapat digunakan secara sengaja (tidak sesuai dengan tujuannya), atau mengurangi penggunaan. Jadi jika pembeli mengetahui cacat, dia tidak akan membeli barang sama sekali, atau tidak akan membelinya dengan harga lebih murah.

Salah satu kasus yang akan diajukan untuk diteliti dalam penelitian ini adalah kasu-kasus objek yang dipasarkan dan tidak sesuai dengan iklan seperti yang terjadi di beberapa tempat yaitu khususnya di kabupaten Boalemo bahwa ada beberapa iklan yang diterbitkan kemasyarakatan baik itu iklan properti maupun iklan produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha yang tidak sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan pada iklan, sebagai contoh kasus adanya pembangunan perumahan yang dibangun di kabupaten Boalemo yang mana pada brosur iklan tersebut beberapa spesifikasi bangunan yang dijual pada saat dalam pemeriksaan ternyata tidak sesuai dengan spesifikasi pembangunan dengan iklan seperti contoh sebagai berikut.

Pembangunan perumahan yang diiklankan memiliki spesifikasi bangunan dibangun menggunakan besi sebanyak 4 (empat) batang besi pada ruas tiang-tiang rumah, namun pada saat dilakukan perombakan beberapa rumah ditemukan tidak sesuai dengan spesifikasi iklan yaitu menggunakan besi 1 batang pada tiap ruas tiang rumah yang dijual tentunya ini merupakan persoalan yang merugikan semua konsumen yang membelinya dengan harga mahal namun tidak memiliki nilai yang sesuai.

Dalam hal ini tentunya diperlukan semacam lembaga secara khusus yang mengawasi sistem pembangunan perumahan yang layak huni disetiap daerah, hal ini dikarenakan sulitnya melakukan pengaduan dari segi kerugian yang timbul akibat pembangunan perumahan yang tidak sesuai dengan yang dianjurkan oleh pemerintah guna menjaga keselamatan rakyat kedepannya.

Disatu sisi juga apabila kita melihat spesifikasi objek yang akan dipetanggung jawabkan tentunya merupakan salah satu adanya indikasi tindak pidana penipuan Pembangunan perumahan yang diiklankan memiliki spesifikasi bangunan dibangun menggunakan besi sebanyak 4 (empat) batang besi pada ruas tiang-tiang rumah, namun pada saat dilakukan perombakan beberapa rumah ditemukan tidak sesuai dengan spesifikasi iklan yaitu menggunakan besi 1 batang pada tiap ruas tiang rumah yang dijual tentunya ini merupakan persoalan yang merugikan semua konsumen yang membelinya dengan harga mahal namun tidak memiliki nilai yang sesuai.

Maka kasus diatas merupakan tindak pidana pidana yang dilakukan oleh developer yang nakal guna mengurangi biaya operational dalam pembangunan perumahan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Bentuk Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Akibat Iklan yaitu sanksi administrasi apa bila developer melakukan hal yang dianggap pelanggaran yang tidak begitu berat sehingga bisa dicabut baik dari segi izin usaha dan izin operational lainnya selain dari itu sanksi ganti rugi juga dapat diberikan kepada konsumen apabila ada konsumen keberatan dan menganggap banyak dirugikan oleh pidak developer dan dapat dipertanggung jawabkan serta ganti rugi berupa objek adalah jalan terakhir yang biasanya ditempuh untuk mendapatkan dan meyelesaikan masalah secara cepat.
2. Penghambat Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Akibat Iklan adalah yang pertama adalah keterbukaan SDM yang mana baik developer pengawas dan masyarakat atau konsumen tidak terlalu terbuka mengenai informasi dari iklan dan spesifikasi bangunan yang ada selain dari pada itu biasanya masyarakat hanya acuh tak acuh terhadap rumah yang dibelinya padahal sebenarnya tidak sesuai dengan apa yang ditawarkan melalui iklan maka dari itu juga harus dilihat bahwa aturan hukum juga menjadi penentu dalam meyelamatkan konsumen akibat dari korban iklan.

5.2 Saran

1. Penulis menyarankan bahwa sebaiknya adanya wadah yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk mengadukan bagi developer kepemerintah daerah secara khusus, karena hal ini kadang antara konsumen dan developer saling menutupi diri sehingga merugikan konsumen.
2. Sebaiknya dalam pembelian rumah setiap kalangan tidak percaya dengan iklan yang ada dan harus memastikan unit bangunan secara langsung dan membuat semacam surat keterangan keabsahan bangunan telah sesuai dengan iklan yang di pasarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulkadir Muhammad. 2010. *Hukum Perusahaan Indonesia*. Citra Aditya Bakti
- Abdul Kadir Muhamad. 2004. *Hukum Dan Penelitian Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Andi Hamzah. 2005. *Kamus Hukum*. Ghalia Indonesia
- Celina Tri Siswi Kristiyanti. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Sinar Grafika. Jakarta
- Titik Triwulan dan Shinta Febrian. 2010. *Perlindungan Hukum bagi Pasien. Prestasi*
- Sri Redjeki Hartono. 2007. *Hukum Ekonomi Indonesia Cet II*. Bayumedia Publishing. Malang
- Stanton. 2002. *Produk Dlam Pikiran Konsumen*. Jakarta. Sinar grafika
- Suryadi. 2007. *Dikat Dasar-Dasar Hukum Perlindungan Konsumen*. Fakultas Hukum Unsoed. Purwokerto
- Shidarta. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta
- Sri Redjeki Hartono. 2007. *Hukum Ekonomi Indonesia Cet II*. Bayumedia Publishing. Malang
- Shidarta. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Grasindo. Jakarta
- Susanti Adi Nugroho. 2008. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*. Kenaca Prenada Media Group. Jakarta

Https://Mediakonsumen.Com/2018/04/17/Wawasan/Apa-Saja-Bentuk-Bentuk-

Pertanggungjawaban-Pelaku-Usaha-Terhadap-Konsumen-Ini-

Jawabannya Diakses Pada Tanggal 31 Oktober 2019 Jam 10.35 Wit

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pustaka.

Jakarta