

## LARANGAN PELAKU USAHA TERHADAP IKLAN PRODUK YANG MENYESATKAN KONSUMEN

Edwin Yuliska, *Fakultas Hukum Universitas Sumatera Barat*  
[edwinwiska@yahoo.co.id](mailto:edwinwiska@yahoo.co.id)

### Abstract

Product information to consumers must be correct, clear and honest, so that consumers do not suffer losses and product guarantees can be fulfilled according to consumer demand and legislation. However, there are still business actors advertising their products with misleading advertisements, so it is very interesting to discuss and set forth in a normative journal with the title Prohibition of business actors on misleading product advertisements. Whereas as regulated in the articles above, the responsibilities of advertising business actors are also based on the existence of a legal relationship between consumers and business actors. The legal relationship does not only cover the legal relationship that arises immediately when an agreement is made, in this case regarding all matters relating to the product, between the consumer and the business actor, but also includes the legal relationship that arises because of the law.

Keyword : Business Prohibition, Product Advertising, Consumers.

### A. Pendahuluan

Dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen atas adanya tindakan pelaku usaha yang merugikan konsumen, dalam hal ini iklan yang menyesatkan, maka pemerintah Republik Indonesia memberlakukan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Salah satu bentuk upaya perlindungan bagi konsumen yang tercantum dalam undang-undang tersebut adalah adanya secara tegas hak-hak konsumen yang dilindungi secara hukum.

Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, disebutkan hak-hak konsumen mendapatkan jaminan dan perlindungan dari hukum, hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan mengandung arti bahwa konsumen berhak mendapatkan produk yang memberikan rasa nyaman, aman, dan keselamatan dengan cara pelaku usaha mencantumkan label produk yang berisi keterangan atau informasi produk secara jelas, jujur dan lengkap. Sehingga konsumen dapat mengetahui, memilih produk yang sesuai dengan kondisi dan jaminan yang dijanjikan oleh pelaku usaha.

Informasi produk kepada konsumen harus benar, jelas, dan jujur, sehingga konsumen tidak mengalami kerugian dan jaminan akan produk dapat terpenuhi sesuai permintaan konsumen dan perundang-undangan. Namun demikian masih ada saja pelaku usaha dalam

mengiklankan produknya dengan iklan-iklan yang menyesatkan, sehingga sangat menarik untuk dibahas dan dituangkan dalam bentuk normatif jurnal dengan judul larangan pelaku usaha terhadap iklan produk yang menyesatkan.

## **B. Metode Penelitian**

Penelitian karya ilmiah ini berjenis penelitian hukum normatif (yuridis normatif). Penelitian hukum normatif atau penelitian perpustakaan merupakan penelitian yang mengkaji studi dokumen, menggunakan berbagai data sekunder seperti peraturan perundang-undangan, keputusan pengadilan, teori hukum dan dapat berupa pendapat para sarjana.

## **C. Pembahasan**

Pentingnya informasi yang jelas dan lengkap diharapkan dapat melindungi konsumen dari kerugian yang diakibatkan oleh iklan-iklan yang mengandung unsur penyesatan dan penipuan. Beberapa bentuk iklan yang mengandung unsur penyesatan dan penipuan antara lain :

1. Iklan pancingan (*bait and switch advertising*), yang dapat dikategorikan iklan pancingan adalah iklan sebenarnya tidak berniat untuk menjual produk yang ditawarkan, melainkan lebih ditujukan pada menarik kunjungan konsumen ke tempat usaha tersebut. Iklan jenis ini menawarkan barang-barang tertentu dengan harga khusus semacam diskon atau janji pemberian hadiah, padahal pelaku usaha tidak berniat melakukan ataupun jika melakukan dalam jumlah yang tidak wajar, dimana konsumen kemudian menemukan kenyataan yang tidak sesuai sebagaimana dijanjikan mengenai hal yang diiklankan.
2. Iklan menyesatkan (*mock-up advertising*). Klasifikasi iklan ini sedikit berbeda dengan iklan pancingan. Iklan jenis ini biasanya hanya ingin menunjukkan kemampuan suatu produk dengan melalui penggambaran yang berlebihan. Biasanya iklan yang demikian, dengan menggunakan media televisi akan menghasilkan efek tayangan yang mengesankan. Dari fenomena di atas jelas tampak bahwa ternyata informasi telah dimanipulasi sedemikian rupa sehingga mengaburkan makna informasi yang sebenarnya.

Terdapat beberapa peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang periklanan, yaitu :

1. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Beberapa pasal yang mengatur tentang iklan adalah sebagai berikut :

1) Pasal 8 ayat (1) huruf f

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 tersebut.

2) Pasal 9 ayat (1)

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan 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 aksesori 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 sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
- k. menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

3) Pasal 10

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai :

- a. harga atau tarif suatu barang dan/ atau jasa;
- b. kegunaan suatu barang dan/ atau jasa;
- c. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/ atau jasa;

- d. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- e. bahaya penggunaan barang dan/ atau jasa.

4) Pasal 12

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.

5) Pasal 17 ayat (1)

Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang :

- a. mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/ atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/ atau jasa;
- b. mengelabui jaminan/ garansi terhadap barang dan/ atau jasa;
- c. memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/ atau jasa;
- d. tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/ atau jasa;
- e. mengeksploitasi kejadian dan/ atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
- f. melanggar etika dan/ atau ketentuan peraturan perundangundangan mengenai periklanan.

2. Undang-Undang No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan

Pasal-pasal yang mengatur tentang iklan antara lain :

1) Pasal 33

- (1)Setiap label dan atau iklan tentang pangan yang diperdagangkan harus memuat keterangan mengenai pangan dengan benar dan tidak menyesatkan.
- (2)Setiap orang dilarang memberikan keterangan atau pernyataan tentang pangan yang diperdagangkan melalui, dalam, dan atau dengan label atau iklan apabila keterangan atau pernyataan tersebut tidak benar dan atau menyesatkan.
- (3)Pemerintah mengatur, mengawasi, dan melakukan tindakan yang diperlukan agar iklan tentang pangan yang diperdagangkan tidak memuat keterangan yang dapat menyesatkan.

2) Pasal 34

- (1)Setiap orang yang menyatakan dalam label atau iklan bahwa pangan yang

diperdagangkan adalah sesuai dengan persyaratan agama atau kepercayaan tertentu bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan berdasarkan persyaratan agama atau kepercayaan tersebut.

(2) Label tentang pangan olahan tertentu yang diperdagangkan untuk bayi, anak berumur di bawah lima tahun, dan ibu yang sedang hamil atau menyusui wajib memuat keterangan tentang per-untukan, cara penggunaan, dan atau keterangan lain yang perlu diketahui mengenai dampak pangan terhadap kesehatan manusia.

3. Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan.

Sebagai pelaksanaan dari ketentuan Undang-Undang No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan tersebut, maka dikeluarkanlah Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan. Secara umum, Peraturan Pemerintah tersebut memuat ketentuan tentang iklan pangan dalam pasal-pasal sebagai berikut :

1) Pasal 44

(1) Setiap Iklan tentang pangan yang diperdagangkan wajib memuat keterangan mengenai pangan secara benar dan tidak menyesatkan, baik dalam bentuk gambar dan atau suara, pernyataan, dan atau bentuk apapun lainnya.

(2) Setiap Iklan tentang pangan tidak boleh bertentangan dengan norma-norma kesusilaan dan ketertiban umum.

2) Pasal 45

(1) Setiap orang yang memproduksi dan atau memasukkan ke dalam wilayah Indonesia pangan untuk diperdagangkan, dilarang memuat pernyataan dan atau keterangan yang tidak benar dan atau yang dapat menyesatkan dalam Iklan.

(2) Penerbit, pencetak, pemegang izin siaran radio atau televisi, agen dan atau medium yang dipergunakan untuk menyebarkan Iklan, turut bertanggung jawab terhadap isi Iklan yang tidak benar, kecuali yang bersangkutan telah mengambil tindakan yang diperlukan untuk meneliti kebenaran isi Iklan yang bersangkutan.

(3) Untuk kepentingan pengawasan, penerbit, pencetak, pemegang izin siaran radio atau televisi, agen dan atau medium yang dipergunakan untuk menyebarkan Iklan dilarang merahasiakan identitas, nama dan alamat pemasang Iklan.

3) Pasal 46 Setiap orang yang menyatakan dalam Iklan bahwa pangan yang diperdagangkan adalah sesuai dengan persyaratan agama atau kepercayaan tertentu, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut.

4) Pasal 47

- (1) Iklan dilarang dibuat dalam bentuk apapun untuk diedarkan dan atau disebarluaskan dalam masyarakat dengan cara mendiskreditkan produk pangan lainnya.
- (2) Iklan dilarang semata-mata menampilkan anak-anak berusia dibawah 5 (lima) tahun dalam bentuk apapun, kecuali apabila pangan tersebut diperuntukkan bagi anak-anak yang berusia dibawah 5 (lima) tahun.
- (3) Iklan tentang pangan olahan tertentu yang mengandung bahanbahan yang berkadar tinggi yang dapat membahayakan dan atau mengganggu pertumbuhan dan atau perkembangan anak-anak dilarang dimuat dalam media apapun yang secara khusus ditujukan untuk anak-anak.
- (4) Iklan tentang pangan yang diperuntukkan bagi bayi yang berusia sampai dengan 1 (satu) tahun, dilarang dimuat dalam media massa, kecuali dalam media cetak khusus tentang kesehatan, setelah mendapat persetujuan Menteri Kesehatan, dan dalam iklan yang bersangkutan wajib memuat keterangan bahwa pangan yang bersangkutan bukan pengganti ASI.

Maka sesuai dengan bunyi pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, maka :

- (1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- (2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- (4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- (5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Kemudian Pasal 20 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut. Jika Pelaku usaha menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.

#### **D. Kesimpulan**

Bahwa sebagaimana yang telah diatur dalam pasal-pasal di atas, tanggung jawab pelaku usaha periklanan, didasarkan juga atas adanya hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha. Hubungan hukum tersebut tidak hanya meliputi hubungan hukum yang lahir seketika pada saat terjadi kesepakatan, dalam hal ini mengenai segala hal yang berkaitan dengan produk, antara konsumen dan pelaku usaha, akan tetapi juga meliputi hubungan hukum yang lahir karena undang-undang.

#### **E. Daftar Pustaka.**

- Munir Fuady, *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001, h. 18.
- Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum (Suatu Pengantar)*, Liberty, Yogyakarta, 1999, hlm. 43.
- Shofie, Yusuf, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000.
- Simatupang, Taufik H., *Aspek Hukum Periklanan dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2004.
- Taufik H. Simatupang, *Aspek Hukum Periklanan dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2004, hlm. 12-13.
- Undang-Undang No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan.
- Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan