

LAPORAN
PENELITIAN DOSEN DAN MAHASISWA



Perlindungan Hukum Bagi konsumen
atas Penjualan Produk Obrol

Dosen Penelitian:

Dr. A.A.SAGUNG N. INDRADEWI, SH, MH
NI MADE LIANA DEWI, SH
NI NYOMAN SRI MUDANI, SH

PROGRAM STUDI
MAGISTER ILMU HUKUM
UNIVERSITAS DWIJENDRA
DENPASAR
2015

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL PROPOSAL	
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	iv
RINGKASAN.....	v
BAB I PENDAHULUAN	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
BAB VI JADWAL DAN BIAYA PENELITIAN	66
DAFTAR PUSTAKA	

RINGKASAN

Penurunan harga dapat berupa potongan harga atau yang lebih dikenal dengan diskon, atau juga dapat dikatakan sebagai penjualan produk secara obral. Hal ini dilakukan oleh para penjual, untuk selanjutnya disebut pelaku usaha. Pendekatan secara yuridis normatif dan yuridis empiris dengan masalahnya adalah apakah iklan atas penjualan produk secara obral tanpa disertai informasi yang jelas itu melanggar ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta apakah pelaku usaha yang menjual produk secara obral tanpa informasi yang jelas itu bertanggung gugat atas kerugian konsumen. Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui apakah iklan atas penjualan produk secara obral tanpa disertai informasi yang jelas itu melanggar ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta untuk mengetahui apakah pelaku usaha yang menjual produk secara obral tanpa informasi yang jelas itu bertanggung gugat atas kerugian konsumen.

Dengan adanya iklan yang berisi informasi yang tidak jelas itu melanggar hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana yang tertuang dalam pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pelaku usaha yang menjual produk secara obral dengan informasi yang tidak jelas itu bertanggung gugat atas kerugian konsumen. Hal ini dikarenakan bahwa pelaku usaha adalah pihak yang membuat dan/ atau menyetujui pembuatan iklan penjualan produk secara obral dengan informasi yang tidak jelas tersebut. Dan adanya iklan itu menimbulkan kerugian yang harus di derita oleh konsumen.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada umumnya, penurunan harga dapat berupa potongan harga atau yang lebih dikenal dengan diskon, atau juga dapat dikatakan sebagai penjualan produk secara obral. Hal ini dilakukan oleh para penjual, untuk selanjutnya disebut pelaku usaha, sebagai bagian dari strategi untuk meningkatkan omzet penjualan dan/ atau mengurangi penumpukan produk di gudang penyimpanan.

Hasil dari penjualan produk secara obral ini dianggap cukup mumpuni untuk menarik konsumen agar membeli produk-produk yang ditawarkan oleh pihak pelaku usaha. Hal ini terbukti dengan adanya penjualan produk secara obral yang masih dilakukan oleh pihak pelaku usaha, terutama pada momen-momen khusus, seperti Hari Raya Idul Fitri, Natal dan Tahun Baru, serta momen pertengahan tahun, dimana pada waktu itu adalah awal dimulainya tahun ajaran baru, dan juga momen-momen lainnya. Biasanya, pada momen-momen seperti itu, konsumen seperti diharuskan untuk berbelanja produk, baik untuk dinikmati sendiri atau untuk diberikan kepada orang lain.

Dengan kondisi ekonomi dunia yang sedang terpuruk pada masa sekarang ini, dapat mengakibatkan penurunan daya beli konsumen. Sehingga sebagian besar konsumen dapat dipastikan menahan pembelian suatu produk demi untuk memenuhi kebutuhan yang paling pokok terlebih dahulu. Hal ini juga berdampak luas kepada pelaku usaha, khususnya berkaitan dengan omzet penjualan produk yang ikut menurun seiring dengan menurunnya daya beli konsumen. Juga berarti bahwa ada penurunan laba pihak pelaku usaha, yang disebabkan oleh banyaknya

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya baik dari sumber yang diperoleh melalui studi kepustakaan maupun peraturan perundang-undangan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Iklan atas penjualan produk secara obral dengan informasi yang tidak jelas, melanggar ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hal ini dikarenakan bahwa iklan tersebut berisi informasi yang tidak jelas, sehingga dapat menyesatkan konsumen. Dengan adanya iklan yang berisi informasi yang tidak jelas itu melanggar hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana yang tertuang dalam pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Selain itu, informasi/ pernyataan yang menyesatkan dalam iklan tersebut melanggar ketentuan pasal 10 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

6.2. Saran

Dengan makin maraknya iklan dengan informasi yang tidak jelas dan mengakibatkan penyesatan pada konsumen, maka sudah seharusnya diberlakukan suatu peraturan perundang-undangan yang secara tegas dan jelas mengatur tentang iklan. Dan juga, perlu kiranya dibentuk suatu lembaga tersendiri yang berperan aktif dalam mengawasi iklan, sehingga kepentingan konsumen dapat tetap terlindungi dari perbuatan pelaku usaha dalam iklan yang menyesatkan tersebut.

