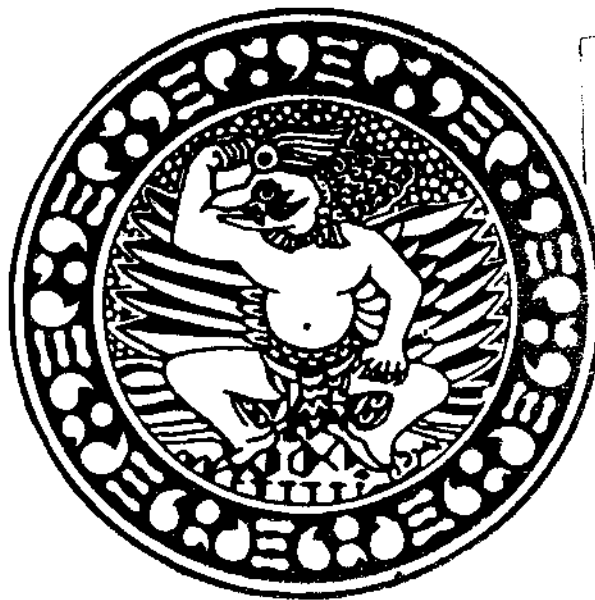


# SKRIPSI

TITIS WIDYARETNADI

## PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP IKLAN YANG MENYESATKAN

DK  
Per. 2001/3  
1/12  
A



MILIK  
PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA

FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
1998

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN  
TERHADAP IKLAN YANG MENYESATKAN**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN SEBAGAI PENULISAN AKHIR  
PROGRAM SARJANA STRATA SATU BIDANG ILMU HUKUM**

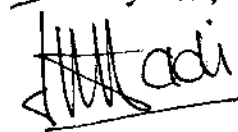
**Pembimbing.**



**Lisman, S.H., MS.**

**NIP. 130675526**

**Penyusun,**



**Titis Widyaretnadi**

**NIM. 039413955**

**FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA**

**1998**

## BAB IV

### PENUTUP

#### 1. Kesimpulan

- a. Iklan yang dalam bentuk brosur yang didalamnya secara spesifik dimuat janji-janji (lihat contoh studi kasus gugatan klaim iklan perumahan), dalam segi perdata dapat di kategorikan sebagai suatu penawaran (offerte) sehingga apabila iklan yang dibuat oleh produsen itu melanggar hak-hak konsumen serta terjadi penyimpangan identifikasi iklan terhadap maksud konsumen, sehingga konsumen dirugikan karenanya maka akan membawa akibat hukum bagi produsen yaitu produsen bertanggung gugat atas kerugian dari pemasangan iklan yang merugikan konsumen tersebut. Akibat hukum dari pemasangan iklan yang merugikan konsumen, produsen bertanggung gugat atas pemasangan iklan yang merugikan konsumen itu dengan bentuk tanggung gugat yang dianut pasal 1365 BW adalah tanggung gugat berdasar melanggar hukum yang didalamnya terdapat unsur kesalahan. Pada pasal 1365 BW mensyaratkan adanya "kesalahan"

pada pelaku untuk sampai kepada keputusan apakah suatu perbuatan dapat dikatakan sebagai perbuatan melanggar hukum. Unsur kesalahan itu sendiri harus dibuktikan oleh korban (konsumen), sebagaimana ditentukan oleh pasal 1865 BW dan pasal 163 HIR, sehingga konsumen mempunyai kendala dalam aspek pembuktiannya. Sedangkan untuk tanggung gugat produsen yang wanprestasi didasarkan pada pasal 1338 BW.

- b. Dalam upaya konsumen dalam usaha memulihkan haknya haknya yang dilanggar oleh produsen akibat pemasangan iklan yang merugikan adalah melalui adanya gugatan secara perdata yaitu gugatan berdasarkan wanprestasi dan gugatan berdasarkan perbuatan melanggar hukum dan upaya pembalikan beban pembuktian kesalahan pada produsen. Upaya perlindungan konsumen yang lain adalah melalui pengoptimalan peran serta organisasi konsumen seperti YLKI sebagai mediator antara konsumen dengan produsen dalam penyelesaian permasalahan secara obyektif dan damai. Namun lebih dari itu peranan organisasi konsumen sebagai sumber informasi menjadikan konsumen lebih mengetahui akan hak-haknya. Secara tidak langsung, upaya hukum ini juga

akan mendorong produsen dalam pemasangan iklan produknya untuk melakukan usaha dengan penuh tanggung jawab

## 2. Saran

Sebagai akhir dari penulisan skripsi ini, penulis akan menyampaikan saran yang diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mencermati permasalahan perlindungan hukum bagi konsumen terhadap iklan yang merugikan :

- a. Perlu adanya Undang-undang Hukum Perlindungan Konsumen yang integral sehingga mempermudah konsumen dalam melakukan penuntutan hak-haknya dan sebagai sarana yang efektif dalam proses peradilan tentang penyelesaian kasus-kasus perkara di bidang perlindungan konsumen, terutama masalah pemasangan iklan yang mempunyai aspek yang amat luas pengaruhnya terhadap konsumen.
- b. Dalam upaya adanya pembalikan beban pembuktian kesalahan produsen yang dibebankan pada produsen memang akan memenuhi rasa keadilan, mengingat bahwa konsumen kurang memiliki pengetahuan akan proses pemasangan iklan atau proses produksi.

Namun beban pembuktian terbalik ini memiliki kelemahan, karena bila produsen dapat membuktikan pihaknya seolah-olah tidak bersalah, dia dapat bebas sama sekali dari ancaman hukuman. Seharusnya beban pembuktian terbalik harus dilengkapi dengan ketentuan bahwa meskipun tergugat menyatakan dirinya tidak bersalah, hakim dan penggugat tetap berkewajiban untuk membuktikan kesalahan tergugat.