BAB III

TINJAUAN HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG No.8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP IKLAN PAKET DATA SELULER

3.1. Faktor yang Melatarbelakangi Munculnya Iklan Paket Data Seluler

Menurut Perusahaan Periklanan Indonesia (PPPI) iklan muncul karena kondisi sosial politik dan ekonomi didalam masyarakat. Iklan dibutuhkan masyarakat sebagai media informasi akan suatu produk (Supriadi, 2013: 18). Begitu juga dengan kemunculnya iklan paket data seluler disebabkan karena kebutuhan konsumen akan suatu infomasi sangatlah diperlukan. Informasi terkadang bukan hanya didapat dari orang ke orang namun, juga bisa diakses menggunakan internet, untuk itu dibutuhkan paket data seluler untuk mengaksesnya. Namun dibutuhkan Handphone Android untuk memasang paket data tersebut.

Seiring perkembangan zaman, sekarang banyak bermunculan aplikasi yang bisa menghubungkan seseorang yang jauh menjadi dekat, contohnya saja media sosial seperti *whatsapp, Instagram, Facebook, Twitter* dan lain sebagainya, yang dapat membantu konsumen berkomunikasi dengan mudah.Bukan hanya untuk berkomunikasi, namun ada aplikasi lain yang dapat membantu konsumen dalam memenuhi kebutuhannya seperti perpustkaan *online*, belanja *online*, ojek *online* dan lain sebagainya. Begitu pentingnya paket data seluler bagi masyarakat. Salah satu perusahaan paket data seluler menyebutkan bahwa tujuan dibuat iklan paket data yaitu:

> Pertama untuk membangun jaringan agar konsumen tahu kalau perusahaannya memiliki iklan paket data seluler yang bisa diterima masyarakat. Kedua dengan meningkatnya penggunaan data kita maka akan secara otomatis membantu peningkatkan pendapatan kita. Ketiga sebagai bahan komparasi atau perbandingan dengan operator-operator yang sesama memiliki iklan paket data, jadi masyarakat ketika datang ke suatu outlite[1],

[1] Tempat membeli paket data seluler

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
IMAM BONJOL
PADANG

> dia akan melihat pilihan-pilihan yang bisa dia pakai untuk kebutuhan data sehari-hari (Hidayat, Staff Marketing, 2019, 13:41 WIB).

Jadi dengan adanya tujuan akan mengarahkan suatu perusahaan membuat iklan semenarik mungkin agar konsumen tertarik dengan paket data yang ditawarkan. Pihak perusahaan iklan paket data harus memiliki kreativitas yang tinggi untuk membuat iklan paket data agar menarik minat konsumen, namun tidak bertentangan dengan aturan yang mengatur tentang iklan. Salah satu perusahaan paket data seluler menyebutkan bahwa manfaat dari iklan paket data seluler adalah "Untuk meningkatkan penjualan suatu produk agar laku di pasaran dan memperkenalkan produk baru kepada konsumen sehingga konsumen mengetahui dengan mudah apa saja paket data yang bagus untuk saat sekarang ini"(Hidayat, Staff Marketing, 2019, 13:41 WIB).

Perusahaan paket data harus memperkenalkan produknya dengan cara semenarik mungkin. Untuk itu perusahaan paket data seluler menawarkan berbagai bentuk dari iklan paket data. Setiap perusahaan memiliki ide yang berbeda-beda untuk memperkenalkan produknya. Salah satu perusahaan yang penulis wawancarai mengatakan bahwa bentuk-bentuk iklan paket data seluler yaitu: :

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
IMAM BONJOL
PADANG

> Iklan itu ada yang bentuknya ATL (*Above The Line*), BTL (*Below The Line*) dan ada Digital Media, kalau ATL itu ketika kita melihat iklan di Televisi mendengarkan iklan di Radio, nah itu ATL. Kalau BTL mungkin ketika kamu di jalan melihat yang namanya baliho, spanduk dan umbul-umbul itu termasuk kedalam BTL, ada lagi sekarang adalah digital media itu adalah iklan di media digital, apakah itu di media sosial seperti di *facebook, Youtobe,* ketika bukak facebook tau-tau ada iklan, ketika bukak youtobe ada iklan itu termasuk digital media, nah kelebihan digital media ini bisa diakses dimana pun kita berada selama masih ada jaringan internet, berbeda dengan radio dan televisi mungkin ada batasan. Sekarang media digital menjadi media yang secara biaya tidak mahal, secara jumlah orang yang melihat mungkin lebih banyak (Hidayat, Staff Marketing, 2019, 13:41 WIB).

Dari berbagai macam bentuk iklan paket data seluler yang ditawarkan, perusahaan akan memilih bentuk iklan yang banyak diminati oleh konsumen. Perusahaan paket data seluler akan berlomba-lomba dalam memperkenalkan produknya sampai ke telinga konsumen paket data seluler. Perusahaan paket data akan saling berlomba untuk menarik minat konsumen dan menambah pendpatan perusaan tersebut. Mereka akan menggunakan iklan baik dalam bentuk ATL, BTL maupun Digital Media. Satiap perusahaan paket data akan memiliki iklan yang mempunyai ciri khas tersendiri agar mudah di kenali oleh konsumennya. Salah satu perusahaan iklan paket data menyebutkan bahwa mereka memiliki perbedaan antara iklan produk yang satu dengan produk yang lainnya agar konsumen bisa memilih produk mana yang sesuai dengan kebutuhannya. Salah satu perusahaan paket data seluler menyebutkan bahwa

> Ada beberapa perbedaan tergantung dari program apa yang mau ditonjolkan, misalkan kita punya paket data yang namanya *yellow* yaitu 2500 perhari kuota utama, ada kita punya yang namanya *Unlimited* 3 hari, ada kita punya *Unlimited* 7 hari itu kuota utama 1 GB media sosial *free* selama 1 minggu ya jadi 1 GB nya bisa di gunakan ketika *Download, Browsing* ataupun main *Game*, tetapi kita punya yang namanya *Unlimited* 7GB sebulan itu free *facebook, Intstagram*, 7 GBnya kena ketika *browsing* main *game.* Trus kita ada *Freedom* yaitu kuota utama semua, karena kalau kita melihat di outlite-outlite yang ditonjolkan dari perusahaan lain yaitu besarnya kuota utama, misalkan kita membeli 28 ribu atau 30 ribu dapat 3GB, beli 60 ribu dapat 10 GB itu yang dilakukan operator[2] lain, berbeda dengan kita yang membuat inovasi agar masyarakat bisa memiliki banyak tawaran jenis kuota yang akan di pilih (Hidayat, Staff Marketing, 2019, 13:41 WIB).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI IMAM BONJOL PADANG

Begitu banyak perbedaan-perbedaan jenis iklan yang ditawarkan agar masyarakat dapat memilih sesuai dengan keinginannya. Masing-masing perusahaan mempunyai cara tersendiri untuk menarik minat konsumen agar membeli paket data yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Perusahaan membuat iklan-iklan yang bervariasi pasti memiliki tujuan tersendiri. Jika

[2] Perusahaan Iklan Paket Data

sebuah perusahaan tidak mempromosikan produknya dengan menggunakan iklan pasti ada dampak yang dialami. Salah satu perusahaan yang penulis wawancara menyebutkan bahwa dampak yang dialami perusahaan jika tidak membuat iklan paket data seluler dan keuntungan dibuatnya ikan paket data seluler yaitu:

> Perusahaan akan lambat di masyarakat, sehingga konsumen kita akan berkurang, karena sekarang yang di tonjolkan adalah paket data. Paket data merupaka kebutuhan primer sehari-hari ya, jadi mau telepon pakai WA[3], Video Call pakai WA, sekarang utuk telepon dan SMS pakai pulsa sudah berkurang. Keuntungan di buatnya iklan paket Data yaitu supaya membantu masyarakat untuk mengetahui bahwa kita mempunyai paket data ini, sehingga akan menambah pendapatan kita, jadi kita harus memaksimalkan untuk mempromosikan paket data unggulan kita, karena setiap perusahaan memiliki paket data unggulannya(Hidayat, Staff Marketing, 2019, 13:41 WIB).

Jika sebuah perusahaan paket data seluler tidak membuat iklan, perusahaan tersebut akan jauh ketinggalan dari yang lain. Hal ini akan berpengaruh pada pendapatan sebuah perusahaan paket data seluler. Jika tidak ada iklan akan sulit sebuah perusahaan menginformasikan produk yang dimilikinya kepada konsumen paket data seluler. Iklan sangat penting bagi peusahaan paket data seluler karena iklan dapat menjangkau mulai dari masyarakat yang tinggal di perkotaan maupun pedesaan. Iklan yang dibuat haruslah sesuai dengan ketentuan Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Salah satu perusahaan yang di wawancarai konsumen menyebutkan bahwa: “Jika konsumen memiliki keluhan tentang iklan paket data seluler maka bisa pergi ke bagian Customer service yang ada di perusahaan paket data tersebut” (Hidayat, Staff Marketing, 2019, 13:41 WIB).

Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor yang melatarbelakangi munculnya iklan paket data seluler adalah:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
IMAM BONJOL
PADANG

[3] WhatsApp

a. Faktor Kebutuhan

Paket data seluler menjadi kebutuhan primer bagi konsumen. paket data seluler sangat banyak kegunaannya, baik itu untuk berkomunikasi maupun membantu meringankan pekerjaan seseorang.

b. Faktor Ekonomi

Dengan adanya paket data seluler yang dibuat sebuah perusahaan membantu meningkatkan pendapatan perusahaan. Iklan yang di buat semenarik mungkin dapat membuat konsumen tertarik dengan paket data seluler. Dengan adanya iklan perusahaan dapat memperkenalkan produknya kepada konsumen paket data seluler. Dengan adanya iklan juga dapat meningkatkan daya saing antar perusahaan, karena sebuah perusahaan harus meningkatkan idenya agar bisa bersaing dengan perusahaan iklan paket data lainnya.

3.2. Pengaruh Iklan Paket Data Seluler terhadap Tingkah Laku Konsumen

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
IMAM BONJOL
PADANG

Dengan adanya iklan paket data seluler sangat berpengaruh terhadap tingkah laku konsumen dalam mengambil keputusan apakah ingin membeli sebuah produk atau tidak. Ada pula yang selalu ingin menggunakannya karena sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Tahap-tahap yang dilalui konsumen sebelum memutuskan untuk membeli sebuah produk yaitu:

a. Mengenali kebutuhannya

Apakah produk yang ditawarkan lewat iklan sesuai dengan kebutuhankonsumen tersebut.

b. Pencari informasi

Seseorang konsumen yang mulai timbul minat akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak tentang iklan yang ditawarkan. Terkadang konsumen akan bertanya kepada orang lain apakah produk yang di iklankan sesuai dengan kenyataan.

c. Keputusan membeli

Setelah informasi sudah didapat dan menyesuaikan dengan kebutuhan maka konsumen akan membeli produk tersebut.

d. Prilaku sesuadah pembelian

Sesudah pembelian pada suatu produk konsumen akan kepuasan apabila produk sesuai dan ketidak puasan apabila produk yang dibeli tidak sesuai.

e. Kepuasan sesudah pembelian

Jika produk yang dibeli sesuai dengan yang diiklankan maka konsumen akan merasa puasa dengan apa yang dibelinya.

f. Tindakan-tindakan sesudah pembelian

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen pada suatu produk akan mempengaruhi tingkah laku konsumen. Jika konsumen merasa puas,dia akan melakukan kemungkinan untuk membeli produk itu lagi. Konsumen yang tidak puas akan mengalami satu atau dua tindakan. Mereka mungkin mengurangi ketidakcocokannya dengan meninggalkan produk tersebut atau mengembalikan produk tersebut. Konsumen juga memiliki pilihan untuk mengeluh kepada perusahaan terkait yang mungkin dapat membantu mengurangi ketidapuasan (Setiadi 2008: 16-19).Dari ke enam tahap yang akan dilalui konsumen, ada yang sampai ke tahap akhir dan ada yang tidak.Seperti yang disampaikan oleh beberapa konsumen paket Data seluler yang penulis wawancarai menyebutkan bahwa ketika paket data yang dibeli tidak sesuai dengan yang diinginkan maka konsumen akan merasa kecewa dan tidak mau membeli paket data itu lagi. Seperti yang dialami oleh salah satu konsumen paket data yang merasa tertipu dengan iklan yang dilihatnya yaitu:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
IMAM BONJOL
PADANG

Gambar VII
Iklan Paket Data yang tidak Menjelaskan Secara Benar
Tentang Masa Berlaku Paket

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
IMAM BONJOL
PADANG

> Saya merasa kecewa terhadap iklan yang di pajang di konterbaru-baru ini. Di dalam iklan menyebutkan bahwa membeli paket 1.5 GB hanya dengan membayar uang Rp 18 rb. Namun di dalam iklan tidak tertera berapa masa berlaku paket setelah konsumen membelinya. Ketika saya melihat iklan tersebut saya langsung tertarik untuk membelinya. Eeh ternyata setelah saya beli, baru saya mengetahui kalau paket tersebut hanya berlaku sampai 2 minggu, dan pihak konter tempat saya membeli tidak memberitahu kalau waktunya hanya 2 minggu saja (Ayu,Mahasiswa, 2019, 13:30 WIB).

Bukan hanya satu konsumen saja namun banyak konsumen yang tertipu karena ketidak jelasan iklan yang disampaikan iklan. Seharusnya iklan paket data selelur harus menjelaskan secara rinci tentang paket data tersebut. Konsumen tidak akan merasa tertipu dengan iklan tersebut.

Gambar VIII
Iklan Sudah Habis Masa Berlakunya,
Tetapi Masih Dipajang

Saya singgah di depan salah satu kantor cabang suatu perusahaan paket data seluler. Saya melihat ada promo yang menarik tentang paket data yang dipajang di depan outlitenya. Sayapun ingin langsung membeli paket data tersebut, karena menurut saya harganya pun murah. Ketika saya ingin membeli pihak konter mengatakan bahwa iklan yang dipajang sudah tidak berlaku lagi, lah saya merasa kecewa. Kenapa masih dipajang jika iklan tersebut sudah tidak berlaku lagi. Itu kan sama saja menipu saya dan konsumen lain agar tertarik datang ke konter tersebut (Heliza, Mahasiswa, 2019, 12:51 WIB). Masih konsumen yang merasa tertipu dengan iklan paket data.

Gambar IX
Iklan yang Memiliki Pembagian Kuota

Saya melihat iklan ini dari media sosial. Saya tertarik dengan kuota yang ditawarkan sangatlah besar. Jadi saya memutuskan untuk membeli paket datanya. Dia memberi petunjuk untuk saya membelinya. Ketika sudah saya tekan tombol "ok" dan pulsa saya sudah ditarik, tiba-tiba muncul sms yang mengatakan bahwa dari besar kuota tersebut. Tidak kuota utama semua, melainkan ada pembagian dari 30 GB kuota tresebut. Kalau yang saya ingat pembagiannya *Videomax, Streaming Youtobe* hanya 2 pembagian itu yang saya ingat, karena kejadiannya sudah lama, namun saya men*screenshot* iklannya dan saya memberitahu teman-teman saya kalau iklan yang saya dapat tidak sesuai (Lilik, Mahasiswa, 2019, 16:04 WIB).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
IMAM BONJOL
PADANG

Jika paket data tersebut dibeli di *outlite* maka bisa bertanya langsung kepada penjual. Jika paket data tersebut di dapat dari media sosial, akan sulit untuk bertanya. Konsumen nerasa kecewa dengan iklan tersebut.

Gambar X
Iklan yang Tidak Menjelaskan Secara Benar Mengenai Harga, Batas Waktu dan Pembagian Kuota

> Ketika saya ingin membeli paket data di konter. Saya melihat ada iklan tentang paket data. Saya langsung tertarik dan ingin membelinya. Namun di iklan tersebut tidak dijelaskan batas waktu dari kuota tersebut dan juga tidak menjelaskan harganya. Ketika saya ingin membeli kuota 5 GB kalau gak salah harganya Rp 50 rb, ketika sudah saya beli dan pihak *outlite* juga tidak memberitahu saya berapa waktunya, ketika muncul sms ternyata ada pembagian kuota. Saya sudah lupa berapa pembagiannya. Saya merasa kecewa dan tidak mau lagi membeli iklan paket data tersebut. Dan saya harus berhati-hati dalam mebeli paket data (Marianti, Mahasiswa, 2019, 11:42 WIB).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
IMAM BONJOL
PADANG

Jadi, iklan di atas merupakan beberapa contoh dari iklan yang didapat oleh konsumen. Dua puluh satu orang kosumen yang penulis wawancarai hanya beberapa yang memiliki bukti dari iklan paket data tersebut. Namun bukan hanya satu perusahaan yang membuat iklan seperti gambar-gambar diatas. Namun banyak perusahaan iklan paket data lain juga melakukan hal yang sama, namun konsumen paket data tersebut, tidak menyimpan iklannya. Mereka kebanyakan mendapatkan iklan dari SMS maupun media publikasi lainnya.

Jadi, ke enam tahap-tahap dilalui konsumen secara umum ini. Sangat berpengaruh pada minat konsumen untuk membeli paket data tersebut. Begitu juga yang dialami oleh konsumen iklan paket data seluler. Konsumen akan langsung membeli ketika paket data yang di iklankansecara menarik sehingga membuat konsumen berminat dengan iklan tersebut. Salah satu konsumen iklan paket data yang penulis wawancara menyebutkan bahwa:

> Hal yang membuat saya berminat dengan iklan paket data tersebut. pertama ketersediaan jaringan di rumah maupun dimana-mana, kedua dari segi harga. Ketiga kecepatan dalam mengakses (Aulia , Mahasiswa, 2019, 14:01 WIB) ada pula konsumen yang menyebutkan bahwa yang membuat saya tertarik dengan iklan paket data seluler pertama karena harganya yang murah dan kuota yang di tawarkan besar (Elvi, Mahasiswa, 2019, 17:19 WIB).

Dari beberapa konsumen yang penulis wawancara dapat disimpulkan bahwa hal membuat konsumen tertarik dengan paket data seluler yaitu jaringan bagus, kuota yang ditawarkan besar, harga murah dan iklannya menarik. Iklan sangat berpengaruh terhadap tindakan apa yang akan di ambil konsumen untuk suatu produk yang akan di belinya. Iklan bisa menjadi bahan pertimbangan dalam memilih produk. Semakin menarik iklan maka akan semakin tinggi pula keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut. Tanpa berpikir panjang terkadang konsumen langsung membeli produk tanpa memperhatikan apakah yang dijelaskan dalam iklan itu benar atau tidak. Terkadang perusahaan hanya mementingakan keuntungan tanpa mementingkan kepuasan konsumen.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
IMAM BONJOL
PADANG

Di dalam teori *Dissonance* menyebutkan bahwa pemasar seharusnya berusaha mengurangi ketidakcocokan dengan menyampaikan kepada konsumen informasi yang positif mengenai suatu produk (Setiadi 2008, 156). Informasi yang benar sangat dibutuhkan oleh konsumen. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengaruh iklan terhadap tingkah laku konsumen yaitu:

a. Iklan dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk.

b. Jika iklan sesuai dengan yang diinginkan, maka konsumen akan terus membeli paket data tersebut.
c. Konsumen akan menginformasikan ke orang lainkeuntungan dan kerugian dari pembelian paket data tersebut.
d. Jika paket data tersebut tidak sesuai maka konsumen akan merasa kecewa dan tidak mau membeli paket data tersebut.
e. Terkadang konsumen akan menanyakan kepada oulite tempat mereka membeli, bahwa paket tersebut tidak sesuai. Tekadang outlite memberi solusi terkadang tidak.

3.3. Pelaksanaan Iklan Paket Data Seluler Menurut Hukum Islam dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

3.3.1. Menurut Hukum Islam

Pelaksanaan perekonomian dalam Islam sepenuhnya berdasarkan ajaran yang terkandung dalam Al Qur'an, Sunnah dan ajaran yang dilaksanakan para sahabat. Dengan adanya perlindungan hukum maka diharapkan kehidupan masyarakat akan lebih baik, aman, dan terhindar dari tindakan yang merugikan.Salah satu bentuk perserikatan adalah iklan paket data seluler. Iklan paket data seluler juga diatur dalam Islam yaitu dalam bentuk kegiatan bermuamalah. Salah satu bentuk bermuamalah yaitu berbisnis karena berkaitan dengan hubungan antar sesama manusia. Iklan paket data seluler merupakan bagian dari pemasaran. Pemasaran merupakan bagian dari bisnis jadi juga termasuk dalam bermuamalah. Produsen dan konsumen harus berlandaskan asas kerelaan atau suka sama suka diantara kedua belah pihak. Sebagaimana Qs An Nisa' ayat 29 yang berbunyi:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
IMAM BONJOL
PADANG

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Ayat ini menjelaskan bahwa didalam Islam, setiap akad atau transaksi yang dilakukan dengan sesama manusia harus dilakukan atas dasar suka sama suka atau kerelaan. Hal ini dilakukan agar dalam setiap transaksi tidak terjadi karena paksaan dan intimidasi pada salah satu pihak atau pihak lain.Dari bentuk kerelaan yang dilahirkan dalam akad yang dilakukan dalam aktivitas muamalah akan melahirkan rasa keadilan yang berimbang bagi sesama. Seseorang tidak dibenarkan melakukan transaksi yang mengandung tipuan, penindasan, dan pengambilan hak orang lain tanpa izin. Begitu pula dengan iklan paket data seluler, produsen harus mengiklankan suatu produk dengan jujur tidak dengan mengelabui konsumen. Dari beberapa konsumen iklan paket data yang penulis wawancara membuktikan bahwa masih ada kecurangan yang dilakukan oleh perusahaan paket data seluler. Dengan adanya iklan paket data tersebut membuat konsumen kecewa dan tertipu dengan iklan tersebut. Hal ini juga terdapat dalam kaidah fikih yang berbunyi:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
IMAM BONJOL
PADANG

الأصل في العقود رضا المتعاقدين

Artinya: Dasar dari akad adalah keridhaan kedua belah pihak.

Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak sah suatu akad apabila salah satu pihak dalam keadaan terpaksa ataujuga merasa tertipu. Hal ini bisa terjadi pada waktu akad sudah saling meridhai, kemudian salah satu pihak dirugikan.Artinya, hilang keridhaannya, akadtersebut bisa batal. Begitu juga dengan iklan peket data seluler. Dari beberapa konsumen yang penulis wawancara ada yang dirugikan terhadap iklan paket data, karena ketika konsumen sudah membeli paket tersebut barulah konsumen mengetahui isi

dari iklan tersebut. Ketidbenaran iklan membuat konsumen tertipu dengan iklan tersebut.Maka secara tidak langsung iklan paket data seluler tidak sah karena mengandung *gharar* atau penipuan.

3.3.2. Menurut Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Pelaksanaan iklan haruslah sesuai dengan Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Sebagaimana yang terdapat dalam Undnang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pasal 17 yang berbunyi:

(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 perundang-undangan mengenai periklanan.

(2) Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat (1)

Dari pasal tersebut sudah jelas yang terdapat dalam pasal 17 ayat 1 bagian a dan c bahwa pelaku usaha dilarang meproduksi iklan yang mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa.Membuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa. Sudah jelas bahwa iklan yang disebut pada

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
IMAM BONJOL
PADANG

poin a dan c maka pelaku usaha dilarang melanjutkan peredaran iklan tersebut. Hal ini juga berlaku bagi iklan paket data seluler. Pelaku usaha haruslah memperhatikan kepuasan dari konsumen. Dari beberapa konsumen yang penulis wawancara menyebutkan bahwa mereka sangat kecewa ketika apa yang dijelaskan dalam iklan tidak sesuai dengan apa yang mereka peroleh. Salah satu konsumen yang penulis wawancarai menyebutkan tentang iklan yang tidak memperlihat harga dan iklan yang tidak menjeaskan secara rinci apa pembagian paketnya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
IMAM BONJOL
PADANG

Gambar X
Iklan yang Tidak Menjelaskan Secara Benar Tentang Harga,
Batas Waktu dan Pembagian Kuota

Perbuatan pelaku usaha atas iklan pada gambar v, membuat iklan secara tidak benar mengenai harga. Tindakan ini otomatis menjurus kepada tindakan penipuan kepada konsumen. karena tidak adanya penjelasan tentang harga di iklan tersebut. Ketika konsumen ingin membeli paket tersebut. Konsumen tidak tau berapa uang yang akan di persiapkan untuk membeli paket data tersebut.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
IMAM BONJOL
PADANG

Gambar III
Iklan Paket Data yang Tidak Menjelaskan Secara Benar Pembagian Kuota

Iklan yang tidak menjelaskan secara benar tentang pembagian kuotanya. Sehingga konsumen mengetahui pembagian kuota ketika sudah membeli. Barulah muncul sms. Konsumen yang penulis wawancara menyebutkan bahwa:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
IMAM BONJOL
PADANG

> Ketika saya melihat promo paket data seluler di sebuah konter. Saya langsung berminat untuk membelinya. Namun pihak konter tidak memberitahu saya kalau kuota di dalam paket tersebut ada pembagian. Ketika saya sudah membeli, barulah datang sms yang mengatakan bahwa kuota tersebut ada pembagiannya. Dan saya lupa apa saja pembagiannya (Sahdiman, Mahasiswa, 2018, 15:30 WIB). Ketika penulis melihat iklannya, iklan tersebut tidak menjelaskan berapa lama kuota tersebut bisa digunkan.

Menurut Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen haruslah memperhatikan pasal 17 ayat 1, jika pasal ayat 1 di langgar maka sesuai yang di sebutkan pasal 17 ayat 2, maka iklan tersebut tidak boleh beredar di masyarakat atau dengan kata lain harus di cabut. Namun juga terdapat dalam pasal 19 dan20 mengenai tanggung jawab pelaku usaha yang terdapat dalamUU No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang berbunyi:

Pasal 19

(1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/ataukerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan ataudiperdagangkan.

(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/ataupemberian 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 unsurkesalahan.

(5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
IMAM BONJOL
PADANG

Pasal 20

Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkanoleh iklan tersebut.

Juga terdapat dalam pasal 62 UU No. 8 tahun 1999 mengenai sanksi bagi pelaku usaha yang berbunyi:

Pasal 62

(1) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18

dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

(2) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara
paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus jutarupiah).
(3) Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku (UU RI NO.8 TAHUN 1999).

Dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha haruslah membuat iklan sesuai dengan peraturan undang-udang. Iklan harus jujur tidak mengelabui konsumen sehingga konsumen tidak merasa tertipu dengan iklan tersebut. Jika pelaku usaha melakukan pelanggaran tentang iklan paket maka sanksinya sudah di atur di dalam Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
IMAM BONJOL
PADANG