

**PERTANGGUNG JAWABAN HUKUM PELAKU USAHA  
TERHADAP IKLAN YANG MENYESATKAN KONSUMEN**

**Skripsi**



**Oleh:  
OKREZA RANDY HEPRIYAN  
NPM 16810083**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
FAKULTAS HUKUM  
2020**

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Okreza Randy Hepriyan

NPM : 16810083

Prodi : Hukum

Universitas : Universitas Muhammadiyah Metro

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan hasil karya saya sendiri, baik dari laporan maupun dari hasil kegiatan yang berkaitan dari skripsi tersebut. Jika terdapat karya orang lain maka saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dari ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik, berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dari karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Metro.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Metro, 27 April 2020



**Okreza Randy Hepriyan**  
**NPM.16810083**

## ABSTRAK

### **PERTANGGUNG JAWABAN HUKUM PELAKU USAHA TERHADAP IKLAN YANG MENYESATKAN KONSUMEN**

Oleh

**Okreza Randy Hepriyan**

Adanya iklan yang menyesatkan dapat merugikan konsumen dengan begitu dapat menimbulkan masalah antara konsumen dengan pelaku usaha yang mengiklankan produknya. Tulisan ini membahas tentang bagaimana pertanggung jawaban hukum pelaku usaha atas iklan yang menyesatkan konsumen serta bagaimana penerapan sanksi hukum terhadap iklan yang menyesatkan konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif yaitu penelitian hukum yang mengkaji peraturan perundang-undangan. Adapun sumber dan jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Penulis menggunakan bahan hukum primer yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertanggung jawaban hukum pelaku usaha atas iklan yang menyesatkan konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan, serta pelaksanaan sanksi yang diberikan terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan merupakan suatu kebijakan hukum yang dibuat untuk menanggulangi kasus iklan yang merugikan konsumen.

*Keyword : Pertanggung jawaban, Pelaku usaha, Konsumen, Iklan menyesatkan*

## ABSTRACT

### **THE LEGAL LIABILITY OF BUSINESS ACTORS FOR ADVERTISEMENTS THAT MISLEADS CONSUMERS**

By

OkrezaRandy Hepriyan

The existence of misleading advertisements can be detrimental to consumers, thereby causing problems between consumers and businesses that advertise their products. This paper discusses how the legal liability of business actors for advertisements that mislead consumers and how the application of legal sanctions against advertisements that mislead consumers.

This study uses normative juridical research methods, namely legal research that examines the laws and regulations. The sources and types of data in this study are primary data and secondary data. The author uses primary legal material, namely Law Number 8 of 1999 Concerning Consumer Protection and the Civil Code.

From the results of this study indicate that the legal liability of business actors for advertisements that mislead consumers based on Law No. 8 of 1999 that business actors are responsible for providing compensation for damage, pollution and/or consumer losses due to consuming goods and / services produced or traded, as well as the implementation of sanctions imposed on business actors that violate the provisions is a legal policy made to overcome cases of advertising that are detrimental to consumers.

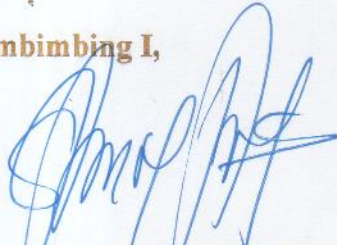
Keyword: Liability, Business performer, Consumer, Misleading advertising

## PERSETUJUAN

Skripsi oleh Okreza Randy Hepriyan ini,  
Telah diperiksa dan disetujui untuk di uji,

Metro, Senin 27 April 2020

Pembimbing I,



Samsul Arifin, S.H., M.H  
NIDN. 0201048701

Pembimbing II,



Intan Pelangi, S.H., LL.M.  
NIDN. 0226088602

Ketua Program Studi



Intan Pelangi, S.H., LL.M.  
NIDN. 0226088602

## PENGESAHAN


Skripsi oleh Okreza Randy Hepriyan ini,

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji

Pada tanggal : 27 April 2020

### TIM PENGUJI

  
Samsul Arifin, S.H., M.H, Ketua  
NIDN. 0201048701

  
Hadri Abunawar, S.H., M.H., Penguji  
Utama  
NIDN. 0204016405

  
Intan Pelangi, S.H., LL.M, Sekretaris  
NIDN. 0226088602

Mengetahui

Dekan,



M. Shofwan Taufiq, SHL, MSI  
NIDN. 0203038604

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
SURAT PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRAC.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
MOTTO.....	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Ruang Lingkup.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
F. Kerangka Teoritis dan Konseptual .....	5
G. Sistematika Penulisan.....	7

### BAB II TUJUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Konsumen .....	9
1. Perlindungan Konsumen.....	9
2. Hak dan Kewajiban Konsumen .....	14
3. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	17
4. Penegakan Hukum Dalam Perlindungan Konsumen.....	20
5. Pelanggaran dan Sanksi Perlindungan Konsumen .....	21
B. Tanggung Jawab Pelaku Usaha.....	22

### BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian .....	24
B. Sumber dan Jenis Data .....	24
C. Metode Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	26
D. Analisis Data .....	27

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pertanggung Jawaban Hukum Pelaku Usaha Atas Iklan Yang Menyesatkan konsumen .....	28
---	----

1. Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Secara Perdata.....	28
2. Penentuan Tanggung Jawab Pelaku Usaha.....	42
3. Tanggung Jawab Pelaku Usaha .....	45
B. Penerapan Sanksi Hukum Terhadap Iklan Yang Menyesatkan Konsumen .....	53

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	57
B. Saran .....	58

## **DAFTAR PUSTAKA**





UNIT PUBLIKASI ILMIAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
METRO

## SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)

Nomor: 1099/II.3.AU/F/UPI-UK/2020

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : OKREZA RANDY HEPRIYAN  
NPM : 16810083  
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul :

### **PERTANGGUNG JAWABAN HUKUM PELAKU USAHA TERHADAP IKLAN YANG MENYESATKAN KONSUMEN**

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase kesamaan  $\leq 20\%$ . Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 28 April 2020

Kepala Unit,



Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.  
NIDN. 0224018703

Jajar Dewantara No.116  
Julyo, Kec. Metro Timur Kota  
Lampung, Indonesia

Website: [www.upi.ummetro.ac.id](http://www.upi.ummetro.ac.id)  
Email: [upi.ummetro@gmail.com](mailto:upi.ummetro@gmail.com)