

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN KORBAN IKLAN YANG TIDAK SESUAI DENGAN PRODUK DALAM *MARKETPLACE* FACEBOOK DI KOTA TABANAN

Oleh

**I Gusti Kade Agung Arka Yoga, NIM 1914101007
Program Studi Ilmu Hukum**

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami bagaimana penerapan serta perlindungan hukum bagi konsumen sebagai korban atas informasi dalam iklan yang tidak sesuai dengan produk oleh pelaku usaha yang menggunakan *marketplace* facebook sebagai sarana promosi di wilayah hukum Kota Tabanan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yuridis empiris dengan teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan bentuk *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara serta studi dokumen. Subjek penelitian ini adalah Yayasan Lembaga Perlindungan Konsumen (YLPK) Bali, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Denpasar, pelaku usaha yang menggunakan media *marketplace* facebook untuk mempromosikan usahanya, konsumen pengguna Facebook yang membeli produk di *marketplace* facebook. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen tersebut sudah difasilitasi dalam bentuk peraturan perundang-undangan yakni Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta lembaga-lembaga yang mewadahi mengenai konsumen. Serta Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen. Namun pelaksanaan dari perlindungan hukum tersebut yang masih minim. Dimana banyak pelaku usaha yang tidak menjalankan kewajiban serta tanggungjawabnya dengan baik, konsumen yang cenderung acuh terhadap kerugian yang dialaminya, serta upaya tegas dari lembaga berwenang dan pihak ketiga yakni penyedia media. Kemudian akibat hukum dari pelaku usaha yang menayangkan iklan yang tidak sesuai dengan produk dapat dikenakan sanksi berupa sanksi pidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) menurut Pasal 62 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Serta dapat dikenakan hukuman tambahan menurut Pasal 63 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Kata Kunci : perlindungan konsumen, iklan, *marketplace* facebook

LEGAL PROTECTION FOR CONSUMERS VICTIMS OF ADVERTISING WHICH ARE INCOMPATIBLE WITH PRODUCTS IN THE FACEBOOK MARKETPLACE IN TABANAN CITY

By

***I Gusti Kade Agung Arka Yoga, NIM 1914101007
Law Department Program***

ABSTRACT

This study aims to find out how the implementation and legal protection for consumers as victims of information in advertisements that are not in accordance with products by business actors who use the Facebook marketplace as a means of promotion in the jurisdiction of Tabanan City. The type of research used in this study is empirical juridical research. The sampling technique used is non-probability sampling with purposive sampling. Data collection techniques were carried out by means of observation, interviews and document studies. The subjects of this study are the Bali Consumer Protection Institute (YLPK) Foundation, the Denpasar City Consumer Dispute Settlement Agency (BPSK), business actors who use the Facebook marketplace media to promote their businesses, Facebook user consumers who buy products on the Facebook marketplace. The results of the study show that legal protection for consumers has been facilitated in the form of laws and regulations, namely Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and institutions that accommodate consumers. As well as Republic of Indonesia Government Regulation Number 58 of 2001 concerning Guidance and Supervision of the Implementation of Consumer Protection. However, the implementation of this legal protection is still minimal. Where many business actors do not carry out their obligations and responsibilities properly, consumers tend to be indifferent to the losses they experience, as well as resolute efforts from authorized institutions and third parties, namely media providers. Then the legal consequences of business actors displaying advertisements that are not in accordance with the product may be subject to sanctions in the form of criminal sanctions with a maximum imprisonment of 5 (five) years or a maximum fine of Rp. 2,000,000,000.00 (two billion rupiah) according to Article 62 paragraph (1) of Consumer Protection Law. As well as being subject to additional penalties according to Article 63 of Consumer Protection Law

Keyword : consumer protection, advertisement, facebook marketplace.