

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Belakangan ini, lembaga pendidikan non-formal semakin menjamur di berbagai wilayah Indonesia. Pilihan masyarakat terhadap jalur pendidikan ini tidak terlepas dari fleksibilitas waktu, ragam program yang ditawarkan, serta biaya yang relatif lebih terjangkau dibanding pendidikan formal. Fenomena ini menjadi penanda bahwa kebutuhan masyarakat terhadap akses pendidikan yang cepat dan praktis terus meningkat, terutama di tengah dinamika sosial ekonomi yang menuntut keterampilan instan. Namun, di balik pertumbuhan tersebut, muncul persoalan serius yang kerap luput dari pengawasan: iklan-iklan lembaga pendidikan non-formal yang menyesatkan. Banyak di antaranya memuat janji kelulusan 100%, jaminan diterima di perguruan tinggi, hingga peluang kerja setelah lulus—yang sayangnya tidak selalu terbukti di lapangan. Peserta didik sebagai konsumen sering kali menjadi pihak yang dirugikan, baik secara finansial maupun psikologis, terutama ketika mereka tidak memahami hak-hak hukumnya sebagai konsumen jasa pendidikan.

Iklan menyesatkan juga menciptakan ketimpangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen. Lembaga pendidikan kerap menggunakan strategi komunikasi persuasif dengan bahasa yang bombastis dan visualisasi yang menggugah harapan. Dalam banyak kasus, informasi penting mengenai kurikulum, legalitas, akreditasi, hingga hasil lulusan tidak dijelaskan secara transparan. Konsumen yang pada umumnya tidak memiliki pemahaman mendalam terhadap aspek legal dan administratif menjadi rentan terhadap eksplotasi informasi tersebut.

Di Indonesia, regulasi yang mengatur perlindungan konsumen sebenarnya telah tersedia, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional, dan sejumlah peraturan teknis di bidang pendidikan dan perdagangan.

Namun, dalam praktiknya, pesatnya pertumbuhan lembaga pendidikan non-formal di Indonesia menawarkan fleksibilitas dan biaya terjangkau, namun dibarengi dengan maraknya praktik iklan menyesatkan. Banyak lembaga menjanjikan hasil instan—seperti kelulusan 100% atau jaminan kerja—yang sering kali tidak terbukti, merugikan peserta didik secara finansial dan psikologis. Informasi yang diberikan kerap tidak transparan, sementara pemahaman konsumen terhadap hak hukum masih rendah.

Selain itu, penelitian ini juga didasarkan pada data kuesioner yang telah disebarluaskan kepada 80 responden Warga Negara Indonesia berusia 17 tahun ke atas yang pernah atau sedang mengikuti lembaga pendidikan non-formal. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa pernah terpengaruh oleh iklan yang menjanjikan hasil berlebihan dan pada akhirnya mengalami kekecewaan karena realisasi program tidak sesuai harapan. Temuan ini memperkuat hipotesis bahwa praktik iklan menyesatkan dalam sektor pendidikan non-formal merupakan persoalan yang nyata dan perlu penanganan hukum yang tegas.

Dari sisi teori hukum, pertanggungjawaban pidana korporasi mengacu pada pengakuan bahwa suatu badan hukum (seperti lembaga pendidikan) dapat dikenai sanksi pidana apabila terbukti melakukan tindak pidana. Dalam hal ini, korporasi bertanggung jawab bukan hanya secara administratif tetapi juga pidana apabila terdapat unsur kesalahan yang dilakukan oleh pengurus atau pegawainya atas nama lembaga. Teori pemidanaan yang digunakan dalam analisis ini mengacu pada teori gabungan yang mencakup aspek retributif (pembalasan) dan preventif (pencegahan).

Urgensi dari penelitian ini semakin diperkuat oleh maraknya penggunaan media sosial dan platform digital dalam pemasaran pendidikan. Lembaga pendidikan non-formal kini memanfaatkan algoritma iklan digital untuk menjangkau khalayak luas, yang sering kali memuat narasi atau visual yang manipulatif dan tidak sesuai dengan kenyataan. Dalam konteks inilah, pengawasan terhadap isi iklan serta penegakan sanksi pidana terhadap pelanggar menjadi

kebutuhan mendesak agar tidak terjadi penyimpangan yang merugikan masyarakat luas.

Dalam hukum pidana modern, korporasi tidak lagi dipandang sebagai entitas abstrak yang tidak memiliki tanggung jawab hukum. Justru sebaliknya, korporasi sebagai pelaku usaha memiliki kekuasaan dan pengaruh besar terhadap perilaku konsumennya. Oleh sebab itu, ketika suatu lembaga pendidikan menyampaikan iklan menyesatkan dengan tujuan menarik keuntungan, maka lembaga tersebut telah melakukan perbuatan melawan hukum yang berdampak pidana. Prinsip ini perlu ditegakkan untuk menciptakan keadilan hukum yang tidak hanya menyasar individu, tetapi juga entitas hukum kolektif.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi terhadap pengembangan ilmu hukum pidana dalam ranah korporasi, tetapi juga memiliki implikasi praktis dalam mendorong penguatan regulasi, peningkatan pengawasan, dan perlindungan konsumen dalam sektor pendidikan non-formal. Oleh karena itu, perlu adanya peninjauan menyeluruh terhadap efektivitas hukum yang ada, serta perumusan kebijakan yang lebih tegas dan implementatif untuk mencegah dan menindak praktik-praktik iklan menyesatkan yang merugikan peserta didik.

Melalui kajian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan sistem hukum pidana korporasi di Indonesia serta menjadi acuan bagi pemerintah dan masyarakat dalam menciptakan ekosistem pendidikan non-formal yang adil, transparan, dan bertanggung jawab.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen sebagai peserta didik dalam layanan pendidikan non-formal?
2. Bagaimana pertanggungjawaban pidana korporasi yang melakukan iklan menyesatkan dalam memberikan layanan pendidikan non-formal?

3. Bagaimana hukuman yang dapat dijatuhkan kepada pelaku tindak pidana iklan menyesatkan dalam layanan penyelenggaraan pendidikan non-formal?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis bentuk perlindungan hukum bagi konsumen sebagai peserta didik dalam sektor pendidikan non-formal.
2. Mengkaji bentuk pertanggungjawaban pidana korporasi yang melakukan periklanan menyesatkan dalam konteks layanan pendidikan non-formal.
3. Menjelaskan jenis dan bentuk sanksi atau hukuman yang dapat dikenakan terhadap pelaku tindak pidana iklan menyesatkan dalam sektor tersebut.