

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Iklan menyesatkan merupakan suatu berita yang mendorong, membujuk khayalak ramai mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di dalam media massa, namun isi berita yang disajikan belum diketahui kebenarannya yang pasti sehingga dapat merugikan konsumen.<sup>1</sup>

Pada saat ini, banyak bermunculan berbagai produk barang/jasa yang dipasarkan kepada konsumen, baik melalui promosi, iklan maupun penawaran barang secara langsung.<sup>2</sup> Adapun beberapa hal menjadi latar belakang pelaku usaha membuat iklan-iklan menyesatkan, disebabkan ketiadaan sanksi hukum yang tegas terhadap pelaku usaha yang melakukan pelanggaran atas ketentuan iklan serta kurangnya koordinasi antara instansi yang terkait serta tidak berjalannya fungsi pengawasan.<sup>3</sup>

Seperti diberitakan oleh Warta ekonomi bahwa “Otoritas Jasa Keuangan (OJK) meminta pelaku industri jasa keuangan untuk tidak menayangkan iklan atau promosi yang tidak jelas dan menyesatkan konsumen. Menurut Deputi Komisioner Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK, Sarjito, hal ini melanggar Pasal 10 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Pasal 4 ayat 1 Peraturan OJK Nomor 1 Tahun 2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan. Memuat Pasal 4 ayat 1 POJK Nomor 1/ 2013 Pelaku Usaha Jasa Keuangan wajib menyediakan dan/atau menyampaikan informasi mengenai produk dan/atau layanan yang akurat, jujur, jelas, dan tidak menyesatkan. Untuk itu lanjutnya, pelaku industri jasa keuangan dalam melakukan penawaran dan iklan harus mengikuti Pedoman Iklan yang dianjurkan”.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Abdul Atsar dan Rani Apriani, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, Penerbit Deepublish, Yogyakarta, 2019, hal 109

<sup>2</sup> Rosmawati, *Pokok-pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Penerbit Prenadamedia Group, Depok, 2018, hal 40

<sup>3</sup> Dedi Harianto, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyesatkan*, Penerbit Ghalia Indonesia, 2010, hal 264

<sup>4</sup> Fajar Sulaiman, “OJK Minta Industri Keuangan Jangan Buat Iklan yang Menyesatkan”, diakses melalui online <https://www.wartaekonomi.co.id/read224004/ojk-minta-industri-keuangan-jangan-buat-iklan-yang-menyestakan.html> tanggal 12 Mei 2020

Unsur-unsur pidana merupakan syarat yang menjadi ciri atau sifat khas dari perbuatan yang dilarang sehingga ancaman pidana kalau dilanggar.<sup>5</sup> Adapun unsur-unsur yang terdapat dalam KUHP misalnya Pasal 378 yaitu:

1. **Unsur pertama subjektif** adalah dengan maksud (*met het oogmerk*) untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum.
2. **Unsur kedua objektif** terdiri dari :
  - a. barang siapa
  - b. menggerakkan orang lain agar orang lain tersebut
    - 1) menyerahkan suatu benda
    - 2) mengadakan suatu perikatan utang
    - 3) meniadakan suatu piutang
  - c. dengan memakai :
    - 1) sebuah nama palsu
    - 2) suatu sifat palsu
    - 3) tipu muslihat
    - 4) rangkaian kata-kata bohong.<sup>6</sup>

Unsur-unsur tersebut sama sekali tidak dimasukkan kegiatan penyampaian informasi menyesatkan melalui iklan sebagai salah satu kegiatan membujuk, sehingga Pasal tersebut ingin dipergunakan untuk menjerat pelaku usaha yang menyampaikan informasi menyesatkan tersebut harus dalam rangka penafsiran Pasal-Pasal KUHP serta ketepatan penggunaan Pasal penipuan ini harus diuji terlebih dahulu melalui putusan pengadilan.<sup>7</sup> Unsur yang masih memerlukan penjelasan berkaitan dengan penerapan Pasal 381 KUHP adalah unsur “menyesatkan”. Menyesatkan dalam hal ini berarti melakukan sesuatu perbuatan, sehingga orang yang melihat akan memberikan suatu gambaran yang lain dari keadaan yang sebenarnya.<sup>8</sup>

Berkaitan dengan periklanan, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen memuat pengaturannya bersamaan dengan perbuatan dilarang bagi pelaku usaha khususnya menyesatkan konsumen, yaitu dalam Pasal 10. Pasal 10 menyebutkan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar

---

<sup>5</sup>Amien Rukmini, *Aspek Hukum Pidana dan Kriminologi (sebuah Bunga Rampai)*, PT. Alumni, Bandung, 2006, hal 17

<sup>6</sup> P.A.F. Lamintang dan Theo Lamintang, *Kejahatan Terhadap Harta Kekayaan*, Penerbit Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hal 151

<sup>7</sup> Dedi Harianto, *Op.Cit*, hal 227

<sup>8</sup> Tongat, *Hukum Pidana Materiil*, Penerbit UMM Press, Malang, 2003, hal 82

atau menyesatkan. Larangan ini berlaku bagi para pihak terkait dengan kegiatan periklanan khususnya hasil usaha perkebunan yang menyesatkan.<sup>9</sup>

Terkait mengiklankan hasil usaha perkebunan yang menyesatkan konsumen, maka pengertian perkebunan adalah segala kegiatan pengelolaan sumber daya alam, sumber daya manusia, sarana produksi, alat dan mesin, budi daya, panen, pengolahan, dan pemasaran terkait Tanaman Perkebunan.<sup>10</sup> Hasil Perkebunan adalah semua produk Tanaman Perkebunan dan pengolahannya yang terdiri atas produk utama, produk olahan untuk memperpanjang daya simpan, produk sampingan, dan produk ikutan.<sup>11</sup>

Tindak pidana perkebunan merupakan perbuatan yang dilarang oleh peraturan yang dikenakan sanksi bagi pelaku yang melanggarnya, guna perlindungan kegiatan dan usaha perekonomian masyarakat di bidang perkebunan. Berdasarkan Pasal 79 Undang-undang No.39 Tahun 2014 Tentang Perkebunan menyatakan bahwa “Setiap Pelaku Usaha perkebunan dilarang mengiklankan hasil Usaha Perkebunan yang menyesatkan konsumen”.<sup>12</sup>

Dengan adanya latar belakang seperti yang sudah dipaparkan di atas, maka dengan ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Tindak Pidana Mengiklankan Hasil Usaha Perkebunan Yang Menyesatkan Konsumen”. Mengiklankan hasil usaha perkebunan yang menyesatkan konsumen merupakan perbuatan yang tidak memperhatikan nilai dan etika periklanan yang baik, tidak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Adapun rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tindak pidana pelaku usaha mengiklankan hasil usaha perkebunan yang menyesatkan konsumen?
2. Bagaimanakah upaya penanggulangan tindak pidana pelaku usaha mengiklankan hasil usaha perkebunan yang menyesatkan konsumen?

---

<sup>9</sup> Amien Rukmini, *Op.Cit*, hal 70

<sup>10</sup> Undang-undang No.39 Tahun 2014 Tentang Perkebunan, Pasal 1 angka 1

<sup>11</sup> Ibid, Pasal 1 angka 11

<sup>12</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010, hal 245

3. Bagaimanakah hukuman bagi pelaku yang melakukan iklan hasil usaha perkebunan yang menyesatkan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan judul penelitian penulis yaitu : TINDAK PIDANA MENGIKLANKAN HASIL USAHA PERKEBUNAN YANG MENYESATKAN KONSUMEN, maka tujuan penelitian antara lain adalah :

1. Untuk mengetahui tindak pidana pelaku usaha mengiklankan hasil usaha perkebunan yang menyesatkan konsumen.
2. Untuk mengetahui upaya penanggulangan tindak pidana pelaku usaha mengiklankan hasil usaha perkebunan yang menyesatkan konsumen.
3. Untuk mengetahui hukuman bagi pelaku yang melakukan iklan hasil usaha perkebunan yang menyesatkan.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini terdiri dari dua manfaat yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis, kedua manfaat ini antara lain :

#### **1. Manfaat Teoritis**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam ilmu pengetahuan di dalam masyarakat, tentang bagaimana menanggulangi kejahatan periklanan dan tata cara periklanan yang baik dan benar sesuai dengan aturan yang berlaku.

#### **2. Manfaat Praktis**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi wacana baru, sekaligus memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai tata cara periklanan dan apa saja tindak pidana yang akan ditimbulkan apabila membuat iklan yang menyesatkan bagi konsumen dan masyarakat pada umumnya.