

BAB IV

PENUTUP

Pada bagian-bagian sebelumnya, penulis telah menguraikan berbagai hal yang dapat menjawab permasalahan pada bagian rumusan masalah yang diangkat pada penulisan hukum ini. Berdasarkan uraian-uraian tersebut penulis menarik kesimpulan dan memberikan saran sebagai berikut:

A. Kesimpulan

Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan dengan mengacu kepada teori dan hukum positif, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Pengguna Telkomsel sebagai konsumen pada hakikatnya perlu mendapatkan perlindungan terlebih dalam pemasangan SMS iklan yang ditimbulkan oleh layanan MyAds. Secara umum, beberapa permasalahan yang sering dialami oleh pengguna Telkomsel yang menerima SMS iklan dari layanan MyAds yaitu informasi produk yang diberikan pengiklan tidak disampaikan dengan benar dan lengkap kepada konsumen. Permasalahan lainnya yakni pengiklan MyAds sering kali menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti dan menggunakan kata-kata yang berlebihan.

Sebagai bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada pengguna Telkomsel dan untuk menghindari hal-hal yang merugikan konsumen akibat adanya SMS iklan, Telkomsel dan pengiklan MyAds wajib patuh kepada peraturan yang mengatur periklanan yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan Etika Pariwara Indonesia. Peraturan ini mengatur sedemikian rupa mengenai perilaku pelaku usaha periklanan khususnya informasi mengenai produk yang

dicantumkan dalam iklan. UUPK mengatur bahwa konsumen mempunyai hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Upaya yang dapat dilakukan pengguna Telkomsel yaitu pengajuan gugatan oleh pengguna Telkomsel yang dapat diajukan melalui BPSK maupun peradilan umum.

- 2) Pertanggungjawaban Telkomsel dan Pengiklan MyAds selaku pelaku usaha periklanan terhadap SMS iklan yang memuat informasi tidak benar dan tidak sesuai terdapat dalam UUPK, khususnya terdapat dalam Pasal 20. Telkomsel yang berperan sebagai media periklanan seharusnya memberikan tanggung jawab pelaku usaha jasa komersial (*commercial liability*) dan tanggung jawab kontraktual (*contractual liability*), karena yang menjadi objek perdagangan dari Telkomsel adalah jasa dan perjanjian tersebut dibuat berdasarkan kontrak yang telah dibakukan oleh Telkomsel.

Adanya perjanjian jual beli antara pengguna Telkomsel dan pengiklan MyAds menunjukkan adanya hubungan kontraktual. Pengguna Telkomsel yang mengalami kerugian akibat dari adanya produk barang atau jasa yang tidak sesuai dengan informasi yang tercantum dalam iklan dapat menggugat pengiklan MyAds berdasarkan wanprestasi. Bagi pengiklan yang merupakan pelaku usaha jasa yang bertanggung jawab atas jasa yang diberikannya dengan tujuan mencari laba, maka tanggung jawabnya disebut tanggung jawab komersial (*commercial liability*). Sehingga pengiklan MyAds, baik yang merupakan pelaku usaha barang maupun jasa komersial, bertanggungjawab atas kerugian yang ditimbulkan berdasarkan tanggung jawab kontraktual (*contractual liability*). Pengiklan MyAds dapat mengganti segala kerugian yang diderita konsumen berupa pengembalian uang atau

penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya untuk memulihkan keadaan akibat adanya penggunaan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi harapan dan merugikan konsumen.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan sebagaimana telah diuraikan maka saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tujuan utama yang hendak dicapai dalam perlindungan konsumen menjadi dasar penyelenggaraan upaya perlindungan konsumen yaitu menciptakan rasa aman bagi konsumen pada saat mengonsumsi suatu produk. Maka bagi pelaku usaha dan konsumen hendaknya:

a. Telkomsel dan Pengiklan MyAds

Telkomsel dan pengiklan MyAds sebagai pelaku usaha periklanan seharusnya mengacu kepada peraturan perundang-undangan dan etika periklanan. Sebagai pelaku usaha hendaknya sadar akan kewajibannya untuk melayani konsumen sebaik mungkin dan bertanggung jawab dengan memberikan ganti rugi atas perbuatan yang merugikan konsumen. Telkomsel seharusnya memberikan sanksi yang lebih tegas bagi pengiklan MyAds yang melakukan pelanggaran. Kemudian, pengiklan MyAds sebaiknya memerhatikan tingkat kepercayaan konsumen dalam memberikan informasi atas suatu produk yang diiklankan pada layanan MyAds.

b. Konsumen

Sebagai konsumen sebaiknya dapat lebih berhati-hati dalam menyerap informasi yang diiklankan oleh pengiklan dan harus mencari tahu lebih lengkap mengenai informasi suatu produk. Sebelum bertransaksi, konsumen harus membaca syarat dan ketentuan yang berlaku terlebih dahulu demi menjaga kenyamanan, keamanan dan keselamatan.

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Perundang-Undangan:

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Etika Pariwara Indonesia Amandemen 2020

Buku:

Ahmadi Miru, Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia, Rajawali Pers, Depok, 2017.

Ahmadi Miru *et al.*, Hukum Perlindungan Konsumen, Ed. Revisi, Cetakan 11, Rajawali Pers, Depok, 2019.

Andi Hamzah, Kamus Hukum, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2005.

Az. Nasution, Sekilas Hukum Perlindungan Konsumen, Hukum dan Pembangunan, 1986.

Celina Tri Siwi, Hukum Perlindungan Konsumen, Sinar Grafika, Jakarta, 2019.

Johannes Gunawan, *et al.*, Perjanjian Baku Masalah dan Solusi, *Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH*, Jakarta, 2021.

Johnny Ibrahim, Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif, Malang, Bayumedia Publishing, 2006.

Mukti Fajar *et al.*, Hukum Perlindungan Konsumen dan Persaingan Usaha, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2019.

Philip Kotler *et al.*, *Principles of Marketing, Fourth European Edition Published, Pearson Education Limited*, 2005.

Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen, PT. Grasindo, Jakarta.

Subekti, Hukum Perjanjian, Intermasa, Jakarta, 2010.

Suratman *et al.*, Metode Penelitian Hukum, Alfabeta, 2014.

Taufik H. Simatupang, Aspek Hukum Periklanan dalam Perspektif Perlindungan Konsumen, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2018.

Titik Triwulan *et al.*, Perlindungan Hukum Bagi Pasien, Prestasi Pustaka, Jakarta, 2010.

Jurnal:

Adery P, Winter, Perlindungan Hak-Hak Konsumen Terhadap Penggunaan Produk Provider Telekomunikasi di Indonesia, Vol. XXI No. 4, 2013.

Aldina Shiratina *et al.*, Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital, Jurnal Sain Manajemen, Vol. 2 No. 1, 2020.

Ambar Lukitaningsih, Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran, Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 13 No. 2, Yogyakarta, 2013.

Ari Purwadi, Implikasi Iklan yang Tidak Benar dan Tidak Bertanggungjawab Terhadap Timbulnya Sengketa Konsumen, Jurnal Yustika, Surabaya, 2014.

- Erica Delia *et al.*, Benarkah Iklan Online Efektif Untuk Digunakan Dalam Promosi Perusahaan, *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, Malang, 2019.
- Errika Dwi Setya, Periklanan Dalam Media Baru (*Advertising In The New Media*), *The Messenger*, Volume IV, Nomor 1, Semarang, 2012.
- Hanafi Amrani, Perilaku Menyimpang Praktis Bisnis Periklanan dalam Perspektif Hukum Pidana dan Penegakan Hukumnya, *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, Vol. 23 No. 4, Yogyakarta, 2016.
- Hendrik Alfian, Kekuatan Mengikat Janji-Janji yang Dimuat di Dalam Iklan Ditinjau dari Kerangka Hukum Perjanjian Indonesia dan *Common Law* Serta Putusan Pengadilan di Indonesia, FH UI, 2013.
- Howard Beales *et al.*, *The Efficient Regulation of Consumer Information*, *Journal of Law & Economics*, Vol. XXIV, *The University of Chicago*, 1981.
- Johannes Gunawan, *Product Liability* dalam Hukum Bisnis Indonesia, Orasi ilmiah dalam rangka Dies Natalis XXXIX, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung, 1994.
- Kasmad Ariansyah, Proyeksi Jumlah Pelanggan Telepon Bergerak Seluler di Indonesia, *Buletin Pos dan Telekomunikasi*, Jakarta, 2014.
- Nila Trisna, Pertanggungjawaban Hukum Pelaku Usaha Atas Iklan yang Menyesatkan Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, *Jurnal Ius Civile*.
- Matin Khan, *Consumer Behaviour and Advertising Management*, *New Age Internasional Publishers*, 2006.
- Rosa Agustina, *Perbuatan Melawan Hukum*, Pasca Sarjana FH UI, Jakarta, 2003.

Sumber Elektronik:

- Alodokter, Cek Dulu Apakah Air Alkali Memang Benar-benar Menyehatkan, <https://www.alodokter.com/cek-dulu-apakah-air-alkali-memang-benar-benar-menyehatkan> diakses pada 14 Mei 2021 pukul 18.10 WIB.
- American Marketing Association*, *Advertising*, <https://www.ama.org/topics/advertising/>, diakses pada 8 Juni 2021 pukul 23.08 WIB.
- Fandi Permana, Trafik Data Meningkat, Jumlah Pelanggan Telkomsel Naik 5,2 Persen di Tahun 2020, <https://www.tribunnews.com/bisnis/2021/05/04/trafik-data-meningkat-jumlah-pelanggan-telkomsel-naik-52-persen-di-tahun-2020>, diakses pada 1 Juni 2021 pukul 02.11 WIB.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, [DISINFORMASI] Air Alkali Dapat Membunuh Virus Corona, https://www.kominfo.go.id/content/detail/25567/disinformasi-air-alkali-dapat-membunuh-virus-corona/0/laporan_isu_hoaks, diakses pada 14 Mei 2021 pukul 18.04 WIB.
- Muchlisin Riadi, Teori SMS (*Short Message Service*), <https://www.kajianpustaka.com/2012/12/teori-sms-short-message-service.html> diakses pada 22 Oktober 2020 pukul 19.39 WIB.

- Telkom *Digital Solution, Digital Advertising*, <https://www.telkomdigitalsolution.com/uploads/2018/08/Katalog-Produk-Digital-Advertising-1.pdf> diakses pada 29 Maret 2021 pukul 09.58 WIB.
- Telkomsel, Kebijakan Privasi Umum untuk Layanan telkomsel (Berlaku Sejak 1 Oktober 2020), <https://www.telkomsel.com/privacy-policy> diakses pada 22 Oktober 2020 pukul 22.13 WIB.
- Telkomsel MyAds, <https://myads.telkomsel.com/faq> diakses 22 Oktober 2020 pukul 23.04 WIB.
- Yosepha Pusparisa, Jumlah Pengguna Telkomsel Terbesar di Indonesia, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/28/jumlah-pengguna-telkomsel-terbesar-di-indonesia> diakses pada 22 Oktober 2020 pukul 14.32 WIB.