

BAB IV

PENUTUP

4.1 KESIMPULAN.

1. Berdasarkan Pasal 9 dan Pasal 17 UUPK, pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Konsekuensi dari tidak terpenuhinya kewajiban tersebut, akan menimbulkan kerugian bagi konsumen. Apabila konsumen dirugikan akibat promosi yang tidak benar, maka konsumen berhak menggugat pelaku usaha.
2. Pasal 45 UUPK mengatur tentang hak-hak konsumen, salah satunya adalah hak menggugat. Pasal 45 menjelaskan bahwa upaya sengketa konsumen ada 2 (dua) yaitu di luar pengadilan dan di pengadilan. Konsumen yang dirugikan atas promosi yang tidak benar dapat melakukan upaya hukum mediasi atau konsiliasi dan/atau arbitrase melalui BPSK. Putusan arbitrase BPSK bersifat final dan mengikat, hal ini dijelaskan pada UUPK pasal 54 ayat (3) Jo Pasal 42 ayat (1) Kepmenperindag No. 350/MPP/Kep/12/2001. Namun pada ketentuan Pasal 56 UUPK Jo Pasal 41 ayat (3) Kepmenperindag No. 350/MPP/Kep/12/2001 para pihak yang tidak setuju atas putusan BPSK dapat mengajukan keberatan ke Pengadilan Negeri bahkan sampai kasasi ke Mahkamah Agung hal ini dijelaskan pada Pasal 56 ayat (2) UUPK Jo Pasal 41 ayat (3) Kepmenperindag No.

350/MPP/Kep/12/2001. Ketidaksesuaian pasal-pasal yang diatur dalam UUPK ini menimbulkan ketidakpastian hukum.

4.2 SARAN.

1. Pemerintah harus memperhatikan pengaturan mengenai iklan agar pihak yang terlibat tidak sembarangan membuat dan/atau menayangkan iklan dan agar para pihak dapat membuat iklan sesuai aturan yang berlaku sehingga tidak ada lagi konsumen yang merasa dirugikan atas promosi yang menyesatkan.
2. Ketidaksesuaian pasal-pasal yang di atur dalam UUPK tentang kekuatan putusan arbitrase BPSK menimbulkan ketidakpastian hukum. Untuk itu pemerintah harus memperhatikan segala jenis peraturan tentang perlindungan konsumen, asas hukum dan perundang-undangan yang berlaku agar apat tercapai tujuan untuk melindungi konsumen.