

ANALISIS HUKUM PRAKTIK PEMASARAN TIDAK JUJUR (*MISLEADING ADVERTISING*) PADA MARKETPLACE DITINJAU DARI HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN



Disusun dan Diajukan Untuk Memenuhi Tugas – Tugas dan Syarat – Syarat Guna
Mencapai Derajat Gelar Sarjana Hukum Pada Fakultas Hukum
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

ALFARUQ SHAH GHUFRON FATH

NIM C100200032

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan
Dewan Penguji Skripsi Fakultas Hukum
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

ALFARUQ SHAH GHUFRON FATH
C100200032

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



(Taufiq Nugroho, S. H., M. H.)

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diterima dan disahkan oleh
Dewan Penguji Skripsi Fakultas Hukum
Universitas Muhammadiyah Surakarta

OLEH

ALFARUQ SHAH GHUFRON FATH

C100200032

Telah dipertahankan di depan Dewan penguji Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah
Surakarta

Pada Hari Kamis, 22 Agustus 2024

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji :

1. Taufiq Nugroho, S.H., M.H.
(Ketua Dewan Penguji)
2. Diana Setiawati, S.H., LL.M.
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Falah Al Ghozali, S.H., L.L.M.
(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)

(.....)

(.....)

Mengetahui Dekan Fakultas Hukum
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Prof. Dr. Kelik Wardiono, S.H., M.H.)

NIDN. 00261226801

PERNYATAAN

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alfaruq Shah Ghuftron Fath

NIM : C100200032

Prodi/Fakultas : Ilmu Hukum / Fakultas Hukum Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis ini adalah asli belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di universitas Muhammadiyah Surakarta maupun perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali dari arahan Dosen Pembimbing Skripsi.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan judul buku aslinya dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan bila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Surakarta, 7 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan ini,



(Alfaruq Shah Ghuftron Fath)

NIM. C100200032

MOTTO

“Sesungguhnya kecantikan itu bukanlah dengan pakaian yang menghias kita,

Hakikat kecantikan yang sesungguhnya itu

ialah kecantikan dengan ilmu, adab, dan kesopanan.”

ALFARUQ SHAH

PERSEMBAHAN

1. Puji Syukur Alhamdulillah kepada Allah SAW yang telah memberikan ridho hingga terselesaikannya skripsi ini.
2. Orang tua saya tercinta, terima kasih atas kasih sayang, perhatian, pengertian, dukungan serta do'a tulus yang mengiringi saya selama proses menyelesaikan skripsi.
3. Keluarga saya yang telah memberikan dukungan dan doa kepada saya dalam proses pembuatan skripsi.
4. Teman-teman saya, terima kasih telah membantu dan memberi dukungan selama ini.
5. Bapak Tufiq Nugroho, S.H., M.H. ialah selaku dosen pembimbing saya, terima kasih sudah membantu saya dan mengajari saya dalam menyelesaikan skripsi ini, terima kasih bapak sudah menemani dan memberi saya ilmu selama mengajar di UMS.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi Rahmat dan Karunian-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi dengan judul : **ANALISIS HUKUM PRAKTIK PEMASARAN TIDAK JUJUR (MISLEADING ADVERTISING) PADA MARKETPLACE DITINJAU DARI HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan jenjang strata- 1 pada Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, bantuandan motivasi dariberbagai pihak yang tidak dapat penulis ucapkansatu persatu, maka dari itu pada kesempatan ini dengan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Sofyan Anif, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Kelik Wardiono, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Diana Setiawati, S.H., LL.M. selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan serta arahan selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Taufiq Nugroho, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing saya yang senantiasa dari awal membimbing, mengarahkan, serta mendukung sehinggapenulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh Dosen dan Staf Tata Usaha Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta.

6. Orang Tua tercinta yang telah memberikan dukungan, motivasi, bimbingan, doa serta didikan yang selalu teriring kepada penulis selama proses Pendidikan dan juga penyelesaian Tugas Akhir ini.
7. Kepada teman-teman dan sahabat saya yang telah banyak membantu dan mensupport saya dalam proses penyusunan tugas akhir saya.
8. Seluruh pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat. Semoga semua bantuan, dukungan serta harapan yang kalian berikan kepada Penulis mendapatkan balasan yang baik. Dan semoga segala urusan kita dipermudah oleh-Nya. Aamiin.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	7
C. TUJUAN DAN MANFAAT HASIL PENELITIAN	7
D. KERANGKA PEMIKIRAN	9
E. TINJAUAN PUSTAKA	12
F. METODE PENELITIAN	13
G. ANALISIS PENELITIAN DESKRIPTIF	15
H. SISTEMATIKA SKRIPSI	16
BAB II LANDASAN TEORI	17
A. TINJAUAN UMUM JUAL BELI	17
B. TINJAUAN UMUM MARKETPLACE	26
C. TINJAUAN UMUM KONSUMEN DAN PELAKU USAHA	31
D. TINJAUAN UMUM PERIKLANAN	38
E. TEORI PERLINDUNGAN HUKUM DAN KONSUMEN	43
BAB III PEMBAHASAN	48
A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Praktik Pemasaran Tidak jujur atau Iklan Menyesatkan (<i>Misleading advertising</i>) di Berbagai Marketplace di Indonesia	48
B. Tanggung Jawab Pemerintah Dalam Memberikan Perlindungan Bagi Konsumen Terhadap Praktik Pemasaran yang Tidak Jujur (<i>Misleading Advertising</i>).....	62
C. Pandangan Hukum Islam Terhadap Praktik Pemasaran Tidak Jujur	73
BAB IV KESIMPULAN	82
A. KESIMPULAN.....	82
B. SARAN.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84

ABSTRAK

Perlindungan Konsumen terhadap Praktik Pemasaran Tidak Jujur (*Misleading Advertising*) atau bisa dikatakan sebagai Iklan menyesatkan perlu ditegakkan demi terciptanya kesejahteraan konsumen. Pada era sekarang banyak sekali praktik pemasaran tidak jujur dikalangan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum apa yang bisa didapatkan konsumen ketika menjadi korban dari praktik pemasaran yang tidak jujur ditinjau dari Hukum Perlindungan Konsumen. 2) Untuk mengetahui bentuk tanggung jawab pemerintah dalam memberikan Perlindungan bagi konsumen atas praktik pemasaran yang tidak jujur yang banyak beredar dikalangan masyarakat. 3) Untuk mengetahui perspektif dari hukum islam atas Tindakan praktik pemasaran tidak jujur. Metode penelitian ini bersifat yuridis-normatif sehingga penelitian hukum normatif dapat mempergunakan hukum sebagai satu-satunya pedoman untuk menilai benar tidaknya suatu peristiwa. Perlindungan Hukum bagi konsumen diatur dalam UU No.8 Tahun 1999 yang didalamnya mengatur hak-hak konsumen dan lain sebagainya. Konsumen dapat menjadikan pasal tersebut sebagai acuan atas dasar bertransaksi. Tanggung jawab pemerintah sendiri tidak luput akan hal tersebut, terdapat lembaga-lembaga yang bertugas menjamin konsumen merasa aman dalam melakukan transaksi apapun. Dalam hukum islam pun juga tidak dibenarkan atas tindakan praktik pemasaran tidak jujur karena banyak mengandung kemudharatan didalamnya. Keadilan bagi korban dapat dilihat melalui penegakan hukum yang berorientasi pada kepentingan korban. Penegakan hukum atas tindakan-tindakan tersebut harus memberikan efek jera kepada para pelaku kejahatan.

Kata Kunci: Iklan, Konsumen, Praktik Pemasaran, Perlindungan Hukum

ABSTRACT

Consumer protection against dishonest marketing practices (Misleading Advertising) or what could be said as misleading advertising needs to be enforced in order to create consumer welfare. In the current era, there are many dishonest marketing practices among society. This research aims to: 1) To find out what form of legal protection consumers can get when they become victims of dishonest marketing practices in terms of the Consumer Protection Law. 2) To find out the form of government responsibility in providing protection for consumers against dishonest marketing practices that are widely circulating among the public. 3) To find out the perspective of Islamic law on acts of dishonest marketing practices. This research method is juridical-normative in nature so that normative legal research can use law as the only guideline for assessing whether an event is true or not. Legal protection for consumers is regulated in Law No. 8 of 1999 which regulates consumer rights and so on. Consumers can use this article as a reference on the basis of transactions. The government's own responsibility does not escape this, there are institutions tasked with ensuring that consumers feel safe in carrying out any transactions. In Islamic law, dishonest marketing practices are not justified because they contain many harms. Justice for victims can be seen through law enforcement that is oriented towards the interests of victims. Law enforcement of these actions must provide a deterrent effect on criminals.

Keywords: Advertisement, Consumer, Legal Protection, Marketing Practice