Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Perlindungan konsumen pengguna layanan iklan infomercial pada tayangan televisi

Refida, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20268459&lokasi=lokal

---

Abstrak

Konsep penjualan produk melalui televisi merupakan salah satu upaya pelaku usaha untuk menarik minat masyarakat, dan juga merupakan salah satu cara memperoleh laba atau untung dalam jumlah yang besar. Perusahaa-perusahaan tersebut bekeijasama dengan perusahaanperusahaan asing yang memproduksi suatu produk, misalnya alat rumah tangga,alat-alat olah raga, kosmetika dan sebagainya, seperti Amerika Serikat, Jepang, Kanada, Mexico, dan sebagainya, untuk kemudian ditawarkan atau dijual produknya kepada masyarakat melalui tayangan iklan "infomercial? pada televisi. Seiring dengan perkembangan tersebut, dalam kenyataan masih terlihat adanya suatau gejala ketidakselarasan yang terjadi antara pelaku usaha yang menjual produk-produk tersebut dengan konsumen pengguna barang (pembeli). Ketidakselarasan ini dapat membawa pengaruh dan dampak negatif terhadap kepentingan-kepentingan pihak lainnya. Dengan kata lain, apabila salah satu pihak dalam pelaksanaan kegiatan usaha mengalami ketidakselarasan tersebut, maka hasil atau prestasi bagi pihak lain pun menjadi sia-sia. Selain itu pula dampak dari ketidakselarasan ini menempatkan konsumen pada posisi yang lemah, padahal jumlah konsumen di Indonesia sangatlah besar, hampir kurang dari 200 juta orang adalah konsumen yang menyaksikan tayangan iklan u Infomercial? penjualan produk-produk tersebut, maka kemungkinan jumlah konsumen yang akan dirugikan ketika memanfaatkan transaksi jual-beli dengan cara ini tidaklah sedikit. Oleh karena itu, terdapat beberapa hal penting berkaitan dengan konsep penjualan ini yang menjadi perhatian utama, yaitu hal-hal yang menyebabkan konsumen berada pada posisi yang lemah dalam kegiatan usaha ini, sehingga menyebabkan pemerintah dan lembaga non pemerintah (NGO) mengupayakan berbagai cara untuk mengatasi maraknya perkembangan kegiatan usaha ini, salah satunya dengan mengoptimalkan pemberlakuan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan juga melalui pendidikan konsumen, serta mengupayakan penentuan standarisasi mutu suatu produk barang melalui kegiatan Standar Nasional Indonesia (SNI). Kemudian, melalui Undang-undang Perlindungan Konsumen ini, konsumen diharapkan dapat memperoleh perlindungan hukum ketika mengalami kerugian, misalnya dengan memanfaatkan upaya penyelesaian sengketa, baik melalui peradilan umum, maupun penyelesaian di luar pengadilan, yaitu dengan menyerahkan penyelesaian sengketa kepada Badan Penyelesaian Sengketa Nasional (BPSK).