

**Tinjauan yuridis terhadap praktik promosi dalam bentuk brosur kendaraan bermotor berdasarkan hukum perlindungan konsumen : studi kasus gugat Ludmilla Arief melawan PT. Nissan Motor Indonesia di BPSK provinsi DKI Jakarta = Juridical review of promotion practice through brochure of motor vehicles by law of consumer protection : case study the lawsuit by Ludmilla Arief against PT. Nissan Motor in BPSK DKI Jakarta**

Ambar Ditya Hanesty, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20309199&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Skripsi ini membahas tentang kedudukan brosur dalam Hukum Perlindungan Konsumen, dimana brosur yang merupakan suatu bentuk kegiatan promosi dari pelaku usaha juga merupakan salah satu bentuk pemenuhan hak atas informasi konsumen. Tujuan kegiatan promosi adalah untuk mempengaruhi konsumen agar membeli produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha, demi mencapai tujuan ini seringkali pelaku usaha melakukan segala macam cara untuk memikat konsumen dalam masa promosi atau pratransaksi, salah satu caranya yaitu termasuk memberikan informasi yang tidak jujur di dalam brosur produk mereka. Brosur yang tidak jujur ini sangat merugikan konsumen, hal inilah yang dialami oleh Ludmilla Arief, seorang konsumen yang tergiur membeli sebuah mobil Nissan March karena dalam brosur nya tercantum bahwa konsumsi bahan bakar mobil tersebut sangat irit sedangkan setelah beberapa bulan mengendarai mobil tersebut ternyata mobil tersebut sangat boros. Akhirnya Ludmilla Arief mengadukan hal ini ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Provinsi DKI Jakarta dan para pihak sepakat untuk menempuh penyelesaian sengketa melalui arbitrase. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif dimana data penelitian ini sebagian besar dari studi kepustakaan yang diperoleh. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kedudukan brosur adalah mengikat dalam Hukum Perlindungan Konsumen karena brosur merupakan janji-janji prakontrak sehingga memiliki akibat hukum apabila hal ini diingkari; kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Nissan Motor Indonesia melalui brosur Nissan March dalam kasus ini telah melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen; PT. Nissan Motor Indonesia bertanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh konsumen dengan sesuai dengan Pasal 19 Undang Undang Perlindungan Konsumen; Putusan Arbitrase dalam kasus tersebut sudah sesuai dengan ketentuan dalam Hukum Perlindungan Konsumen.

.....This thesis discusses the position of the brochure in Consumer Protection Law. The brochure is a medium for promoting business activities and also a medium for communicating the rights that consumers have to accurate information. In order to achieve the former (the promotion of business activities to influence consumers to purchase a product or service), businesses will often engage in all sorts of tactics to lure consumers. One such unscrupulous tactic is to provide information that is not honest in the brochure. Dishonest brochures are obviously detrimental to consumers, as they purposely assert claims that are not empirically valid. One such incident occurred to Ludmilla Arief, a consumer tempted to buy a Nissan car in March given the brochure's claim that fuel consumption was very economical. In reality, after only several months, the car's actual fuel mileage was very wasteful. Arief Ludmilla eventually complained to the Consumer Dispute Settlement Agency of DKI Jakarta and the parties agreed to pursue a settlement of

disputes through arbitration. This paper uses a normative juridical study whereby data is largely derived from the literature.

The results suggest that the position of the brochure is binding as related to the Consumer Protection Act because the brochure is a collection of promises that, if denied, are legally enforceable. As such, promotional activities conducted by PT. Nissan Motor Indonesia through its March brochures violate the provisions of the Consumer Protection Act. PT. Nissan Motor Indonesia is thus responsible for the losses suffered by consumers in accordance with Article 19 of the Consumer Protection Law. The Arbitration Award in the case conforms with the provisions of the Consumer Protection Law.