

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan analisis pembahasan yang telah dikemukakan oleh Peneliti pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut :

1. Pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap iklan kosmetik yang menyesatkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) khususnya terdapat dalam Pasal 20. Sistem pembuktiannya adalah sistem pembuktian terbalik sebagaimana diatur dalam Pasal 22 dan Pasal 28. Prinsip pertanggungjawaban yang terdapat dalam UUPK adalah *strict liability* atau tanggung jawab secara langsung/mutlak. Tanggung jawab secara langsung tersebut tersirat dalam Pasal 7 sampai dengan pasal 11 dan lebih tegas dinyatakan dalam Pasal 19 UUPK dalam pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap konsumen yang dirugikan.
2. Upaya hukum yang dapat ditempuh konsumen yang tidak ditanggapi oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) kepada konsumen pada saat pengaduan yakni pihak yang dirugikan dalam iklan produk kosmetik yang merasa dirugikan akibat produk yang tidak sesuai dengan fakta konkret hal ini dapat menggunakan mekanisme ketentuan konsumen dalam melakukan pengaduan ke beberapa lembaga lainnya seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), dan komnas Perlindungan Konsumen dan Pelaku Usaha (PKPU), Komnas PKPU menyediakan ruang pengaduan dengan beberapa ketentuan

yang berlaku. Karena keterbatasan sumberdaya, untuk sementara pengaduan konsumen melalui email agar ditindak lanjuti. Pengaduan, keluhan, saran konsumen yang disalurkan juga bisa melalui “Suara Konsumen” dan PKPU bersedia menjadi penengah (mediator) dalam proses ini.

B. Keterbatasan

Dalam melakukan penelitian ini, Peneliti memiliki beberapa keterbatasan yakni sebagai berikut :

1. Keterbatasan pustaka, dimana buku-buku tentang lembaga dan penyelesaian sengketa tentang produk iklan kecantikan cukup sulit ditemukan pada tempat Penulis melakukan penelitian.
2. Peneliti tidak memiliki waktu yang cukup karena Peneliti bekerja pada pagi hari sehingga hanya memiliki waktu luang di malam hari.

C. Rekomendasi

Adapun rekomendasi yang akan dikemukakan berdasarkan penelitian yang diteliti oleh Peneliti yakni sebagai berikut:

1. Perlu diterbitkan peraturan/pedoman sebagai acuan pengawasan iklan khusus non pangan yang rinci dan komprehensif dalam kerangka perlindungan konsumen, agar maraknya iklan yang melanggar dapat diminimalisir. Peraturan ini antara lain mencakup materi atau kriteria pengawasan iklan, mekanisme pelaksanaan pengawasan iklan, dan penerapan sanksi adalah sebagai berikut :

- a) Kriteria pengawasan iklan yang dapat diusulkan sebagai acuan antara lain meliputi kejelasan dalam menetapkan jaminan dan penentuan harga, kelengkapan informasi yang disampaikan pada konsumen, informasi dengan menggunakan kata-kata superlatif(berlebihan) yang belum dapat dibuktikan, visualisasi peragaan yang membahayakan keselamatan, diluar norma-norma kesusilaan, tidak mendidik, dan lain-lain.
 - b) Perlu melakukan koordinasi antar lembaga pengawas iklan agar pelaksanaan pengawasan berjalan secara terstruktur.
 - c) Penerapan sanksi terhadap pelanggaran pelaku usaha yang mengiklankan perlu ditegakkan lagi dengan tegas sesuai Undang-Undang yang berlaku.
2. Untuk kelancaran pelaksanaan mekanisme pengawasan iklan diperlukan dukungan ketersediaan Konsumen dalam pengaduan pengawas iklan karena peran masyarakat sangat diperlukan.
 3. Pemerintah perlu melakukan sosialisasi peraturan terkait periklanan kepada para pelaku usaha periklanan (baik pengiklan, biro iklan, maupun medianya) dalam bentuk workshop, seminar, website, dan lain-lain. Materi yang disosialisasikan adalah peraturan periklanan yang baik untuk ditayangkan dan yang dilarang. Selain sosialisasi kepelaku usaha perlu dilakukan edukasi yang lebih intensif kepada berbagai unsur di masyarakat dapat dalam bentuk program konsumen cerdas (*KONCER*) agar tugas pengawasan iklan dapat dilakukan dengan lebih baik