

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perlindungan Konsumen yang Dilakukan Oleh Riau Pos Pekanbaru Terhadap Iklan yang Diterbitkan

1. Prosedur Pemasangan Iklan Pada Surat Kabar Harian Riau Pos

Riau Pos sebagai surat kabar harian terbesar di Riau memiliki pelanggan yang banyak tersebar di seluruh penjuru Provinsi Riau. Riau Pos dalam penelitian ini bukan hanya surat kabar harian yang berisi mengenai berita-berita daerah juga berisi berita-berita nasional dan informasi mengenai berbagai jenis produk-produk barang dan jasa yang tersedia dengan berbagai jenis, baik itu produk yang di konsumsi sampai pada pelayanan jasa.

Pelaku usaha yang ingin melakukan pemasangan iklan pada Riau Pos terlebih dahulu harus melalui beberapa prosedur, yaitu dengan mengisi formulir/order pesanan iklan yang tersedia, dengan ketentuan sebagai berikut (Wawancara dengan Divisi Iklan Riau Pos):

- a. Pemasang iklan dapat mengirim *draft iklan* yang akan di desain atau mengirimkan desain terakhir (*final art work*) berupa file di dalam *Compact Disc (CD)* atau berupa file melalui email yang ada pada *web site* Riau Pos yaitu *iklanriaupos.com*;
- b. Pembayaran dapat dilakukan secara langsung kepada Riau Pos atau pun melalui agen-agen Riau Pos, selambat-lambatnya 1 (satu) hari sebelum penerbitan iklan sesuai konfirmasi ulang dari pihak divisi iklan Riau Pos atau pembayaran dilakukan kemudian sesuai dengan perjanjian dengan pihak divisi iklan Riau Pos.

- c. Sistem pembayaran dapat dilakukan melalui transfer ke rekening Bank atas nama PT. Riau Pos Intermedia, bisa juga langsung atau hanya melalui transfer ke Bank Mandiri Cabang A. Yani Pekanbaru, dengan Rekening Nomor 108.0000012444.

Prosedur mengenai pemasangan iklan yang dilakukan pada Riau Pos didasari oleh suatu kesepakatan atas dasar suatu perjanjian, dimana dalam hal ini terjadi kesepakatan antara konsumen pemasang iklan dengan PT Riau Pos.

Namun, pada kenyataannya perjanjian atau kesepakatan yang dilakukan oleh PT Riau Pos dengan pemasang iklan tersebut hanya dituangkan di dalam sebuah blanko yang bersifat blanko baku, yang kemudian blanko tersebut dijadikan sebagai suatu dasar perjanjian yang mengikat kedua belah pihak, yaitu pihak konsumen pemasang iklan dan surat kabar harian Riau Pos. Blanko tersebut terdiri atas dua bagian, yaitu bagian yang *pertama* disebut sebagai order iklan yang berisi mengenai (Blanko Order Iklan, Staff Iklan, 2009):

- a. Nama Perusahaan;
- b. Alamat;
- c. No. PPN;
- d. Teks iklan;
- e. Ukuran kolom tampilan;
- f. Dimuat pada halaman;
- g. Jumlah pemuatan;
- h. Tanggal pembayaran;
- i. Tanggal pemuatan;
- j. Bulan diterbitkan;
- k. Perincian harga didalamnya mengenai perincian ukuran kolom iklan, *discount* atau potongan, Ppn (Pajak Pertambahan Nilai) sebanyak 10 % (sepuluh persen).

Untuk bagian kedua blanko yang diperuntukkan untuk Oder Pemuatan Iklan Jitu/ Info berisi tentang :

- a. Nama perusahaan;
- b. Alamat perusahaan;
- c. Jumlah pemuatan jitu, ditetapkan seharga Rp. 30.000;

Iklan jitu merupakan iklan utama, yang berisi mengenai iklan produk-produk yang sedang digemari atau dibutuhkan oleh masyarakat.

- d. Jumlah Pemuatan info, ditetapkan seharga Rp.40.000;

Iklan pemuatan info dapat berupa iklan-iklan yang menginformasikan mengenai kegiatan-kegiatan baik individu maupun kegiatan organisasi.

- e. Kata-kata atau pesan dari iklan yang akan diterbitkan;
- f. Tanggal dan bulan pemesanan;
- g. Apabila konsumen pemesan iklan tidak puas atau keberatan terhadap kesalahan iklan yang diterbitkan oleh pihak Riau Pos, maka konsumen dapat langsung mengajukan keberatan dengan menghubungi Divisi Iklan PT Riau Pos Pekanbaru.

Blanko order pemesanan iklan ini juga berlaku bagi konsumen pemasang iklan yang sifatnya perorangan dengan hanya mengisi *point* (e) sampai dengan *point* (k).

Menurut Mariam Darus Badruzaman, perjanjian baku adalah kontrak perjanjian yang memuat aturan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu untuk dipergunakan secara umum dan berulang-ulang oleh salah satu pihak dan yang secara nyata digunakan tanpa negoisasi pada pihak lain (Mariam Darus Badruzaman, 2000).

Beberapa kategori perjanjian baku seperti (Salim HS, 2003):

1. Perjanjian baku sepihak, yaitu perjanjian yang ditentukan oleh pihak yang kuat kedudukannya dalam perjanjian.

2. Perjanjian baku timbal balik, maksudnya adalah perjanjian baku yang isinya ditentukan oleh kedua belah pihak.
3. Perjanjian baku yang ditetapkan oleh pemerintah, maksudnya perjanjian baku yang isinya ditentukan pemerintah terhadap perbuatan-perbuatan hukum tertentu.
4. Perjanjian baku yang ditentukan oleh lingkungan notaris atau *advokad*.

Oleh karena itu, blanko baku yang dipergunakan sebagai perjanjian oleh Riau Pos dengan konsumen pemasang iklan dapat dikategorikan sebagai perjanjian baku yang bersifat sepihak, karena isi perjanjian baku yang dituangkan dalam blanko iklan tersebut ditentukan oleh pihak yang kuat, yaitu Riau Pos.

Jumlah order iklan yang masuk ke Riau Pos minimal 5 -10 (lima sampai sepuluh) iklan perharinya. Tabel berikut ini juga menunjukkan intensitas konsumen menggunakan jasa Riau Pos untuk mengorder iklan, yang dapat dilihat pada tabel jawaban kuisisioner berikut ini:

Tabel IV. 1

Jawaban Kuisisioner Kepada Konsumen Pemasang Iklan Baris

Menggunakan Jasa Iklan Riau Pos

Pertanyaan	Pilihan jawaban			Jumlah
	Sering (>10)	Jarang (3-5)	Sekali- sekali (<3)	
Berapa kali anda menggunakan jasa surat kabar harian Riau Pos untuk mengiklankan produk anda ?	9	2	1	12 orang

Sumber : Kuisisioner Konsumen, Mei 2009

Berdasarkan hasil jawaban kuisisioner ini dapat dilihat hasilnya bahwa konsumen pemasang iklan sering menggunakan Riau Pos sebagai pilihan untuk memuat iklan produk usaha barang atau jasa agar dapat dipasarkan di masyarakat. Dapat diketahui bahwa dari 12 (dua belas) orang konsumen pemasang iklan, sebanyak 9 (sembilan) orang sering menggunakan iklan di Riau Pos, sedangkan hanya 2 (dua) orang yang jarang menggunakan jasa iklan, dan sisanya 1 (satu) orang hanya sekali-sekali menggunakan jasa iklan Riau Pos. Alasan yang diutarakan oleh konsumen dominan menunjukkan bahwa terdapat kemudahan dalam mengorder iklan di Riau Pos, yaitu konsumen bisa langsung memesan ke Gedung Riau Pos ataupun melalui agen-agen Riau Pos yang telah ditetapkan, sehingga mempermudah dan menghemat waktu.

Agen-agen tersebut berdasarkan data yang diperoleh dari staff divisi iklan antara lain adalah:

- 1) Toko Obat Dahlia, beralamat di Jalan Melati Atas No.92 Sukajadi, Telp. 47770 Pekanbaru;
- 2) Ahad Nett (MLM SYARIAH), beralamat di Jalan K.H. Ahmad Dahlan No.135-E, Telp 36789 Pekanbaru;
- 3) Kios Phone Masitoh, beralamat di Jalan Serayu No. 14, Telp. 32859 Pekanbaru;
- 4) Toko Buku Palapa, beralamat di Jalan Lembaga Pemasyarakatan Pekanbaru;
- 5) Toko Buku Palapa Malalo, beralamat di Jalan Imam Munandar Pekanbaru;
- 6) Pangkas Rambut Rajazky, beralamat di Jalan Sisingamangaraja;
- 7) Foto Nora, beralamat di Jalan Jenderal Sudirman (Simpng Jalan Puyuh Mas) Pekanbaru;
- 8) Brilliant, beralamat di Jalan Balam simpang Punai No. 1A Sukajadi Pekanbaru;

- 9) Toko Safera, beralamat di Jalan Utama/Nenas T. Bey Sungai Mintan, Simpang Tiga Pekanbaru;
- 10) Wartel Putri, beralamat di Jalan.Jenderal No. 34, Telp.34303 Labuh Baru Timur, Pekanbaru;
- 11) Kios Phone Rodeco, beralamat di Jalan Melur Bawah No. 9 Sukajadi, Telp 855788 Pekanbaru;
- 12) Toko Mutiara, beralamat di Jalan Teratai Bawah No. 89, Telp. 40408 (Pasar Kodim) Pekanbaru;
- 13) Tri Graha Utama, beralamat di Jalan H. Imam Munandar, Telp. 37143 Pekanbaru;
- 14) Mutiara Ilmu, beralamat di Pasar Kodim, Telp. 37143 Pekanbaru;
- 15) Variasi, beralamat di Jalan Taskurun, Telp. 7038165 Pekanbaru;
- 16) Arengka Photo, beralamat di Jalan Soekarno Hatta, Telp. 7047954 Pekanbaru;
- 17) Cucian Sinar, beralamat di Jalan Pemasyarakatan Telp. 26030 Pekanbaru;
- 18) Toko Buku Tiara, beralamat di Jalan Paus Simpang Arifin Ahmad Ruko Kap.VI, Telp. 588270 Pekanbaru;
- 19) TB. Widya Utama, berlamat di Jalan Imam Munandar No.197, Telp. 21374 Pekanbaru;
- 20) Toko Time, beralamat di Jalan Riau, Telp. 44105 Pekanbaru;
- 21) Ceria Photo, beralamat di Jalan Durian Ujung, Telp. 7011438 Pekanbaru;
- 22) Toko Ghina, beralamat Jalan Nuri Raya Nomor 1 Perumnas Sidomulyo Arengka, Telp. 568664 (Hasni) Pekanbaru
- 23) Modis Photo, beralamat di Jalan Kulim No.56 B Tampan, Telp. 857266 Pekanbaru;

- 24) Photo Copy Sola Cratia, beralamat di Jalan Riau No.130 K (depan Universitas Tabrani), Telp. 37537 Pekanbaru;
- 25) Tiki Gerai 51, beralamat di Jalan Sisingamangaraja No. 47, Telp. 20398 Pekanbaru;
- 26) Rental Computer Ahsifa, beralamat di Jalan Beringin No. 41 Gobah, Telp. 7714424 Pekanbaru;
- 27) Sidomulyo Photo, beralamat di Jalan Garuda Raya No. 65 Perumnas Sidomulyo, Telp. 568715/7070438 Pekanbaru.

Tarif iklan ditentukan secara penuh oleh pihak Riau Pos, dengan kategori dan jenis-jenis iklan yang berbeda. Adapun tarif iklan atau *tariff advertisement*, yang ditetapkan oleh pihak Riau Pos melalui divisi iklan adalah sebagai berikut (Media Profil Riau Pos, 2005):

- a. Iklan *full color* (penuh warna) pada halaman 1 : Rp.40.000,-/mm kolom;
 - b. Iklan *Displayy* Hal 1 (B/W) : Rp. 25.000,-/mm kolom;
- Dengan catatan untuk halaman 1 maksimal berukuran 7 kolom x 150 mm (321mm x 150mm).
- c. Iklan *full color* Rp.32.000,-/mm kolom;
 - d. Iklan promosi produk (B/W) Rp. 15.000,-/mm kolom;
 - e. Iklan Ucapan selamat peresmian (B/W) Rp. 9.000,-/mm kolom;
 - f. Iklan Ucapan duka Cita (B/W), seharga Rp.7500,-/mm kolom;
 - g. Iklan jitu, seharga Rp.30.000.

Berikut ini merupakan gambaran mengenai tanggapan konsumen berkaitan dengan tarif iklan di Riau Pos, berdasarkan penelitian di lapangan dapat terlihat melalui tabel jawaban kuisioner di bawah ini :

Tabel IV. 2

Jawaban Kuisisioner Kepada Konsumen Pemasang Iklan Baris

Tariff Iklan Riau Pos

Pertanyaan	Pilihan jawaban			Jumlah
	Iya	Mahal	Tdk tahu	
Menurut anda apakah tarif iklan yang ditetapkan oleh Riau Pos terjangkau?	7	3	2	12 orang

Sumber : Kuisisioner Konsumen, Mei 2009

Tarif iklan yang ditetapkan oleh Riau Pos menurut konsumen masih terjangkau dan tidak terlalu mahal. Ini dapat dilihat pada tabel jawaban kuisisioner dari 12 (dua belas) orang konsumen, yang menyatakan bahwa tarif iklan Riau Pos terjangkau dan tidak mahal adalah sebanyak 7 (tujuh) orang, sedangkan 3 (tiga) orang lagi menyatakan bahwa tarif iklan tersebut mahal, dan yang menjawab tidak tahu adalah sebanyak 2 (dua) orang. Tarif iklan Riau Pos dianggap wajar karena disesuaikan dengan keadaan ekonomi saat ini, apalagi harga kertas yang semakin melonjak naik, dengan kualitas yang cukup memuaskan sehingga konsumen memilih Riau Pos untuk mengiklankan produk-produk dan jasa mereka.

Mekanisme penerbitan dalam Riau Pos masih menggunakan cara yang sederhana. Namun Riau Pos harus menunjukkan profesionalisme sebagai media iklan bagi pelaku usaha dan bertanggung jawab pula kepada konsumen terhadap informasi dan pesan yang disampaikan di dalam iklan. Iklan yang menjadi sorotan utama dalam penelitian ini adalah iklan baris yang berkaitan dengan iklan konsumen..

Untuk peningkatan pelayanan terhadap iklan yang ada di Riau Pos peran agen-agen Riau Pos yang tersebar di beberapa wilayah di kota Pekanbaru sangat membantu. Agen Riau Pos tersebut menjadi salah satu perpanjangan tangan bagi pelaku usaha barang dan jasa baik konsumen yang ingin menerbitkan iklan di Riau Pos. Agen inilah yang nantinya akan melanjutkan pesanan yang iklan yang diinginkan oleh pemasang iklan kepada pihak Riau Pos untuk diterbitkan.

Dari 27 (dua puluh tujuh) agen-agen Riau Pos yang berperan dalam membantu kelancaran dalam mengiklankan produknya, hanya sekitar 40 % (empat puluh persen) dari iklan yang masuk berasal dari para agen tersebut, sedangkan 60 % (enam puluh persen) lagi para pelanggan dan pelaku usaha dan konsumen mendaftarkan langsung iklannya kepada Riau Pos (Wawancara dengan Divisi Iklan Riau Pos).

Tabel IV. 3

**Jawaban Kuisisioner kepada Konsumen Pemasang Iklan
dalam Penerbitan iklan**

Pertanyaan	Pilihan jawaban		Jumlah
	sudah	belum	
Apakah iklan yang diterbitkan oleh surat kabar harian Riau Pos telah sesuai dengan yang anda inginkan ?	5 orang	7 orang	12 orang

Sumber : Kuisisioner Konsumen, Mei 2009

Berdasarkan pada jawaban kuisisioner dalam uraian tabel di atas menunjukkan bahwa iklan yang diterbitkan oleh Riau Pos tidak sepenuhnya sesuai dengan pesanan dan keinginan. Hal ini disebabkan karena kurang telitinya staf iklan Riau Pos pada

saat konsumen memasang iklan mengorder iklannya yang akan diterbitkan, kesalahan iklan ini mengakibatkan kerugian bagi konsumen memasang iklan.

Berdasarkan hasil kuisisioner ini terlihat bahwa 7 (tujuh) orang menyebutkan bahwa iklan yang diorder tidak sesuai dengan yang diinginkan konsumen karena konsumen telah menetapkan format iklan yang harus ditampilkan di dalam order blanko pemesanan, tetapi ketika diterbitkan oleh Riau Pos terjadi kesalahan, sedangkan jawaban dari 5 (lima) orang lagi menunjukkan bahwa iklan yang diterbitkan telah sesuai dengan keinginan dan memuaskan bagi konsumen meskipun ada kesalahan namun tidak berakibat besar pada konsumen karena kesalahan tersebut bisa diperbaiki.

Konsumen mengorder iklan kepada Riau Pos didasarkan pada blanko order dan pembayaran, seharusnya pihak Riau Pos dalam hal ini memberikan pelayanan yang maksimal terhadap konsumennya untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam penerbitan iklan.

2. Perlindungan Konsumen Oleh Surat Kabar Harian Riau Pos

Berbicara mengenai bentuk perlindungan sangat erat kaitannya pula dengan tanggung jawab pelaku iklan dalam hal ini Riau Pos terhadap konsumen dari iklan-iklan yang diterbitkan serta dari informasi yang salah dan menyesatkan. Tanggung jawab timbul karena seseorang atau satu pihak mempunyai suatu kewajiban, termasuk kewajiban karena undang-undang dan hukum (*statutory obligation*).

Prinsip tanggung jawab atau yang dikenal sebagai tanggung gugat (*liability*) merupakan suatu hal yang penting dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen. Secara umum prinsip tanggung jawab (Shidarta, 2004) ini terbagi atas beberapa bagian diantaranya adalah sebagai berikut :

1) Prinsip tanggung jawab yang didasarkan atas unsur kesalahan

Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan (*fault liability* atau *liability on fault*) adalah merupakan prinsip yang cukup umum berlaku dalam hukum pidana dan perdata, khususnya Pasal 1365, Pasal 1366 serta Pasal 1367 KUH Perdata, prinsip ini dipegang secara teguh. Prinsip ini menyatakan bahwa seseorang baru dapat dimintakan pertanggungjawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya.

2) Prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab

Prinsip ini menuntut untuk selalu dianggap bertanggung jawab, sampai pihak yang bersalah dapat membuktikan tidak bersalah.

3) Prinsip tidak selalu bertanggung jawab

Prinsip ini kebalikan dari prinsip kedua, prinsip ini hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas.

4) Prinsip tanggung jawab secara mutlak

Prinsip tanggung jawab secara mutlak, mengandung pengertian kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan, dalam hukum perlindungan konsumen secara umum digunakan untuk menjerat pelaku usaha, khususnya produsen barang, yang memasarkan produknya merugikan konsumen.

5) Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan

Prinsip Tanggung jawab dengan pembatasan sangat disenangi oleh pelaku usaha untuk dicantumkan sebagai klausula eksonerasi dalam perjanjian standar yang dibuatnya.

Riau Pos sendiri berdasarkan hasil wawancara dengan manajer iklan (Wawancara dengan Manajer Iklan Riau Pos), menerapkan prinsip tanggung jawab yang didasarkan pada unsur kesalahan.

Berdasarkan pada hasil wawancara dengan bagian koordinasi iklan Riau Pos menyebutkan bahwa jika terdapat kesalahan dalam penerbitan iklan dengan segala jenis, maka pihak Riau Pos akan bertanggung jawab atas kesalahan tersebut. Tanggung jawab terhadap pelaku usaha sesuai dengan iklan yang telah diorderkan atau dipesan, yaitu Riau Pos melalui bagian iklan akan mengganti dan memuat iklan ralat atau perbaikan dengan gratis untuk kolom hari pertama setelah perbaikan. Sebagai contoh iklan meubel yang diterbitkan pada harian Riau Pos terdapat kesalahan, sehingga pelaku usaha mengalami kerugian karena target penjualannya yang seharusnya dalam satu minggu dapat terjual dengan cepat akan tetapi terhalang karena iklan yang dipesan kepada Riau Pos salah.

Kesalahan lainnya adalah kesalahan dalam bentuk penulisan angka dan huruf pada iklan konsumen, sehingga terdapat kesalahan dalam alamat maupun kualifikasi yang diinginkan oleh pengusaha untuk pekerjaan yang dibutuhkan. Sedangkan jika kesalahan tersebut berkaitan dengan konsumen yang melakukan komplain atau keberatan atas kesalahan informasi maka Riau Pos akan memberikan klarifikasi dan akan berjanji memperbaiki iklan tersebut (Wawancara dengan Manajer Iklan Riau Pos).

Sejauhmana pertanggungjawaban Riau Pos mengenai produk barang atau jasa yang diiklankan, dalam hal ini Riau Pos hanya merupakan media bagi pelaku usaha untuk memasarkan produk barang dan jasa sesuai dengan pesan dan rancangan iklan yang diinginkan oleh pihak pelaku usaha saja. Mengenai kebenaran informasi dan promosi yang dilakukan pelaku usaha maka pihak Riau Pos tidak bertanggung jawab, dan hal tersebut dikembalikan kepada pelaku usaha yang mengorder atau memesan iklan mereka untuk dapat dicetak di surat kabar Riau Pos.

Hal tersebut sangat berseberangan dengan prinsip pertanggungjawaban pada Pasal 20 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dimana disebutkan bahwa pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut. Penerapan tanggung jawab ini sangat erat kaitannya dengan prinsip profesionalisme semata tetapi juga kematangan serta kepekaan sosial dari pengiklan, yaitu Riau Pos.

Tabel IV.4

**Jawaban Kuisisioner Kepada Konsumen Pemasang iklan
Perlindungan Riau Pos**

Pertanyaan	Pilihan jawaban		Jumlah
	Harus	Tidak harus	
Menurut anda apakah Riau Pos harus memberikan perlindungan terhadap konsumen terutama dalam iklan yang salah terbit ?	8 orang	4 orang	12 orang

Sumber : Kuisisioner Konsumen, Mei 2009

Tabel jawaban kuisisioner ini menunjukkan bahwa konsumen pemasang iklan mengharapkan pihak surat kabar harian Riau Pos memberikan perlindungan yang sebagaimana mestinya terhadap konsumen terutama konsumen yang iklannya salah diterbitkan oleh Riau Pos. Konsumen menuntut profesionalisme Riau Pos sebagai koran terbesar di Riau. Berdasarkan tabel ini jelas konsumen pemasang iklan dari 12 (dua belas) orang, yang mengharapkan agar dilakukan perlindungan jika konsumen merasa dirugikan adalah sebanyak 8 (delapan) orang konsumen dan 4 (empat) orang lagi merasa bahwa Riau Pos telah memberikan perlindungan maksimal, karena sudah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Riau Pos.

Riau Pos adalah sebagai salah satu sumber utama informasi dan iklan, kemudian mendapatkan imbalan biaya terhadap iklan yang terbit setiap harinya, kenyataan inilah yang seharusnya dianggap cukup untuk menjadikan pihak pengiklan Riau Pos sebagai penanggung jawab utama dalam hal terjadinya kesalahan dan etika periklanan.

B. Pengaturan Hak dan Kewajiban Konsumen Terhadap Pemasangan Iklan Pada Surat Kabar Harian Riau Pos Di Kota Pekanbaru

Hak dan kewajiban konsumen secara nyata telah diatur di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, sehingga konsumen pemasang iklan pada harian Riau Pos juga mempunyai hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan.

Pengaturan hak dan kewajiban dari konsumen dan Riau Pos terhadap pemasangan iklan pada harian Riau Pos tidak tercantum dalam blanko order yang telah disediakan. Hal ini menyebabkan konsumen pemasang iklan tidak mengetahui apa saja yang menjadi hak dan kewajibannya, terlebih lagi apabila ternyata terjadi kesalahan terhadap iklan konsumen yang diterbitkan oleh harian surat kabar Riau Pos.

Hak dan kewajiban Konsumen diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang terdapat dalam Pasal 4 dan Pasal 5. Dalam Pasal 4 dijelaskan mengenai hak konsumen adalah sebagai berikut:

- (a) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- (b) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi jaminan barang dan/atau jasa;

- (c) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- (d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- (e) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- (f) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- (g) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- (h) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- (i) Hak-hak untuk diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Tidak semua konsumen mengetahui dan menyadari bahwa hak-haknya sebagai konsumen dilindungi oleh undang-undang dan apabila hak-hak tersebut dilanggar maka konsumen berhak untuk mengajukan keberatan atau komplain.

Tabel IV.5

Hak-hak Konsumen Pemasang iklan

Pertanyaan	Pilihan jawaban		Jumlah
	Tahu	Tidak tahu	
Apakah anda mengetahui bahwa hak - hak anda sebagai konsumen dilindungi oleh UU No. 8 Tahun 1999?	7 orang	5 orang	12 orang

Sumber : Kuisisioner Konsumen, Mei 2009

Berdasarkan jawaban kuisisioner responden konsumen pemasang iklan mengenai apakah konsumen pemasang iklan mengetahui hak-haknya dilindungi oleh undang-undang, diketahui bahwa dari 12 (dua belas) orang responden hanya 7 (tujuh) orang yang mengetahui bahwa hak-haknya sebagai konsumen dilindungi oleh Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, sisanya 5 (lima) orang tidak mengetahui hak-haknya sebagai konsumen. Sebagian konsumen pemasang iklan ini merupakan pelaku usaha baik barang ataupun jasa yang mengiklankan produk atau jasanya kepada surat kabar harian Riau Pos dan juga sebagai konsumen masyarakat umum. Hasil kuisisioner ini menunjukkan bahwa masih ada konsumen yang belum mengetahui bahwa hak-haknya sebagai konsumen dilindungi oleh undang-undang. Apabila hak-hak tersebut dilanggar maka konsumen dapat mengajukan keberatan dan bahkan juga bisa melakukan upaya hukum agar hak-hak tersebut dapat terlindungi dan dihormati oleh pelaku usaha. Ketidaktahuan konsumen akan hak-haknya disebabkan oleh faktor kurangnya sosialisasi mengenai Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999.

Seharusnya harian Riau Pos dalam melaksanakan pemasangan iklan harus mencantumkan apa saja yang menjadi hak-hak konsumen, sehingga apabila terjadi kesalahan penerbitan iklan yang disebabkan oleh kelalaian dari Riau Pos sendiri, maka konsumen mengetahui upaya apa yang dapat ditempuh apabila terjadi kesalahan cetak.

C. Upaya Hukum yang Ditempuh Konsumen Apabila Dirugikan Oleh Iklan yang diterbitkan Riau Pos Pekanbaru

Konsumen memiliki hak-hak yang wajib dilindungi oleh pelaku usaha sebagai produsen yang memproduksi produk-produk barang dan jasa kebutuhan konsumen.

Berdasarkan pada alasan di atas maka konsumen pemasang iklan dapat mengajukan keberatan kepada Riau Pos jika terjadi pelanggaran-pelanggaran hak yang telah membawa kerugian baik moral maupun kerugian materil. Salah satu cara yang dilakukan oleh konsumen untuk dapat mempertahankan hak dan terlindungi atas kerugian yang ditimbulkan adalah melakukan upaya hukum.

Diberikannya suatu ruang dalam penyelesaian sengketa konsumen merupakan kebijakan yang baik dalam rangka memberdayakan konsumen. Memberdayakan disini maksudnya adalah meningkatkan kesadaran konsumen untuk mempertahankan dan memperjuangkan apa yang menjadi hak-haknya yang dilindungi oleh undang-undang. Upaya ini merupakan bentuk kesadaran mengenai karakteristik khusus dunia konsumen, yakni dengan adanya perbedaan posisi antara konsumen dengan pelaku usaha.

Perbedaan kepentingan antara pelaku usaha dengan konsumen sangat jauh berbeda, hal ini berkaitan erat jika pelaku usaha dikomplain oleh konsumen terhadap produknya maka pelaku usaha hanya akan mengajukan penyelesaian dengan jalan tertutup. Sementara konsumen menginginkan penyelesaian secara terbuka.

Dibukanya ruang penyelesaian sengketa secara khusus oleh Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, memberikan manfaat bagi berbagai kalangan, bukan saja bagi konsumen tetapi juga bagi pelaku usaha sendiri, bahkan juga pemerintah. Manfaatnya bagi konsumen adalah :

- a. Mendapatkan ganti rugi atas kerugian yang diderita.
- b. Melindungi konsumen lain agar tidak mengalami kerugian yang sama, karena satu orang konsumen melakukan pengajuan laporan keberatan maka sejumlah konsumen lainnya akan dapat tertolong. Keberatan yang diajukan konsumen

melalui ruang publik dan mendapat liputan media massa akan mendorong tanggapan yang lebih positif di kalangan pelaku usaha.

- c. Menunjukkan sikap kepada masyarakat pelaku usaha agar lebih memperhatikan kepentingan konsumen. Bagi kalangan pelaku usaha, ruang atau penegakan hukum konsumen memiliki arti dan dampak tertentu, yaitu dalam hal :
- a) Pengaduan dapat dijadikan tolak ukur untuk perbaikan mutu produk dan memperbaiki kekurangan lain yang ada;
 - b) Dapat sebagai informasi dari adanya produk tiruan;
 - c) *Menghindari persaingan tidak sehat.*

Pemerintah adalah sebagai pengambil kebijakan dan pengendali berbagai kepentingan rakyat, oleh karena itu perkembangan terhadap besarnya kesadaran konsumen dalam melakukan penyelesaian sengketa konsumen tersebut sangat penting dengan alasan memberikan manfaat diantaranya adalah :

1. Lebih memudahkan pengawasan dan pengendalian terhadap produk yang beredar dipasaran, maksudnya produk-produk baik berupa produk barang termasuk jasa dapat diawasi peredarannya agar tidak merugikan konsumen.
2. Mengetahui adanya kelemahan penerapan peraturan atau standar pemerintah, maksudnya dengan mengetahui ini akan menjadi bahan koreksi sehingga kekurangan terhadap penerapan peraturan dalam pelanggaran Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1998 dapat dianulir.
3. Merevisi berbagai standar yang ada, standar yang berkaitan dengan pengontrolan dan perubahan standar dan kualitas barang atau jasa yang aman untuk dikonsumsi oleh konsumen.

Konsumen pemasangan iklan Riau Pos yang mengajukan keberatan terhadap kesalahan penerbitan iklan yang merugikan dapat langsung mengajukan keberatan

kepada Riau Pos. Informasi yang salah tersebut dapat menyesatkan konsumen pembaca sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen. Iklan yang menyesatkan tersebut selalu mengesankan kemampuan suatu produk secara berlebihan dan menjurus ke arah yang menyesatkan. Informasi iklan yang menyesatkan dapat dicontohkan pada iklan perumahan yang menyatakan keadaan jarak perumahan yang dekat dengan pusat kota namun ternyata informasi tersebut tidak benar, dan begitu juga dalam iklan lowongan kerja.

Berdasarkan kuisisioner yang diajukan diperoleh gambaran mengenai informasi yang merugikan konsumen pemasangan iklan sehingga dapat menyesatkan konsumen pembaca terhadap informasi yang salah tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel IV. 5
Kuisisioner Konsumen Pemasang Iklan yang Mengajukan Pengaduan Terhadap Riau Pos

Pertanyaan	Pilihan jawaban		Jumlah
	Pernah	Tidak pernah	
Apakah anda pernah mengajukan keberatan atau komplain terhadap iklan yang merugikan anda kepada Riau Pos?	8 orang	4 orang	12 orang

Sumber : Kuisisioner Konsumen, Mei 2009

Berdasarkan penelitian yang dilakukan diketahui bahwa dari 12 (dua belas) orang responden konsumen pemasangan iklan di Riau Pos, sebanyak 8 (delapan) orang pernah mengajukan komplain kepada Riau Pos, dan 4 (empat) orang lagi tidak pernah mengajukan keberatan. Keberatan yang diajukan adalah mengenai kesalahan iklan

yang diterbitkan Riau Pos yang tidak sesuai dengan pesanan order iklan yang telah disepakati. Sehingga konsumen pemasang iklan mengajukan keberatan terhadap kesalahan dari isi perjanjian yang telah disepakati, seperti yang tercantum di dalam blanko order iklan Riau Pos.

Berdasarkan wawancara dengan Manajer Divisi Iklan Riau Pos diketahui bahwa jika ada pengaduan mengenai order iklan, maka konsumen pemasang iklan dapat langsung mengajukan keberatan pada pihak Riau Pos melalui telepon 64638 atau langsung mendatangi Divisi Iklan Riau Pos.

Dalam Pasal 1338 KUH Perdata telah diatur bahwa perjanjian yang telah dibuat dan disepakati merupakan hukum bagi mereka yang membuat, jadi amatlah jelas dituntut konsekuensi Riau Pos untuk segera memberikan respon terhadap keberatan yang dilakukan konsumen pemasang iklan apabila terjadi kesalahan terhadap iklan yang diterbitkan.

Tabel IV. 6

**Jawaban Kuisisioner Pemasang Iklan
Terhadap Upaya Penyelesaian Sengketa konsumen**

Pertanyaan	Pilihan Jawaban		
	a	b	c
Jika Keberatan anda tidak digubris, tindakan apa yang anda lakukan	9	-	3
Total	12 orang		

Sumber : Kuisisioner Konsumen, Mei 2009

Keterangan Tabel pilihan jawaban :

- a. Melakukan konfirmasi dan menyelesaikan dengan jalur musyawarah.
- b. Mengajukan keberatan kepada Riau Pos dengan menempuh upaya hukum melalui jalur Pengadilan.
- c. Tidak melakukan upaya apapun.

Berdasarkan hasil dari kuisisioner di atas menunjukkan bahwa dari 12 (dua belas) responden pemasang iklan pada Riau Pos, yang memilih jawaban pertama (a) adalah sebanyak 9 (sembilan) orang, pilihan terhadap alternatif jawaban ketiga (c) adalah sebanyak 3 (tiga) orang.

Dalam pasal 45 ayat 2, ayat 3 dan ayat 4 serta Pasal 47 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dinyatakan bahwa konsumen dapat mengajukan penyelesaian sengketa konsumen.

Pasal 45 ayat 2 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela pihak yang bersengketa, sedangkan ayat 3 menyatakan bahwa penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana yang dimaksud pada ayat 2 tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam undang-undang. Pasal 47 menyatakan bahwa penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.

Berdasarkan pada uraian di atas maka dapat ditarik suatu pemahaman mengenai penyelesaian sengketa konsumen sebagai berikut :

- 1) Penyelesaian sengketa dilakukan berdasarkan pada pilihan secara sukarela oleh para pihak yang bersengketa, tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.
- 2) Meskipun telah dilakukan penyelesaian sengketa diluar pengadilan, tetapi tidak akan menghilangkan tanggung jawab secara pidana terhadap pelaku usaha yang telah melanggar peraturan mengenai perlindungan konsumen.
- 3) Masih terbukanya kesempatan untuk melakukan gugatan ke pengadilan apabila penyelesaian dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak yang bersengketa maupun oleh pihak yang bersangkutan.
- 4) Tujuan dari penyelesaian sengketa diluar pengadilan ini untuk mencapai kesepakatan tentang bentuk dan besarnya ganti kerugian dan/atau tindakan tertentu untuk menjamin tidak terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen dimasa yang akan datang.

Penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan dengan 3 (tiga) cara, yaitu penyelesaian dihadapan pengadilan dan di luar pengadilan serta penyelesaian secara administratif. Pemasang iklan dan pembaca Riau Pos selaku konsumen dapat memilih alternatif dalam mengajukan keberatan dan komplain terhadap kerugian yang ditimbulkan oleh pelaku usaha.

Penyelesaian sengketa di luar pengadilan atau dikenal dengan non litigasi dapat ditempuh :

1. Dengan melibatkan pihak ketiga untuk melakukan penyelesaian terhadap sengketa konsumen.
2. Peran serta pihak ketiga diharapkan oleh kedua belah pihak baik konsumen dan pelaku usaha dapat menjadi penengah untuk menyelesaikan sengketa yang terjadi. Pihak ketiga ini ditunjuk oleh kedua belah pihak berdasarkan pada kesepakatan bersama.

3. Penyelesaian sengketa dengan melibatkan pihak ketiga tetapi keputusan tetap diserahkan kepada kedua belah pihak. Penyelesaian dengan metode ini terbagi atas dua, yaitu :

- a. Konsoliasi, dalam hal ini pihak ketiga sebagai fasilitator yang menyediakan pula sarana atau media dalam penyelesaian sengketa yang dipercayakan kepadanya.
- b. Mediasi, dalam hal ini pihak mediator bersifat aktif memberikan masukan terhadap para pihak, mengenai jalan keluar yang terbaik dalam menyelesaikan permasalahan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, dalam hal ini pelaku usaha periklanan.

Sengketa konsumen antara pelaku usaha dengan konsumen sangat jarang ditemukan diselesaikan dengan menggunakan jalur pengadilan. Oleh karena itu Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 memberikan alternatif lain yaitu dengan mempergunakan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau BPSK. Meskipun lembaga ini di kota Pekanbaru belum ada, tetapi perannya di beberapa kota di Indonesia sangat berpengaruh. Dasar pembentukan BPSK diatur dalam Pasal 49 sampai dengan Pasal 59 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Pasal 49 ayat 3 dan ayat 4 menyatakan bahwa, BPSK terdiri dari tiga unsur diantaranya terdiri atas

- a) Unsur pemerintah;
- b) Unsur konsumen;
- c) Unsur pelaku usaha.

Dimana masing-masing pihak beranggotakan sekurang-kurangnya 3 (tiga) orang dan paling banyak adalah 5 (lima) orang, dan pengangkatan serta pemberhentiannya dilakukan oleh Menteri Perindustrian dan Perdagangan.

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen bertugas dan mempunyai wewenang terhadap konsumen meliputi :

- a) Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsolidasi;
- b) Memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
- c) Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
- d) Melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam undang-undang;
- e) Menerima pengaduan, baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- f) Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
- g) Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- h) Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap undang-undang;
- i) Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g, huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen;
- j) Mendapatkan, meneliti, dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lainnya guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;
- k) Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;

- l) Memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- m) Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Kepala Divisi Iklan Riau Pos diketahui bahwa selama ini perselisihan antara konsumen pemasang iklan dan pembaca diselesaikan hanya dengan memperbaiki iklan tersebut dan mengajukan permohonan maaf. Selama ini belum ada pihak konsumen pemasang iklan yang mengajukan permasalahan ini melalui upaya hukum, karena pada dasarnya penyelesaian secara musyawarah yang dilakukan cukup efektif, yaitu dengan melakukan koreksi ulang terhadap iklan yang salah tersebut.