

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS  
PRODUK PROMOSI PEMBERIAN HADIAH  
(Studi Penelitian di Kota Langsa)**

<sup>1</sup>Rinaldy Prasetya, <sup>2</sup>Nur Asyiah, SH, MH., <sup>3</sup>Siti Sahara, SH, MH.

<sup>1</sup>Mahasiswa Fakultas Hukum, <sup>2,3</sup>Dosen Fakultas Hukum Unsam  
Fakultas Hukum Universitas Samudra

Jl. Meurandeh, Langsa Lama, Kota Langsa, Aceh 24415

rinaldyprasetya14@gmail.com, nurasyiah@unsam.ac.id, sitisahara@unsam.ac.id

**Abstrak**

---

Pasal 10 huruf d Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi: “Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan. Kasus yang terjadi di Kota Langsa terdapat Promosi terhadap barang dimana apabila pembeli, membeli barang akan diberi hadiah lain. Namun kenyataannya berbeda barang yang dikatakan berhadiah/dipromosikan tidak diberikan kepada konsumen. Tujuan penelitian untuk untuk mengetahui pengaturan hukum terhadap konsumen atas produk promosi pemberian hadiah, perlindungan hukum terhadap konsumen atas produk promosi pemberian hadiah dan hambatan dan upaya yang dapat dilakukan terhadap produk promosi pemberian hadiah kepada konsumen. Penelitian menggunakan yuridis empiris. Pengaturan hukum terhadap konsumen atas produk promosi pemberian hadiah terdapat dalam Pasal 10 huruf d Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Perlindungan hukum terhadap konsumen atas produk promosi pemberian hadiah agar pelaku usaha yang melanggar janjinya untuk memberikan promosi hadiah diberi pembinaan, teguran secara lisan maupun tertulis serta pencabutan izin usaha. Hambatannya konsumen yang tertipu idak melapor ke dinas, kelalaian penjaga toko, kecurangan dari kasir atau penjaga toko, dan upaya yang harus dilakukan harus ada keberanian dari konsumen untuk melaporkan adanya penipuan promosi hadiah oleh pelaku usaha, Disperindag melakukan sosialisasi dan survey, Kepala Toko memberhentikan penjaga toko atau kasir yang melakukan aksi curang kepada konsumen

**Kata Kunci : Perlindungan Hukum, Promosi, Hadiah**

**Abstract**

---

*Article 10 letter d of Law Number 8 Year 1999 concerning Consumer Protection which reads: “In offering goods and / or services intended for trade, business actors are prohibited from offering, promoting, advertising or making false or misleading statements regarding offers of discounted prices or attractive prizes offered. In the case that occurred in Langsa City, there was a promotion of goods where if the buyer bought the item he would be given another prize. However, the reality is different that goods that are said to be prized / promoted are not given to consumers. The research objective was to determine the legal arrangements for*

*consumers for gift-giving promotional products, legal protection for consumers for gift-giving promotional products and the obstacles and efforts that could be made on gift-giving promotional products to consumers. This research uses empirical juridical research. The legal arrangements for consumers for promotional products giving gifts are contained in Article 10 letter d of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. Legal protection for consumers for promotional products giving gifts so that business actors who violate their promise to provide promotional gifts are given guidance, verbal and written warnings and business license revocation. The obstacle is that consumers who are deceived do not report to the service, negligence of shopkeepers, fraud from cashiers or shopkeepers, and efforts that must be made must have the courage of consumers to report fraudulent promotional gifts by business actors, Disperindag conducts socialization and surveys, the Head of the Shop stops the guard shops or cashiers who cheat on consumers.*

**Keywords:** *Legal Protection, Promotions, Gifts*

## A. PENDAHULUAN

Problema manusia dalam Perlindungan konsumen menjadi harapan untuk manusia, bangsa di dunia dalam mewujudkannya.<sup>1</sup> Dalam Psl 1 ayt 1 UU/8/1999 UUPK menyatakan “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.”

Peran konsumen bagi pelaku usaha sangatlah penting, karena konsumen dijadikan objek utama dalam memasarkan produknya dengan cara menarik sebanyak-banyaknya agar konsumen nanti membeli barang yang jual. Jadi konsumen menjadi bagian yang amat menentukan bagi kelangsungan proses produksi barang atau jasa dilakukan oleh produsen atau pelaku usaha.<sup>2</sup>

Menurut Konsumen merupakan pembeli akhir dari suatu barang yaitu setiap komoditas barang/atau jasa yang ada dalam kelompok baik untuk kepentingan pribadi, kerabat, individu lain, maupun insan lain dan tidak untuk diperjualkan.<sup>3</sup>

Iklan merupakan Salah satu mempromosikan usaha oleh pelaku usaha. Iklan adalah satu cara menyampaikan pesan tentang barang dan jasa kepada konsumen

<sup>1</sup> Liya Sukma Muliya , Promosi Pelaku Usaha Yang Merugikan Konsumen, *Syar Hukum Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 14, No. 2 , 2012, halaman 4

<sup>2</sup> Stephanie Anthonia, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penyalagunaan Promo Berhadiah Yang Dilakukan Oleh Pelaku Usaha, *Gloria Yuris Jurnal Hukum Mahasiswa SI Prodi Ilmu Hukum UNTAN*, Vol 3, No. 4, 2015, halaman 1-2

<sup>3</sup> Abdul Rasyid Saliman, et.al., *Hukum Bisnins Untuk Perusahaan Teori dan Contoh Kasus*, Kencana Renada Media Grup, Jakarta, 2008, halaman 23. Dikutip di buku Yapiter Marpi, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Keabsahan Kontrak Elektronik Dalam Transaksi E-Commerce*, Zona Media Mandiri, Tasikmalaya, 2020, halaman 105

dari pelaku usaha, kemudian iklan sangat berarti untuk pelaku usaha di dalam mempromosikan, memperkenalkan produk/jasa kepada konsumen, dan tidak sedikit para pelaku usaha mendapat laba yang tinggi, Pelaku usaha selalu menginformasikan produk secara menarik dan memberi kesan serta menjelaskan keunggulan produk, sehingga muatan dalam informasinya kerap kali tidak jelas, tidak sesuai dengan janji promosi dan berkesan melenceng kepada konsumen, lemahnya posisi konsumen ini perlu diberikan perlindungan terhadap iklan-iklan yang menyesatkan yang dapat merugikan konsumen.<sup>4</sup>

Dalam Pasal 10 huruf d UU/8/1999 UUPK menjelaskan bahwa sebagai di dalam menawarkan barang/jasa pelaku memiliki tujuan memperdagangkan mempromosikan, mengiklankan/dilarang menawarkan, atau membuat pernyataan bohong atau tidak benar tentang potongan harga, diskon atau hadiah menarik yang ditawarkan.

Sanksi terhadap pelanggar diatur dalam Psl 62 UU/8/1999 UUPK yang menjelaskan bagi Pelaku usaha yang tidak mematuhi ketentuan peraturan yang berlaku yang yang diatur dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), serta Pasal 18 dapat dipidana penjara selama 5 (lima) tahun atau denda sebanyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).”

Kasus yang terjadi di Kota Langsa terdapat Promosi hadiah terhadap barang dimana apabila pembeli, membeli barang akan diberi hadiah lain. Namun kenyataannya berbeda, barang yang dikatakan berhadiah/dipromosikan tidak diberi oleh si pemilik toko.

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan diatas, maka masalah yang dibahas sebagai berikut : (1) pengaturan hukum terhadap konsumen atas produk promosi pemberian hadiah?, (2) perlindungan hukum terhadap konsumen atas produk promosi pemberian hadiah? (3) hambatan dan upaya yang dapat dilakukan terhadap produk promosi pemberian hadiah kepada konsumen?.

## **B. METODE PENELITIAN**

Metode yang diterapkan penelitian ini adalah yuridis empiris. Penelitian hukum empiris atau dengan istilah lain bisa digunakan adalah penelitian hukum sosiologis dan bisa pula disebut dengan penelitian lapangan.<sup>5</sup> Penelitian hukum yang dikerjakan dengan cara meneliti data sekunder belaka atau bahan pustaka, dinamakan penelitian hukum kepustakaan (penelitian bersifat normatif ) selain adanya penelitian hukum

---

<sup>4</sup> Ade Riyatna Harahap, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Iklan Yang Menyesatkan*, Skripsi, Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2019, halaman V

<sup>5</sup> Ali Murthoda dan Mustafa Kamal Rokan, *Metodologi Penelitian Hukum (Suatu Pemikiran dan Penerapan)*, Wal Ashri Publishing, Medan, 2012, halaman 31

sosiologis/empiris dalam meneliti data primer.<sup>6</sup> Pendekatan ini mengkaji konsep yuridis, implementasinya terhadap Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk Promosi Pemberian Hadiah (Studi Penelitian di Kota Langsa).

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Pengaturan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk Promosi Pemberian Hadiah

Banyak cara digunakan pelaku usaha untuk menarik konsumen misalnya, dengan menawarkan produk disertai undian berhadiah maupun promosi barang yang dijual. Pelaku usaha menawarkan produk dengan mempromosikan barang seperti membeli satu barang dan di hadiahkan barang lain baik yang sejenis atau yang berbeda. Konsumen diminta agar membeli barang dimana dengan pembelian tersebut berkesempatan untuk mendapatkan promosi. Namun promosi barang sesuai dengan yang telah disepakati oleh pelaku usaha akan tetapi setelah lewat batas waktu, proses promosi tidak dilaksanakan oleh pelaku usaha. Kasus seperti ini banyak ditemukan di pusat perbelanjaan maupun di minimarket.

Salah satunya kasus yang terjadi di minimarket Alfamart di Kota Langsa. Pada saat mau membeli barang di rak penjualan terdapat promosi harga barang dengan membeli satu gratis satu atau membeli 2 gratis produk lain namun Ketika pembeli sudah membeli barang produk yang dipromosikan dan membayar di kasir tidak memberikan hadiah dari promosi barang yang sesuai tertera di rak penjualan.<sup>7</sup> Kasus ini pelaku usaha melakukan informasi bohong kepada konsumen dan melanggar UU/8/1999 (UUPK) sebagaimana telah diatur di dalam Psl 13 (1)UUPK”.<sup>8</sup>

Pasal 14 UU/8/1999 Tentang Perlindungan Konsumen bahwa menjelaskan di dalam menawarkan barang atau jasa pelaku usaha memiliki tujuan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah dengan cara undian, dilarang untuk :

- a. Tidak boleh melewati batas waktu yang telah dijanjikan dalam melakukan penarikan hadiah;
- b. Hasil diumumkan melalui media;
- c. Hadiah harus sesuai dengan promosi yang dijanjikan;

<sup>6</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Metodologi Hukum Normatif*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011, halaman 13-14

<sup>7</sup> Wawancara dengan Annisa. Pembeli di Alfamart Jln. A. Yani Samping SPBU tanggal 17 Desember 2020 (diolah)

<sup>8</sup>Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya

- d. Jika terdapat penggantian hadiah harus sesuai dengan penggantian harga barang yang diganti”.

Dalam UU/8/1999 tentang Perlindungan Konsumen, diatur dalam Pasal 9, 10,12,13,15,16 dan 17. Pasal 9 UU/8/1999 UUPK menjelaskan di dalam menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan atau jasa secara tidak benar, dan/atau menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung resiko, atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap pelaku usaha dilarang keras”.

Pasal 10 UU/8/1999 UUPK pelaku usaha tidak diperbolehkan melakukan hal yang merugikan konsumen seperti mengenai :

- a. Harga barang/jasa ;
- b. Kegunaan barang dan/atau jasa ;
- c. Harus baik mengenai kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang/ jasa ;
- d. Tawaran hadiah yang menarik yang ditawarkan ;
- e. Memberikan penjelasan mengenai penggunaan barang/jasa

Pasal 12 UU/8/1999 UUPK menjelaskan didalam menawarkan, mempromosikan, mengiklankan barang/jasa dengan memberi harga/tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, apabila pelaku usaha tidak melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan oleh pelaku usaha”.

Pasal 13 Pasal 9 UU/8/1999 UUPK menjelaskan bahwa setiap yang memberikan, memberi promosi, memberi tawaran, mengiklankan barang/jasa sebagai pelaku usaha harus memberi ganti sesuai perjanjian atau memberikan hadiah barang/jasa secara gratis dengan maksud tidak memberikannya atau memberikannya tidak sebagaimana yang dijanjikan”.

Pasal 17 UU/8/1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur tentang larangan bagi pelaku usaha periklanan, ialah periklanan dilarang bagi pelaku usaha yang :

- a. Tidak dibenarkan mengelabui konsumen tentang kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tariff jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
- b. Tidak dibenarkan mengelabui jaminan /garansi terhadap barang/jasa;
- c. Tidak boleh memuat informasi yang tidak benar, keliru, salah atau tidak tepat tentang barang/jasa;

- d. Tidak dibenarkan memuat informasi tentang resiko pemakaian barang dan /atau jasa;
- e. Tidak dibenarkan mengeksploitasi kejadian kepada seseorang tanpa izin yang bersangkutan;
- f. Melanggar etika dan peraturan perundang-Undangan

Sementara di dalam UU/7/1999 tentang Pangan di dalam Bab IV Pasal 33 tentang label dan iklan yang menegaskan, bahwa :

1. Setiap label iklan mengenai pangan yang diperjualkan harus memuat keterangan tentang pangan yang benar dan tidak menyesatkan;
2. Tidak boleh Memberikan keterangan/ Pernyataan tentang pangan yang diperjual tidak benar melalui dalam/dan/ atau dengan label iklan apabila keterangan atau pernyataan tersebut tidak benar dan/ atau menyesatkan;
3. Pemerintah mengatur, mengawasi serta memberikan tindakan sehingga iklan mengenai pangan yang diperjual tidak memuat keterangan yang menyesatkan.

Pemerintah sebagai pihak yang mempunyai otoritas untuk membuat aturan dan memberikan sanksi terhadap pihak-pihak yang melakukan pelanggaran, tentunya dalam kasus ini sangat diperlukan sebuah aturan dan upaya dari pemerintah untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan undian berhadiah dari pelaku usaha. Dengan kebijakan yang baik dan pengawasan yang maksimal tentunya kasus ini dapat diminimalisir. Dimana apabila kedapatan pelaku usaha yang melakukan hal curang pertama mereka akan dipanggil di beri pembinaan apabila masih mengulangi akan diberi teguran secara tertulis dan terakhir akan di cabut izin operasionalnya.<sup>9</sup>

Dari uraian diatas maka Pengaturan hukum terhadap konsumen atas produk promosi pemberian hadiah dalam Pasal 10 huruf d UPK, Berdasarkan ketentuan di atas, menawarkan barang/jasa yang ditujukan untuk diperjualkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan/membuat pernyataan yang bohong atau tidak benar tentang tawaran diskon harga/hadiah menarik yang ditawarkan oleh Pelaku usaha dalam memenuhi janjinya tersebut sesuai dengan yang dijanjikannya

## **2. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk Promosi Pemberian Hadiah**

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan Syamsul Bahri Plt. Kepala Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Langsa tanggal 16 Desember 2020 (diolah)

Pelaku usaha bersaing dalam mendapatkan keuntungan dengan cara berdagang. Cara yang digunakan oleh dalam memperoleh keuntungan oleh pelaku usaha dengan cara menggunakan mengadakan promosi. Tetapi, segelintir pelaku usaha menyalahgunakan promosi guna memperoleh laba lebih besar yang mengakibatkan kerugian konsumen. Ketidaktahuan dan kurangnya pengetahuan, ketidakberdayaan konsumen dimanfaatkan oleh segelintir pelaku usaha mendapatkan laba tanpa memperdulikan nasib konsumen. Hak konsumen adalah mendapatkan produk yang kuantitas dan kualitas sesuai perjanjian dengan pelaku usaha, pemberian hadiah ke konsumen oleh pelaku usaha atas produknya

Tata Krama Periklanan Indonesia terdiri dari tiga asas yaitu :

1. Iklan harus bertanggung jawab, jujur, dan tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Iklan tidak boleh merendahkan dan menyinggung perasaan martabat adat, tata kesusilaan dan agama serta golongan.
3. Iklan harus memiliki asas persaingan sehat.<sup>10</sup>

Lemahnya perlindungan hukum bagi konsumen dikarenakan konsumen yang merasa dirugikan tidak mengetahui harus mengadu kemana Ketika merasa dirugikan oleh pelaku usaha. Seperti pernah dialami Heri Ketika berbelanja di salah satu Alfamart yang ada Kota Langsa di dalam rak penjualan terdapat promosi barang namun Ketika membayar di kasir promosi yang ditawarkan tidak diberi padahal Ketika membayar di kasir di layar pembayaran sudah tercantum bahwa barang yang dibeli merupakan salah satu barang yang dipromosikan karena malas berurusan dan antiran yang panjang maka tidak malas untuk menanyakan promosi atau gratisan yang telah ditawarkan sesuai dengan yang tercantum di dalam label di rak penjualan.<sup>11</sup>

Berdasarkan wawancara dengan Andriani Syah Putra bahwa selama ini apabila ada promosi harga barang selalu diberikan kepada pembeli namun tidak menutup kemungkinan ada kelalaian dari pegawai toko atau khilap tidak memberikan promosi yang ditawarkan dan jika hal tersebut terjadi pembeli harus mengingatkan kepada kasir untuk memberikan barang yang dipromosikan dan memberikan teguran kepada kasir agar tidak lalai dalam melayani pembeli.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Yusnaldi, Analisis Penggunaan Unsur Sensualitas Sebagai Bentuk Pelanggaran Etika Periklanan Studi Kasus Pada Iklan Televisi Pompa Air Shimizu, *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, Volume 2, Nomor 1, 2018, halaman 20

<sup>11</sup> Wawancara dengan Heri Pembeli di Alfamart Jln. A. Yani Samping SPBU tanggal 17 Desember 2020 (diolah)

<sup>12</sup> Wawancara dengan Andriani Syah Putra kepala tokoh Alfamart Jl. A. Yani Samping SPBU Kota Langsa tanggal 12 Desember 2020 (diolah)

Sementara itu menurut T. Fitra bahwa jika ada promosi suatu barang dari pihak toko selalu memberikan kepada pembeli dan jika ada penjaga toko atau kasir yang tidak memberikan hadiah promosi yang ditawarkan maka kasir atau penjaga toko akan diberi teguran kepada kasir maupun penjaga toko.<sup>13</sup>

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk Promosi Pemberian hadiah dalam kegiatan promosi berhadiah barang yang dijual, harus ada pengawasan dari LKSM dan pemerinah guna pencegahan pelanggaran terhadap hak-hak konsumen dalam kegiatan promosi barang dan pemberlakuan sanksi administrasi, pidana dan perdata pelaku usaha melanggar ketentuan-ketentuan mengenai promosi berhadiah dalam undang-undang perlindungan konsumen. Promosi dapat dilakukan oleh pelaku usaha dalam memperkenalkan barang tertentu dalam meningkatkan aktivitas perdagangan, namun harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku, khususnya di bidang perlindungan konsumen.

Tingkat kesadaran adalah faktor yang menjadi kelemahan konsumen yang masih sangat rendah, ini disebabkan kurangnya pendidikan dan kesadaran dari konsumen. Mengenai UUPK, memberikan pengertian tentang perlindungan konsumen secara cukup luas, perlindungan konsumen di definisikan sebagai upaya untuk menjamin kepastian hukum, memberikan perlindungan untuk konsumen.<sup>14</sup>

Dari urian diatas dapat disimpulkan bahwa Perlindungan hukum bagi konsumen atas produk promosi pemberian hadiah agar pelaku usaha yang tidak taat hukum dan menjanjikan untuk memberikan hadiah diberi pembinaan, teguran secaralisan maupun tertulis serta bisa mencabut izin usaha agar pelaku usaha tidak melakukan kecurangan di dalam melakukan usahanya sehingga konsumen atau pembeli merasa tidak tertipu.

### **3. Hambatan dan Upaya Yang Dapat Dilakukan Terhadap Produk Promosi Pemberian Hadiah Kepada Konsumen**

Promosi merupakan kegiatan menghubungkan konsumen dan perusahaan. Kesuksesan promosi dilakukan perusahaan tidak ditentukan besar kecil anggaran yang dikeluarkan perusahaan namun dipengaruhi bagaimana perusahaan berusaha sekuat tenaga menyampaikan aspiasi atau pesan sehingga diterima konsumen dan tepat sasaran sesuai dengan yang diharapkan perusahaan. Perusahaan harus memberikan memperhatikan lebih dalam berbagai hal agar dapat mempengaruhi kesuksesan dalam pelaksanaan promosi<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Wawancara dengan T .Fitra Kepala Toko Alfamart Jl. A. Yani Gampong Teungoh Langsa Kota tanggal 14 Desember 2020 (diolah)

<sup>14</sup> Wawancara dengan Syamsul Bahri Plt. Kepala Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Langsa tanggal 16 Desember 2020 (diolah)

<sup>15</sup> Siti Amanah, Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan, *Jurnal Lentera*, halaman 55



Menurut Edi setiap konsumen atau pembeli memiliki hakdi dalam mendapat informasi yang jelas, benar dan jujur dari pelaku usaha yang menjual barangnya. Informasi diperlukan supaya konsumen tidak memiliki gambaran keliru terhadap produk yang ditawarkan. Sehingga tidak terjadi kecurangan.<sup>16</sup>

Menurut Mulyasin dirinya kerap melihat promosi-promosi oleh pelaku usaha Ketika berbelanja namun karena tidak pernah menghiraukan maka Ketika ada promosi jarang sekali menanyakan apakah ada hadiahnya karena malas berurusan dan tidak mau dibuat ribet. Menurutnya seharusnya pelaku usaha yang melakukan promosi harus memberikan promosi barang tersebut tanpa harus diminta oleh pembeli karena di rak pembelian sudah jelas tertera ada promosi atau tidak bahkan dikasir Ketika membayar barang terpanpang jelas ada promosi atau tidak barang yang dibeli.<sup>17</sup>

Ketika masyarakat atau konsumen merasa di rugikan terhadap promosi suatu barang tidak tahu harus mengadu kemana. Ketidaktahuan dan kurangnya informasi yang didapat sehingga banyak masyarakat terkesan melakukan pembiaran dikarenakan hal sepele atau malas berurusan dengan hal kecil padahal menurut Syamsul Bahri bahwa jika ada konsumen yang merasa dirugikan pelaku usaha dalam pembelian barang yang dipromosikan maka dapat mengadu atau datang ke Posko Informasi Seluruh Masyarakat di Bagian Umum (HUMAS) Kota Langsa.<sup>18</sup>

Hambatan yang dapat dilakukan terhadap produk promosi pemberian hadiah kepada konsumen adalah :

1. Konsumen tidak melapor ke bagian Humas Sekretaris Daerah Kota Langsa dalam hal ini yang berwenang adalah Disperindag, Koperasi dan UKM Kota Langsa. Banyak konsumen yang tidak melapor mau kemana ketika ada terjadi kecurangan oleh pelaku usaha sehingga masyarakat banyak yang tidak melakukan pelaporan terhadap kecurangan yang sering dilakukan oleh pelaku usaha.
2. Adanya kelalaian dari penjaga toko kepada konsumen, Kelalaian yang dilakukan oleh penjaga toko bisa sengaja dilakukan secara tidak sengaja maupun sebaliknya. Karena harus ada bukti yang kuat untuk membuktikan bahwa kelalain tersebut dilakukan karena disengaja atau tidak disengaja.

---

<sup>16</sup> Wawancara dengan Edi Pembeli di Alfamar Jl. A. Yani Gampong Teungoh Kota Langsa tanggal 13 Desember 2020 (diolah)

<sup>17</sup> Wawancara dengan Mulyasin pembeli di Alfamar Jl. A. Yani Gampong Teungoh Kota Langsa tanggal 18 Desember 2020 (diolah)

<sup>18</sup>Wawancara dengan Syamsul Bahri Plt. Kepala Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Langsa tanggal 16 Desember 2020 (diolah)

3. Adanya kecurangan dari pihak kasir kepada konsumen. Kecurangan dilakukan kasir bisa secara sengaja atau sebaliknya. Karena barang yang dipromosikan bukan satu jenis saja tapi beberapa jenis barang.<sup>19</sup>

Sedangkan upaya yang dapat dilakukan terhadap produk promosi pemberian hadiah kepada konsumen adalah :

1. Konsumen harus berani melaporkan kecurangan terhadap promosi hadiah yang tidak diberikan oleh pelaku usaha kepada Humas Sekretaris Daerah kota Langsa dalam hal ini yang berwenang adalah Disperindag, Koperasi dan UKM Kota Langsa agar dapat ditinjaulanjuti lebih jauh.<sup>20</sup>
2. Disperindag harus sering melakukan sosialisasi dan survey kelapangan untuk memantau kegiatan pelaku usaha dan apabila ditemukan adanya kecurangan bisa diberi teguran secara tertulis atau lisan, dilakukan pembinaan bahkan apabila kecurangan yang dilakukan terbilang berat dapat dilakukan pencabutan izin usaha terhadap pelaku usaha.<sup>21</sup>
3. Kepala Toko dapat memberikan teguran kepada penjaga toko atau kasir yang melakukan kecurangan dan apabila kecurangannya mengakibatkan kerugian maka dapat dilakukan pemberhentian kepada penjaga toko atau kasir sesuai prosedur yang perjanjian atau ketentuan.<sup>22</sup>

Dari uraian diatas disimpulkan bahwa hambatan yang dapat dilakukan terhadap produk promosi pemberian hadiah kepada konsumen dimana konsumen tidak melapor ke bagian Humas Sekretaris Daerah Kota Langsa dalam hal ini yang berwenang adalah Disperindag, Koperasi dan UKM Kota Langsa, Adanya kelalaian dari penjaga toko kepada konsumen, Adanya kecurangan dari pihak kasir kepada konsumen. Sedangkan solusinya konsumen harus berani melaporkan kecurangan promosi hadiah yang tidak diberikan oleh pelaku usaha kepada Humas Sekretaris Daerah kota Langsa dalam hal ini yang berwenang adalah Disperindag, Koperasi dan UKM Kota Langsa, Disperindag harus sering melakukan sosialisasi dan survey kelapangan untuk memantau kegiatan pelaku usaha dan apabila ditemukan adanya kecurangan bisa diberi teguran baik secara lisan maupun tertulis, dilakukan pembinaan bahkan pencabutan izin usaha, Kepala Toko memberikan teguran kepada penjaga toko atau kasir yang melakukan kecurangan dan apabila kecurangannya mengakibatkan kerugian maka dapat dilakukan pemberhentian

---

<sup>19</sup> Wawancara dengan Syamsul Bahri Plt. Kepala Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Langsa tanggal 16 Desember 2020 (diolah)

<sup>20</sup> Wawancara dengan Syamsul Bahri Plt. Kepala Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Langsa tanggal 16 Desember 2020 (diolah)

<sup>21</sup> Wawancara dengan Syamsul Bahri Plt. Kepala Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Langsa tanggal 16 Desember 2020 (diolah)

<sup>22</sup> Wawancara dengan T. Fitra Kepala Toko Alfamart Jl. A. Yani Gampong Teungoh Langsa Kota tanggal 14 Desember 2020 (diolah)

kepada penjaga toko atau kasir sesuai prosedur yang telah ditetapkan sesuai dengan perjanjian atau ketentuan.

#### **D. PENUTUP**

Pengaturan hukum terhadap konsumen atas produk promosi pemberian hadiah diatur di dalam Pasal 10 huruf d UU/8/1999 (UUPK), Berdasarkan ketentuan di atas, jika Pelaku usaha melakukan tawaran terhadap jasa maupun barang yang akan diperdagangkan dilarang keras memberikan promosi, menawarkan atau sejenisnya seperti mengiklankan serta membuat pernyataan yang salah terhadap potongan harga/hadiah menarik yang ditawarkan wajib untuk memenuhi janjinya tersebut sesuai dengan yang dijanjikannya.

Perlindungan hukum terhadap konsumen atas produk promosi pemberian hadiah agar pelaku usaha yang melanggar janjinya untuk memberikan promosi hadiah kepada konsumen baik itu berupa barang atau sejenisnya diberi pembinaan, teguran baik secara lisan maupun tertulis serta pemerintah dapat mencabut izin usaha pelaku usaha yang melakukan kecurangan di dalam melakukan usahanya kepada konsumen atau pembeli yang tertipu.

Hambatan dan upaya yang dapat dilakukan terhadap produk promosi pemberian hadiah kepada konsumen dimana Hambatannya konsumen tidak melapor ke bagian Humas Sekretaris Daerah Kota Langsa dalam hal ini yang berwenang adalah Disperindagkop dan UKM Kota Langsa, Adanya kelalaian dari penjaga toko kepada konsumen, Adanya kecurangan dari pihak kasir kepada konsumen. dan solusi Konsumen harus berani melaporkan kecurangan promosi hadiah yang tidak diberikan oleh pelaku usaha kepada Humas Sekretaris Daerah kota Langsa dalam hal ini yang berwenang adalah Dinas Perindustrian Perdagangan, Koperasi dan UKM Kota Langsa, Disperindag harus sering melakukan sosialisasi dan survey kelapangan untuk memantau kegiatan pelaku usaha dan apabila ditemukan adanya kecurangan bisa diberi teguran baik secara lisan maupun sebaliknya, dilakukan pembinaan bahkan pencabutan izin usaha, Kepala Toko memberikan teguran kepada penjaga toko atau kasir yang melakukan kecurangan dan apabila kecurangannya mengakibatkan kerugian maka dapat dilakukan pemberhentian kepada penjaga toko atau kasir sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan sesuai dengan perjanjian atau ketentuan.

## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Buku- Buku

Abdul Rasyid Saliman, et.al., *Hukum Bisnins Untuk Perusahaan Teori dan Contoh Kasus*, Kencana Renada Media Grup, Jakarta, 2008

Ali Murthoda dan Mustafa Kamal Rokan, *Metodologi Penelitian Hukum (Suatu Pemikiran dan Penerapan)*, Wal Ashri Publishing, Medan, 2012

Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Metodologi Hukum Normatif*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011

Yapiter Marpi, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Keabsahan Kontrak Elektronik Dalam Transaksi E-Commerce*, Zona Media Mandiri, Tasikmalaya, 2020

### 2. Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

### 3. Sumber Lain

Ade Riyatna Harahap, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Iklan Yang Menyesatkan*, Skripsi, Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2019

Liya Sukma Muliya , *Promosi Pelaku Usaha Yang Merugikan Konsumen*, *Syar Hukum Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 14, No. 2 , 2012

Stephanie Anthonia, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penyalagunaan Promo Berhadiah Yang Dilakukan Oleh Pelaku Usaha*, *Gloria Yuris Jurnal Hukum Mahasiswa S1 Prodi Ilmu Hukum UNTAN*, Vol 3, No. 4, 2015

Siti Amanah, *Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan*, *Jurnal Lentera*

Yusnaidi, *Analisis Penggunaan Unsur Sensualitas Sebagai Bentuk Pelanggaran Etika Periklanan Studi Kasus Pada Iklan Televisi Pompa Air Shimizu*, *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, Volume 2, Nomor 1, 2018