

**TANGGUNGJAWAB PELAKU USAHA TERAHDAP KERUGIAN  
KONSUMEN AKIBAT PENJUALAN PRODUK OBRAL**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum  
Program Studi Hukum Program Sarjana**

**OLEH :**

**HADI PUTRA**

**NIM : 50 2017 149**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**FAKULTAS HUKUM**

**2021**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**  
**FAKULTAS HUKUM**

**PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : TANGGUNGJAWAB PELAKU USAHA TERHADAP  
KERUGIAN KONSUMEN AKIBAT PENJUALAN  
PRODUK OBRAL**



**NAMA : Hadi Putra**  
**NIM : 50 2017 149**  
**PROGRAM STUDI : Hukum Program Sarjana**  
**PROGRAM KEKHUSUSAN : Hukum Perdata**

**Pembimbing,**

- 1. Nur Husni Emilson, SH., Sp.N., MH**
- 2. Mona Wulandari, SH., MH**

( / )  
( *EH* )  
**Palembang, 10 Maret 2021**

**PERSETUJUAN OLEH TIM PENGUJI:**

**Ketua : Nur Husni Emilson, SH., Sp.N., MH**

**Anggota : 1. M. Soleh Idrus, SH., MS**

**2. Heni Marlina, SH., MH**

**DISAHKAN OLEH**  
**DEKAN FAKULTAS HUKUM**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

( / )  
( *M. Soleh* )  
( *Heny* )  
**Nur Husni Emilson, SH., Sp.N., MH**  
**NBM/NIDN : 858994/0217086201**

## **SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : HADI PUTRA  
NIM : 502017149  
Program Studi : Hukum Program Sarjana  
Program Kekhususan : Hukum Perdata

Menyatakan bahwa karya ilmiah / skripsi saya yang berjudul :

### **TANGGUNGJAWAB PELAKU USAHA TERHADAP KERUGIAN KONSUMEN AKIBAT PENJUALAN PRODUK OBRAL**

Adalah bukan merupakan karya tulis orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah kami sebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila

Pernyataan ini tidak benar, kami bersedia mendapatkan sanksi akademis.

Palembang, Februari 2021

menyatakan,  
  
Hadi Putra

**MOTTO :**

*“barangsiapa tidak memutuskan perkara menurut apa yang diturunkan oleh Allah, maka mereka itu adalah orang-orang yang dzalim”*

*(Qs. Al-Maaidah: 45)*

***Ku persembahkan untuk :***

- > Ayahanda dan ibunda yang tercinta***
- > Saudara-saudaraku yang tersayang***
- > Sahabat-sahabatku***
- > Alamamater yang kubanggakan***

**ABSTRAK**

**TANGGUNGJAWAB PELAKU USAHA TERHADAP  
KERUGIAN KONSUMEN AKIBAT PENJUALAN PRODUK  
OBRAL**

Oleh

HADI PUTRA

Adanya produk yang dijual secara obral, disatu sisi memang menguntungkan kedua belah pihak, yaitu pihak pelaku usaha dan konsumen. Akan tetapi, dengan melaktnya syarat tersembunyi dalam penjualan produk yangt dijual secara obral tersebut, jelas sangat merugikan konsumen.

Untuk mengetahui dan menjelaskan tanggungjawab pelaku usaha terhadap kerugian kosumen akibat penjualan produk obral, dan juga untuk mengetahui dan memahami perlindungan hokum bagi konsumen atas penjualan produk obral tanpa informasi yang jelas.

Berdasarkan hasil penelitian dipahami tanggungjawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen akibat penjualan produk obral adalah: bahwa pelaku usaha bertanggungjawab atas kerugian konsumen. Hal ini dikarenakan pelaku usaha adalah pihak yang membuat dan/atau menyetujui pembuatan iklan penjualan produk secara obral dengan informasi yang tidak jelas tersebut, dan adanya iklan tersebut menimbulkan kerugian yang harus diderita oleh konsumen. Dengan demikian tampak jelas adanya hubungan kausalitas antara kerugian yang diderita konsumen dan pelaku usaha yang melanggar hukum dalam iklan penjualan produk obral dengan informasi yang tidak jelas.

Perlindungan hukum bagi konsumen atas penjualan produk obral tanpa informasi yang jelas adalah: bahwa konsumen dilindungi berdasarkan Pasal 19 sampai dengan Pasal 28 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dimana pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan uang, penggantian produk yang sejenis, perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan.

**Kata Kunci : Tanggungjawab pelaku usaha terhadap produk obral.**

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Segala puji dan syukur senantiasa dipanjatkan kehadirat Allah SWT dan serta salam yang tak henti-hentinya kepada Rasull Allah Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul :

### **“TANGGUNGJAWAB PELAKU USAHA TERHADAP KERUGIAN KONSUMEN AKIBAT PENJUALAN PRODUK OBRAL”**

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk dapat mencapai Gelar Sarjana pada Fakultas Hukum, Jurusan Hukum Pidana Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, kekeliruan dan kekhilafan selama ini karena penulis adalah sebagai manusia biasa yang tak luput dari kesalahan dan banyak kekurangan, akan tetapi berkat adanya bantuan dan bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak, akhirnya kesukaran dan kesulitan tersebut dapat dilampaui, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada :

1. Yth. Bapak Abid Djazuli, SE., MM. Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang beserta jajarannya.
2. Yth. Bapak Nur Husni Emilson, SH., SpN, MH. Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Yth. Bapak/Ibu Wakil Dekan I, II, III, IV. Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang.

4. Yth. Bapak Yudistira Rusydi, SH., M.Hum. Selaku Ketua Prodi Hukum Program Sarjana Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Yth. Bapak/Ibu Dosen beserta Staf Karyawan dan Karyawati Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Yth. Bapak Nur Husni Emilson, SH., Sp.N., MH. Selaku Pembimbing I dalam penulisan skripsi ini.
7. Yth. Ibu Mona Wulandari, SH., MH. Selaku Pembimbing II dalam penulisan skripsi ini,
8. Yth. Bapak Dr. Arief Wisnu Wardhana, SH., M.Hum. Selaku Pembimbing Akademik.
9. Yth. Ayahanda dan Ibunda, Kakanda dan Adinda, serta seluruh keluarga yang telah banyak memotivasi penulis untuk meraih gelar keserjanaan ini.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya, Akhir kata segala kritik dan saran dari pembaca, penulis terima dengan senang hati dan untuk itu penulis ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Palembang, Februari 2021

Penulis

Hadi Putra

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN DAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Ruang Lingkup Dan Tujuan Penelitian.....	6
D. Kerangka Konseptual .....	7
E. Metode Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II TIJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Pengertian Konsumen.....	11
B. Fungsi Iklan Dan Akibat Hukum .....	14
C. Pengaturan Hukum Tentang Iklan.....	19
D. Iklan Yang Menyesatkan Melanggar Hak Konsumen .....	24



### **BAB III PEMBAHASAN**

A. Tanggungjawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Akibat Penjualan Produk Obral.....	33
B. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Penjualan Produk Obral Tanpa Informasi Yang Jelas.....	35

### **BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	44
B. Saran.....	45

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## **BAB. I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Setiap manusia pasti menginginkan untuk memenuhi semua kebutuhan hidupnya. Seakan tidak ada habisnya, selalu ada saja kebutuhan yang ingin dipenuhi. Beragam cara dilakukan untuk dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan tersebut. Namun sering dengan naiknya harga-harga kebutuhan pangan dan beberapa kebutuhan pokok lain, maka kita harus mensiasati keadaan seperti sekarang, yang serba sulit ini, secara cerdas dan cermat. Artinya bahwa, kita harus cerdas dalam menentukan pilihan produk yang akan kita beli dan cermat dalam menetapkan waktu yang tepat untuk membeli produk tersebut.

Berpikir ulang dengan mempertimbangkan skala prioritas, juga dapat menjadi sebuah pilihan. Artinya bahwa, kita harus menunda keinginan untuk memenuhi sebuah kebutuhan demi terpenuhi kebutuhan lain yang lebih penting, misalnya kebutuhan pokok. Dengan menunda pemenuhan kebutuhan selain kebutuhan pokok tersebut, maka dapat diharapkan terjadi penurunan harga pada masa yang akan datang.

Pada umumnya, penurunan harga dapat berupa potongan harga atau yang lebih dikenal dengan diskon, atau juga dapat dikatakan sebagai penjualan produk secara obral. Hal ini dilakukan oleh para penjual, untuk selanjutnya

disebut pelaku usaha, sebagai bagian dari strategi untuk meningkatkan omzet penjualan dan/atau mengurangi penumpukan produk di gudang penyimpanan.

Penjualan dapat diartikan sebagai suatu bentuk penawaran disertai penyerahan hak milik kepada pihak lain. Defenisi produk adalah segala bentuk barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh suatu proses tertentu. Sedangkan obral, mengandung makna yaitu menjual

barang secara besar-besaran dengan harga murah (dengan maksud menghabiskan barang, mengosongkan gudang, dan sebagainya).<sup>1</sup>

Penjualan produk secara obral menguntungkan pihak pelaku usaha dan pihak pembeli atau konsumen. Dari segi pihak pelaku usaha, dengan adanya penjualan produk secara obral, maka konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut, sehingga terjadi peningkatan omzet penjualan, yang juga berarti adanya peningkatan laba. Sedangkan dari segi pihak konsumen, dengan adanya penjualan secara obral, maka konsumen dapat membeli produk tersebut dengan harga yang relative lebih murah dari pada seblum ada pemotongan harga.

Hasil dari penjualan secara obral ini dianggap cukup mumpuni untuk menarik konsumen agar membeli produk-produk yang ditawarkan oleh pihak pelaku usaha. Hal ini terbukti dengan adanya penjualan produk secara obral yang masih dilakukan oleh pihak pelaku usaha, terutama pada momen-momen khusus, seperti Hari Raya Idul Fitri, Natal dan Tahun Baru, serta momen pertengahan tahun, dimana pada waktu itu adalah awal dimulainya tahun ajaran baru, dan juga momen-momen lainnya. Biasanya, pada momen-momen seperti itu, konsumen seperti diharuskan untuk berbelanja produk, baik untuk dinikmati sendiri atau untuk diberikan kepada orang lain.

Banyaknya pusat-pusat perdagangan yang didirikan beberapa tahun terkahir, membuat persaingan usaha semakin ketat, apalagi dengan adanya penurunan daya beli konsumen. Sehingga para pelaku usaha melakukan banyak

---

<sup>1</sup>Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Kedua, Balai Pustaka, Jakarta, 1994, hlm. 699

penjualan produknya penjualan produk secara obral. Tidak saja dilakukan pada momen-momen khusus saja, tapi juga pada priode-priode tertentu, seperti sebulan sekali atau seminggu sekali atau priode tertentu lain.

Persaingan yang sangat ketat ini membuat beberapa pelaku usaha menghalalkan segala cara, yang pada akhirnya membuat iklim persaingan yang tidak sehat. “Persaingan tidak sehat dapat mendorong terjadinya berbagai distorsi dalam perekonomian yang dapat mengganggu perkembangan perekonomian dan pemenuhan berbagai kebutuhan masyarakat”<sup>2</sup>. Penjualan produk secara obral, tidak lagi hanya sekedar mengurangi prosentase keuntungan dari harga jual produk, tapi sudah sampai pada tahap dijual impas atau bahkan ada dijual dengan sedikit rugi. Artinya pihak pelaku usaha tidak mendapatkan keuntungan sama sekali atau bahkan malah merugi. Hal ini menimbulkan anggapan bahwa pihak pelaku usaha tersebut menawarkan produk dengan harga yang lebih murah dari pada pihak pelaku usaha lain sehingga menarik minat konsumen untuk membeli produk itu. Akan tetapi, pada kenyataannya, ada syarat-syarat tersembunyi yang diberlakukan oleh pihak pelaku usaha tersebut. beberapa contoh syarat tersembunyi antara lain, produk yang dijual secara obral hanya tersedia beberapa unit atau adanya keharusan untuk membeli produk lain yang tidak dijual secara obral terlebih dahulu. Dari syarat tersembunyi inilah, pihak pelaku usaha mengambil keuntungan hasil penjualan. Misalkan saja, produk yang dijual secara obral itu telah habis persediannya, maka konsumen yang terlanjur datang ketempat penawaran

---

<sup>2</sup>Yoserwan, *Hukum Ekonomi Indonesia Dalam Era Reformasi Dan Globalisasi*, Andalas University Press, Padang, 2006, hlm. 8

produk tersebut, dengan terpaksa membeli produk lain yang tidak dijual secara obral, dari pada pulang dengan tangan kosong. Hal seperti ini disebut dengan istilah *loss leader*. *Loss leader* adalah teknik memancing perhatian konsumen, dengan produk yang dijual sangat murah, atau produk yang sengaja dijual rugi dengan jumlah unitnya yang terbatas.<sup>3</sup> Dengan kata lain, *loss leader* ini sengaja mengorbankan sebuah produk demi meningkatkan laba melalui hasil penjualan produk lain yang tidak dijual secara obral.

Adanya syarat tersembunyi dalam penjualan produk secara obral tersebut melanggar ketentuan dalam Pasal 11 Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, selengkapnya berbunyi:

Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/menyesatkan konsumen dengan:

- a. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu
- b. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi
- c. tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang-barang lain
- d. tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain
- e. tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual yang lain
- f. menaikkan harga atau tariff barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.<sup>4</sup>

Larangan Pasal 11 di atas, masih menyangkut persoalan representasi, yang tidak benar dilakukan oleh pelaku usaha, sebagaimana juga terjadi dengan ketentuan pasal-pasal sebelumnya. Oleh karena itu, Pasal 11 ini menyangkut larangan yang selain ditujukan pada “perilaku” pelaku usaha, juga merupakan

---

<sup>3</sup>Kafi Kurniawan, *Loss Leader*, [www.gantra.com](http://www.gantra.com), diakses tanggal 12 September 2020

<sup>4</sup>Ahmadi Miru & Sutarmam Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007, hlm. 93

larangan yang ditujukan pada “cara-cara penjualan” yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Nurmadjito mengatakan, berbagai macam cara penjualan dilakukan untuk mencapai target penjualan atau mengutamakan meraih pangsa pasar serta keuntungannya, dilakukan pelaku usaha dengan mengupayakan barang dan/atau jasa (produk) yang ditampilkan menarik dengan harga yang terjangkau. Cara tersebut antara lain dilakukan melalui obral, undian, pemberian hadiah, atau sejenisnya dengan maksud ingin memperoleh perhatian atas produk atau usaha yang dilakukan. Namun adakalanya terjadi eksekusi seperti penjualan obral dilakukan pada saat barangnya berada dalam posisi *over stock* atau mode produk tersebut sudah tidak mutakhir, yang lebih banyak dikenal dengan istilah “cuci gudang” (*garage sale*).<sup>5</sup>

Adanya produk yang dijual secara obral, di satu sisi memang menguntungkan kedua belah pihak, yaitu pihak pelaku usaha dan pihak konsumen. Akan tetapi, dengan melekatnya syarat tersembunyi dalam penjualan produk yang dijual secara obral tersebut, jelas sangat merugikan konsumen. Bahkan sebenarnya, dengan hanya datang ke tempat penawaran produk itu, konsumen sudah mengalami kerugian dalam hal waktu, tenaga, pikiran dan biaya transportasi.

Bertitik tolak dari uraian di atas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam lagi dan hasilnya akan dituangkan kedalam tulisan yang berbentuk skripsi dengan judul: “TANGGUNGJAWAB PELAKU USAHA TERHADAP KERUGIAN KONSUMEN AKIBAT PENJUALAN PRODUK OBRAL”

## **B. Permasalahan**

Yang menjadi permasalahan adalah sebagai berikut:

---

<sup>5</sup>Nurmadjito, *Kesiapan Perangkat Peraturan Perundang-undangan Tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia*, dalam Husni Syawali Dan Neni Sri Imaniyati, Penyunting, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, 2000, hlm. 19

1. Bagaimanakah tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen akibat penjualan produk obral ?
2. Bagaimanakah perlindungan hukum bagi konsumen atas penjualan produk obral tanpa informasi yang jelas ?

### **C. Ruang Lingkup dan Tujuan**

Ruang lingkup penelitian terutama dititik beratkan pada penelusuran terhadap tanggungjawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen akibat penjualan produk obral, tanpa menutup kemungkinan menyinggung pula hal-hal lain yang ada kaitannya.

Tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen akibat penjualan produk obral.
2. Untuk mengetahui dan memahami perlindungan hukum bagi konsumen atas penjualan produk obral tanpa informasi yang jelas

Hasil penelitian ini dipergunakan untuk melengkapi pengetahuan teoritis selama studi di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang dan diharapkan bermanfaat sebagai tambahan informasi bagi ilmu pengetahuan, khususnya hukum perdata, sekaligus merupakan sumbangan pemikiran yang dipersembahkan kepada almamater.

### **D. Kerangka Konseptual**



Kerangka konseptual merupakan pengertian dasar dalam suatu penulisan yang memuat istilah-istilah, batasan-batasan serta pembahasan yang akan dijabarkan dalam penulisan karya ilmiah. Agar tidak terjadi kesimpangsiuran penafsiran serta untuk mempermudah pengertian, maka dalam uraian di bawah ini akan dikemukakan penjelasan dan batasan-batasan istilah yang berkaitan dengan judul skripsi ini sebagai berikut:

1. Tanggung jawab adalah: Suatu keharusan bagi seseorang untuk melaksanakan dengan selayaknya apa yang telah diwajibkan kepadanya.<sup>6</sup>
2. Konsumen adalah: Setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. (Pasal 1 angka 2 UUPK)
3. Obral adalah: menjual barang secara besar-besaran dengan harga murah (dengan maksud menghabiskan barang, mengosongkan gudang, dan sebagainya.<sup>7</sup>
4. Pelaku Usaha adalah: Setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. (Pasal 1 butir 3 Undang-undang Perlindungan Konsumen).

#### **D. Metode Penelitian**

---

<sup>6</sup>Andi Hamzah, *Kamus Hukum*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1986, hlm. 570

<sup>7</sup><http://kbbi.web.id/obral>, diakses pada tanggal 12 September 2020

Selaras dengan tujuan yang bermaksud menelusuri prinsip-prinsip hukum, terutama yang bersangkutan paut dengan tanggungjawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen akibat penjualan produk obral, maka jenis penelitiannya adalah penelitian hukum *normatif* yang bersifat *deskriptif* (menggambarkan) dan tidak bermaksud untuk menguji hipotesa.

#### 1. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data sekunder dititik beratkan pada penelitian kepustakaan (*library research*) dengan cara mengkaji:

- a. Bahan hukum primer, yaitu bahan hukum yang bersifat mengikat seperti undang-undang, peraturan pemerintah, dan semua ketentuan peraturan yang berlaku
- b. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan hukum seperti hipotesa, pendapat para ahli maupun peneliti terdahulu, yang sejalan dengan permasalahan dalam skripsi ini
- c. Bahan hukum tersier, yaitu bahan hukum yang menjelaskan bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder seperti kamus bahasa, ensiklopedia dan lainnya.

#### 2. Teknik pengolahan data

Setelah data terkumpul, maka data tersebut diolah guna mendapatkan data yang terbaik. Dalam pengolahan data tersebut, penulis melakukan kegiatan *editing*, yaitu data yang diperoleh diperiksa dan diteliti lagi mengenai kelengkapan, kejelasan dan kebenarannya, sehingga terhindar dari kekeliruan dan kesalahan.

### 3. Analisa data

Analisa data dilakukan secara *kualitatif* yang dipergunakan untuk mengkaji aspek-aspek *normatif* atau *yuridis* melalui metode yang bersifat *deskriptif analitis* yang menguraikan gambaran dari data yang diperoleh dan menghubungkan satu sama lain untuk mendapatkan suatu kesimpulan yang bersifat umum.<sup>8</sup>

#### **E. Sistematika Penulisan**

Sesuai dengan buku pedoman penyusunan skripsi Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang, penulisan skripsi ini secara keseluruhan tersusun dalam 4 (empat) bab dengan sistematika sebagai berikut:

- Bab. I. Pendahuluan, berisi mengenai latar belakang, permasalahan, ruang lingkup dan tujuan, definisi konseptual, metode penelitian, dan sistematika penulisan
- Bab. II. Tinjauan pustaka, memaparkan tinjauan pustaka yang menyajikan mengenai fungsi iklan dan akibat hukum, pengaturan hukum tentang iklan, iklan yang menyesatkan melanggar hak konsumen, tanggung gugat pelaku usaha dalam undang-undang perlindungan konsumen, kerugian konsumen atas iklan penjualan produk obral tanpa informasi
- Bab. III. Pembahasan, yang berisikan paparan tentang hasil penelitian secara khusus menguraikan dan menganalisa permasalahan yang diteliti mengenai tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen akibat penjualan produk obral tanpa informasi yang jelas, dan juga mengenai perlindungan hukum bagi konsumen atas penjualan produk obral tanpa informasi yang jelas.
- Bab. IV. Penutup, pada bagian penutup ini merupakan akhir pembahasan skripsi ini yang diformat dalam kesimpulan dan saran-saran.

---

<sup>8</sup>Bambang Sunggono, *Metode Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1997, hlm. 129

## DAFTAR PUSTAKA

### B. Buku :

- Abdul Wahid dan Mohammad Labib. 2005. *Kejahatan Mayantara (Cyber Crime)*. Bandung: Refika Aditam
- Abdulkadir Muhammad. 2004. *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Adami Chazawi. 2005. *Pembelajaran hukum pidana bagian I*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persanda
- Adami Chazawi dan Ardi Ferdian. 2011. *Tindak Pidana Informasi dan Transaksi Elektronik*. Malang: Bayu Media Publishing
- Andi Hamzah. 1994. *Asas-asas hukum pidana*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bambang Sunggono. 2011. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Raja Grafindo
- C.S.T. Kansil dan Crhristine S.T Kansil. 2004. *Pokok-pokok hukum pidana*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Dony Ariyus. 2005. *kamus Hacker*. Yogyakarta: Andi Offset
- Hanafi Amrani, Mahrus Ali. 2015. *Sistem pertanggungjawaban pidana cetakan pertama*. Jakarta: Rajawali Pers
- Ismu Gunandi dan Joenaidi. 2014. *Cepat dan mudah memahami hukum pidana*. Jakarta: Kencana
- Lamintang. 2014. *Dasar-dasar hukum pidana Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika
- Moeljatno. 2006. *Kitab Undang-undang Hukum Pidana*. Jakarta: Bumi Aksara
- Reda Manthovani. 2006. *Problematika dan Solusi Penanganan Kejahatan Cyber Di Indonesia*
- Ridwan H.R. 2006. *Hukum Administrasi Negara*. Jakarta: Raja Grafindo Persada,
- Sigit Suseno. 2012. *Yuridiksi tindak pidana siber*. Bandung: Refika Aditama
- Soerjono Soekanto & Sri Mamudji. 2001. *Penelitian Hukum Normatif (Suatu tinjauan Singkat)*. Jakarta: Rajawali Pers
- Suratman dan H. Philips Dillah. 2014. *Metode penelitian Hukum*. Bandung: Alfabeta
- Tien S. Hulukati. 2013. *Delik-delik khusus didalam Kitab Undang-undang Hukum Pidana*. Bandung
- Widodo. 2013. *Karakteristik, Motivasi dan Strategis penanganan dan perspektif kriminologi*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.

### C. Undang-undang :

- Kitab Undang-undang Hukum Pidana  
Undang-undang Nomor 19 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

### D. Internet

<https://farahdilablog.wordpress.com/cybercrime/hacking-dan-cracker/contoh-kasus-hacking-dan-cracker/.com>

diakses pada tanggal 26 september 2020

<http://id.wikipedia.org/wiki/Backdoor.com> diakses pada tanggal 30 oktober 2020

<http://litigasi.co.id/hukum-pidana/67/melawan-hukum-menurut-hukum-pidana.com>

diakses pada tanggal 29 oktober 2020

<http://www.boyyendratamin.com/2015/03/tindak-pidana-pemerasan-blackmail.html>.

Diakses pada 30 oktober 2020.

<https://www.google.com/scarch?q=makalah+crcaking&ic=utf-8&oc=utf=8&client=ferefox=b.com>

(diakses pada tanggal 28 november 2020 pukul 15:03)

<https://www.gresnews.com/berita/tips/81864-pengertian-kesalahan-menurut-hukum-pidana/.com>

diakses pada tanggal 29 oktober 2020

<http://www.hukum96.com/2020/03/jenis-dan-unsur-unsur-tindak-pidana.html?m=1>,

diakses pada tanggal 24 september 2020

<https://www.kompasiana.com/dimasalifpradifta8095/5e151b55097f3632b05f4ed3/cracking-atau-pembobolan-lisensi-aplikasi-berbayar?page=all#.com>

diakses pada tanggal 30 oktober 2020