

PERANAN YAYASAN LEMBAGA KONSUMEN MALANG DALAM MEMBANTU MASYARAKAT YANG DIRUGIKAN OLEH IKLAN PRODUK BARANG ATAU JASA YANG MENYESATKAN (Studi di Yayasan Lembaga Konsumen Malang)

 Oleh: AJI WIBOWO (05400200)

Law

Dibuat: 2010-06-12 , dengan 6 file(s).

Keywords: Kata Kunci : Peran, Iklan, Menyesatkan

ABSTRAKSI

Subjek dalam penelitian ini adalah Yayasan Lembaga Konsumen Malang atau disingkat YLK Malang, sedangkan objek kajiannya berupa peranan dan hambatan/kendala YLK Malang dalam membantu masyarakat yang dirugikan oleh Iklan produk barang atau jasa yang menyesatkan. Iklan yang menyesatkan merupakan modus dalam persaingan usaha yang mengarah pada iklan yang sifatnya tidak jujur dan bersifat mengelabui dan membohongi Konsumen. Kehadiran YLK Malang sangat membantu dalam memberikan perlindungan konsumen terhadap adanya iklan yang menyesatkan tersebut.

Berdasarkan hal tersebut maka dirumuskan permasalahan yaitu : bagaimana, hambatan atau kendala yang dihadapi YLK Malang dalam membantu masyarakat yang dirugikan oleh produk barang atau jasa yang menyesatkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis peranan, hambatan atau kendala yang dihadapi YLK Malang dalam membantu masyarakat yang dirugikan oleh produk barang atau jasa yang menyesatkan.

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah dengan pendekatan yuridis sosiologis, sedangkan sumber data yang penulis gunakan berupa data primer dan data sekunder yang kemudian penulis analisis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu suatu cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif analisis. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan : bahwa peranan YLK Malang dalam membantu masyarakat yang dirugikan oleh produk barang atau jasa yang menyesatkan sesuai dengan tugas dan peranannya sebagai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) antara lain adalah : menerima dan mencatat pengaduan serta memberikan konsultasi atau nasehat, melakukan pembelaan/advokasi, hubungan kerjasama dengan instansi terkait yaitu Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), dan melakukan hubungan kerjasama dengan Pemerintah Daerah Kota Malang. Sedangkan hambatan atau kendala yang dihadapi YLK Malang terdiri dari hambatan/kendala internal dan eksternal. Hambatan/kendala internal YLK Malang meliputi kurangnya kasilitas yang mendukung seperti halnya teknologi informasi, kendaraan, dan lain-lain sehingga menghambat kinerja dan proses kegiatan yang menghambat proses sosialisasi dan advokasi kepada konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha. Oleh karenanya perlu didukung dengan supli dana dan sumber daya manusianya yang memiliki ahli dibidangnya. Sedangkan hambatan/kendala eksternal

diantaranya meliputi : dalam hal tindak lanjut penyelesaian kasusnya, konsumen cenderung untuk pasif dan takut karena mereka beranggapan bahwa posisinya sebagai Konsumen lemah dibandingkan dengan Pelaku Usaha, kurang pahami Konsumen akan hak-haknya, serta banyaknya iklan dari suatu produk yang tidak sesuai dengan kualitas barang dan/atau jasa yang diiklankan.

ABSTRACT

Subjects in this study is the Consumers Foundation or abbreviated YLK Malang, while the object of study of the role and the barriers / obstacles YLK Malang in helping communities affected by Adverticement the product or service that is misleading. False advertising is the mode of competition that lead to its ad is dishonest and to fool and deceive consumers. The presence of Malang YLK very helpful in providing consumer protection against misleading advertising of it.

Based on these two problems are formulated: how, barriers or obstacles faced YLK Malang in helping communities affected by the product or service that is misleading. The purpose of this research is to determine and analyze the role, barriers or obstacles faced YLK Malang in helping communities affected by the product or service that is misleading.

The method used in this study are juridical sociological approach, whereas the data sources I use in the form of primary data and secondary data analysis and the author using a qualitative descriptive method, which is a way of generating research descriptive data analysis.

Based on the results of research and discussion, it can be concluded: that YLK Malang role in helping communities affected by the product or service that is misleading in accordance with the duties and role as a Consumer Protection Agency-Governmental Organization (LPKSM) include: receive and record complaints and provide consultation or advice, doing advocacy, partnerships with relevant agencies of the National Consumer Protection Board (BPKN) and the Consumer Dispute Settlement Body (BPSK), and make partnerships with the Regional Government of Malang. Sedagkan barriers or obstacles faced Malang YLK consists of barriers / constraints of internal and external. Barriers / internal constraints include lack of Malang YLK supporting kasilitas as information technology, vehicles, etc. that impede performance and process activities that hinder the process of socialization and advocacy to consumers harmed by business actors. Therefore needs to be supported by suppli funds and human resources that have expert field. While barriers / external constraints include among others: in the case of follow-up resolution of the case, consumers tend to be passive and afraid because they think that a weak position as compared to the Consumer Business Executors, less will pahami Consumer rights, and the number of advertisements of a product that does not in accordance with the quality of goods and / or services advertised.