

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pembangunan dan perkembangan perekonomian khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Di samping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/atau jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.¹

Iklan menjadi faktor yang sangat penting untuk kemajuan suatu produk atau jasa yang akan dijual ke masyarakat. Iklan diidentikan dengan pengenalan atau promosi yang akan dijual ke masyarakat. Pasal 1 ayat 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam ketentuan umum disebutkan “Promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan”.²

Iklan yang merupakan sarana informasi bagi pelaku usaha dalam memasarkan produk yang dimiliki telah memberikan dampak negatif terhadap konsumen. Pelaku usaha dengan sengaja menciptakan iklan dengan beragam cara untuk menarik minat konsumen dalam membeli dan menggunakan produk yang

¹ Zulkamain, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Barang-Barang Elektronik*, Tesis pada program Magister Ilmu Hukum Universitas Diponegoro, Semarang, 2008.

² **Pasal 1 ayat (6) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.**

ditawarkan. Faktanya didalam iklan banyak sekali pelaku usaha yang dengan sengaja mengecoh atau membohongi konsumen, sehingga para konsumen sering kali dirugikan oleh para pelaku usaha yang tidak jujur melalui iklan yang menyesatkan tersebut. Iklan harus mematuhi tata cara periklanan Indonesia, harus memuat asas-asas umum periklanan yaitu:³

- a. Iklan harus jujur, bertanggung jawab dan tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku
- b. Iklan tidak boleh menyinggung perasaan dan merendahkan martabat Negara, agama, adat budaya, hukum, dan golongan.
- c. Iklan harus dijiwai oleh asas persaingan yang sehat.

Salah satu iklan yang lagi maraknya sekarang di Indonesia adalah iklan *Binary option*. *Binary option* ini merupakan salah satu instrument yang sudah ditetapkan sebagai judi yang berkedok trading online dimana para konsumen harus memprediksi atau menebak harga sebuah asset akan naik atau turun pada jangka waktu tertentu, dan jika para konsumen ini menang akan mendapatkan keuntungan 80% dan jika kalah mereka akan kehilangan semua uang mereka yang telah dipertaruhkan dalam jangka waktu tertentu tersebut.

Iklan *Binary Option* telah banyak di *endorse* oleh artis dan orang-orang ternama ditanah air, seperti pilot Kapten Vincent Raditya yang dimana dia pernah mengiklankan aplikasi *Binary option* yang bernama *Ox Trade* dan bahkan menjadi *afilior* dari *binary option* yang dimana para *afilior* ini akan mendapatkan

³ Taufik H. Simatupang, *Aspek Hukum Periklanan Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004, hlm. 31.

keuntungan 70% dari loss atau kekalahan para pemain yang mendaftar dengan link yang dia berikan.⁴

Sehingga pada awal tahun 2022 banyak sekali korban dari *binary option* yang melaporkan ke Bareskrim Polri, salah satu korban yang melapor adalah Maru Nazara yang melaporkan Indra Kusuma atau yang sering dikenal dengan Indra Kenz terkait kerugian yang dia alami, yang bermula dari korban yang sering melihat iklan *binary option* yang di iklankan oleh Indra Kenz tersebut, bahkan di dalam iklan Indra sering kali memamerkan harta kekayaannya seolah-olah hartanya tersebut dia dapatkan dari hail trading di *binary option* untuk memancing para korban untuk bermain *binary option*.⁵

Pengamat dan praktisi investasi Desmond Wira, yang mengatakan berkembangnya *binary option* tidak terlepas dari iklan *binary option* yang banyak sekali di sosial media dan kemudahan yang ditawarkan karna para korban hanya perlu menebak, jadi lebih mirip judi ganjil genap atau besar kecil.⁶ Aturan terkait periklanan ini sudah diatur dalam Etika Pariwara Indonesia dan hukum positif Indonesia dalam berbagai ketentuan, diantaranya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (UUP).

⁴ Agung Prastya, *Panik! Dikontenkan Sebagai Afiliator Binary Option, Kapten Vincent Berniat Laporkan Seorang Youtuber*, <https://jurnalsoreang.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-1014026997/panik-dikontenkan-sebagai-afiliator-binary-option-kapten-vincent-berniat-laporkan-seorang-youtuber>, diakses pada 31 Mei 2022.

⁵ Indriane, Sosok Maru Nazara, *Konten Kreator Yang Laporkan Indra Kenz Ke Polisi*, <https://hits.zigi.id/sosok-maru-nazara-konten-creator-yang-laporkan-indra-kenz-ke-polisi-7450>, diakses pada 31 Mei 2022.

⁶ Hikma Dirgantara, *Mengenal Binary Option, Trading Ilegal Yang Merugikan Penggunaanya*, <https://amp.kontan.co.id/news/mengenal-binary-option-trading-ilegal-yang-merugikan-penggunaanya>, diakses pada 31 Mei 2022.

Iklan yang baik haruslah memuat mengenai informasi yang benar, jujur, apa adanya atau sesuai dengan kenyataan sebab mendapatkan informasi yang benar dan jujur adalah hak konsumen yang wajib dipertahankan oleh para pihak pelaku usaha dimanapun.⁷ Akan tetapi iklan *binary option* yang beredar di sosial media saat ini malah menjebak masyarakat dan membuat masyarakat tergiur akan kekayaan palsu yang dipamerkan di iklan *binary option* tersebut.

Iklan *binary option* jelas telah melanggar ketentuan hukum positif, seperti pada pasal 9 Undang-Undang Nomor 8 tentang Perlindungan Kosumen dikatakan bahwa pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan suatu jasa secara tidak benar, seolah olah menjanjikan yang belum pasti. Bahkan dalam pengakuan seorang artis yang pernah menerima tawaran mengiklankan salah satu platform *binary option* yaitu Binomo, ia mengatahan bahwa semua kata-kata bahkan video seolah olah dia sedang bermain *binary option* dan menang itu semua sudah diatur dari pihak perusahaan tersebut untuk sengaja menipu masyarakat awam dari iklan *binary option* tersebut.⁸

Ketentuan mengenai tata cara periklan ini telah diatur, akan tetapi pada kenyataannya masih banyak terdapat pelanggaran yang dilakukan pelaku usaha yang sangat merugikan konsumen.⁹ Karna lemahnya posisi konsumen ini perlu diberikan perlindungan dan edukasi ke masyarakat sebelum membeli atau menggunakan sebuah produk yang ditawarkan melalui iklan, karna tidak sedikit

⁷ Janus sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia* (Bandung: Citra Aditya Bakri, 2006), hlm. 245.

⁸ Samuel Christ, *Bongkar Sisi Gelap Binomo Yang Kamu Tidak Tau! Binomo Penipuan*, <https://youtu.be/ZIDzxrLMbjM>, diakses pada 1 Juni 2022.

⁹ Neni Sri Irmayanti Husni Ayawali, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Mandar Maju, 2000, hlm. 7.

para pelaku usaha membuat iklan dengan tidak jujur. Berdasarkan dari permasalahan diatas penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul: “PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP IKLAN *BINARY OPTION* YANG MENYESATKAN DI SOSIAL MEDIA”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen akibat iklan *binary option* yang menyesatkan di sosial media?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perlindungan hukum yang dapat diberikan kepada konsumen akibat iklan *binary option* yang menyesatkan di sosial media.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik secara teoretis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoretis

Manfaat teoretis yang akan didapatkan dari hasil penelitian ini yakni untuk memperluas dan menambah pengetahuan penulis mengenai perlindungan hukum bagi konsumen terhadap iklan *binary option* di sosial media.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah dalam aspek hukum perdata khususnya mengenai perlindungan hukum.

