

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa:

1. Iklan Pancingan berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen termasuk dalam Iklan yang dilarang karena mengelabui konsumen dan tidak sesuai dengan pasal empat, tujuh, delapan, Sembilan, sepuluh, sebelas, dua belas, tiga belas, empat belas, lima belas, enam belas dan tujuh belas.
2. Iklan Pancingan berdasarkan Etika Bisnis Islam termasuk dalam iklan yang tidak jujur karena melanggar prinsip-prinsip yang ada yakni kejujuran, keadilan, amanah, nasihat menasihati, barang yang dijual halal dalam zat dan cara memperolehnya dan tidak ada unsur penipuan.
3. Persamaan hukum Iklan Pancingan dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Etika Bisnis Islam memiliki kesamaan dalam prinsip yang digunakan. Prinsip yang digunakan memang tidak sama persis secara istilah, namun maksud tersiratnya memiliki arti yang sama. Secara prinsip Iklan Pancingan tidak memenuhi prinsip-prinsip yang dimiliki oleh Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Etika Bisnis Islam yaitu jujur. Perbedaan hukum Iklan

Pancingan berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Etika Bisnis Islam terletak pada siapa yang wajib bertanggung jawab, cara pembuktian dan bagaimana sanksi yang diberikan kepada pelaku usaha akibat tidak memenuhi kewajibannya sebagai pelaku usaha.

B. Saran

1. Bagi konsumen

Pada saat ini semakin banyaknya pelaku usaha yang tidak memenuhi kewajibannya kepada konsumen perlu ditindaklanjuti dengan cara konsumen harus pintar dalam memilih iklan-iklan yang beredar di masyarakat.

2. Bagi pelaku usaha

Pelaku usaha dalam menerbitkan iklan harus memenuhi prinsip yang berlaku dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, bahkan sebagai pelaku usaha muslim harus memperhatikan Etika Bisnis Islam juga.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian yang dilakukan peneliti dirasa masih kurang, sehingga sangat menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melengkapi penelitian ini.