

PENIPUAN TERHADAP KONSUMEN OLEH SALES PROMOTION DALAM PENJUALAN SUATU PRODUK (Studi di Polresta Malang)

 Oleh: Syafi'i (00400213)

Law

Dibuat: 2008-01-25 , dengan 2 file(s).

Keywords: Penipuan, Konsumen, Sales Promotion, Penjualan

Abstraksi

Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang penting dalam upaya penjualan suatu barang. Tidak jarang produsen melakukan berbagai tindakan di luar ketentuan hukum legal yang terkenal sebagai merek produknya sendiri sehingga konsumen terkecoh dan mau membeli produk yang ditawarkan oleh produsen tersebut. Tindakan ini dapat kita saksikan di sekeliling kita, mulai dari varian tindakan manipulasi ringan seperti memiripkan nama hasil produksi yang sudah terkenal. Hal ini menarik perhatian penulis untuk melakukan penelitian mengenai modus penipuan terhadap konsumen oleh sales promotion serta bagaimana upaya penyelesaian hukumnya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu analisa yang menggambarkan keadaan mengenai suatu individu, masyarakat, atau kelompok sosial dalam wilayah yang diteliti.

Apabila difokuskan pada perspektif pidana, pemalsuan barang dan merek yang diperjualbelikan oleh sales promotion dalam suatu produk tersebut dapat dikategorikan sebagai tindak pidana penipuan, yang mana peraturan perundangan berkaitan dengan hal ini terdapat pada KUHP pasal 378. Berkaitan dengan penipuan atas merek, disebutkan juga pada pasal 254 ayat (2e) KUHP dan pasal 256. Selain itu hal berkaitan dengan pemalsuan merek jelas merupakan pelanggaran terhadap Undang-Undang No.15 tahun 2001 tentang Merek. Karena perlindungan konsumen di bidang mutu barang ini juga dapat terjadi dengan pemenuhan ketentuan tentang Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI). Ketentuan tindak pidana di bidang merek dicantumkan pada pasal 90 UU No.15 tahun 2001 tentang Merek

Dari hasil observasi penulis, terdapat berbagai bentuk penipuan terhadap konsumen, diantaranya adalah : (1) Menggunakan logo dan merek yang mirip dengan logo dan merek yang sudah populer ; (2) Menggunakan logo dan merek yang sudah populer sebagai brand image ; (3) Menggunakan nama perusahaan yang mirip dengan nama perusahaan yang sudah populer; (4) Menjual barang yang memiliki merek populer akan tetapi spare part dari barang tersebut sudah diganti dengan spare part yang lebih murah ; (5) Mengaku sebagai cabang atau bagian dari perusahaan yang sudah populer

Kasus penipuan terhadap konsumen oleh sales promotion dalam penjualan suatu produk merupakan kasus yang jarang masuk ke meja penyelidikan kepolisian. Sepanjang tahun ini hanya ada lima kasus yang masuk berkaitan dengan tindak penipuan tersebut, akan tetapi tidak pernah masuk sampai ke Pengadilan. Tidak masuknya kasus tersebut ke Pengadilan adalah karena pihak perusahaan penjual mengadakan pendekatan personal kepada korban penipuan, dimana kemudian korban penipuan mencabut pengaduan atas kasus tersebut. Dengan tidak adanya laporan atas kasus, maka penyidikan dihentikan karena dianggap kurang bukti

