

Perlindungan konsumen dalam praktek iklan produk komersial

Barutu, Christophorus, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=93182&lokasi=lokal>

Abstrak

Semakin bertambahnya kebutuhan manusia akan semakin berkembang pula keinginan untuk mendapatkan sesuatu yang terbaik dalam kehidupan. Dewasa ini sebagian masyarakat memiliki persepsi akan tingkat kesejahteraan diukur dari pola hidup konsumtif yang tinggi. Masyarakat yang hidup di perkotaan tentu akan memiliki perbedaan sikap dan gaya hidup dengan masyarakat yang hidup di pedesaan. Kecendrungan pola hidup konsumtif di masyarakat perkotaan disebabkan antara lain tingginya tingkat persaingan hidup dan semakin kompleksnya permasalahan-permasalahan dalam kehidupan sehari-hari dibandingkan masyarakat pedesaan.

Pola hidup konsumtif yang tinggi yang cenderung terjadi pada masyarakat di perkotaan merupakan tantangan bagi pelaku-pelaku usaha untuk memasarkan produk-produk barang dan jasa dengan sebanyak-banyaknya dan merupakan lahan subur yang dapat mendatangkan banyak keuntungan. Konsumen-konsumen masyarakat urban merupakan Target Market yang menggiurkan bagi para pelaku usaha. Adanya globalisasi ekonomi dengan berbagai implikasinya akan semakin mendorong terjadinya persaingan bisnis yang semakin tajam. Untuk memenangkan persaingan tersebut, upaya promosi produk, termasuk upaya periklanan akan semakin ditingkatkan baik melalui media konvensional seperti media cetak, televisi, dan radio, maupun media internet. Tidak dapat disangkal lagi bahwa iklan merupakan salah satu sarana paling ampuh dan efektif dalam mendorong laju roda perekonomian nasional. Perekonomian yang terus bergulir secara sehat menghasilkan pembangunan yang optimal pula. Manusia merupakan salah satu tulang punggung dan ujung tombak pemasaran. Secara spesifik dapat diuraikan bahwa iklan bukan hanya sekedar bagian dari kebutuhan hidup masyarakat modern. Iklan sesungguhnya juga sudah menyatu dalam sistem perekonomian tradisional di Indonesia.

Peranan pemasaran sangat besar dalam meningkatkan penjualan produk barang dan jasa. Apalagi dalam era perdagangan bebas, kita dituntut untuk memproduksi barang dan jasa yang kompetitif di pasaran nasional maupun internasional. Itu berarti para pengusaha/produsen dituntut lebih bersifat kreatif dalam meningkatkan penjualan produknya. Dalam mewujudkan produk yang kompetitif di pasaran tersebut, peran periklanan akan semakin besar dan berarti dalam memasarkan produk barang dan jasa. Produk yang dihasilkan perusahaan periklanan, berupa iklan, diharapkan mampu memberikan kepuasan bagi pengusaha/pengildan (produsen, distributor, supplier, retailer) sekaligus juga bagi para konsumen (akhir) suatu produk barang/jasa yang diiklankan.