

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Transaksi *online shopping* melalui media sosial adalah cara berbelanja yang sedang marak digunakan dalam transaksi jual beli di era modern saat ini. Jual beli melalui media sosial juga merupakan bentuk jual beli melalui alat komunikasi elektronik atau jejaring sosial di mana pembeli tidak perlu susah payah datang ke toko untuk melihat dan membeli secara langsung apa yang mereka cari. Karena dengan adanya media sosial jual beli *online*, mereka hanya tinggal melihat barang yang diinginkan di internet kemudian memesan barang pilihan dan mentransfer uangnya lalu barang dikirim oleh penjual dan sampai kerumah atau bisa bertemu di suatu tempat dengan persetujuan sebelumnya antara pihak penjual dan pembeli. Namun, dengan maraknya penggunaan media sosial untuk bertransaksi jual beli *online* ini, tidak jarang juga konsumen mengalami banyak dirugikan, seperti barang yang dikirim oleh pelaku usaha tidak sampai, barang tidak sesuai bahkan barang yang tidak dikirim pun ada. Kejadian-kejadian tersebut tentunya menimbulkan aturan hukum yang berlaku, perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat melakukan transaksi jual beli *online* diwujudkan oleh negara

melalui peraturan perundang-undangan. Selain dari perlindungan yang diberikan negara terdapat pula instrumen perlindungan hukum terhadap konsumen yang dibuat khusus untuk para pihak yang bersangkutan dalam suatu perjanjian, seperti ketentuan ganti rugi, penyelesaian sengketa dan lain-lain.

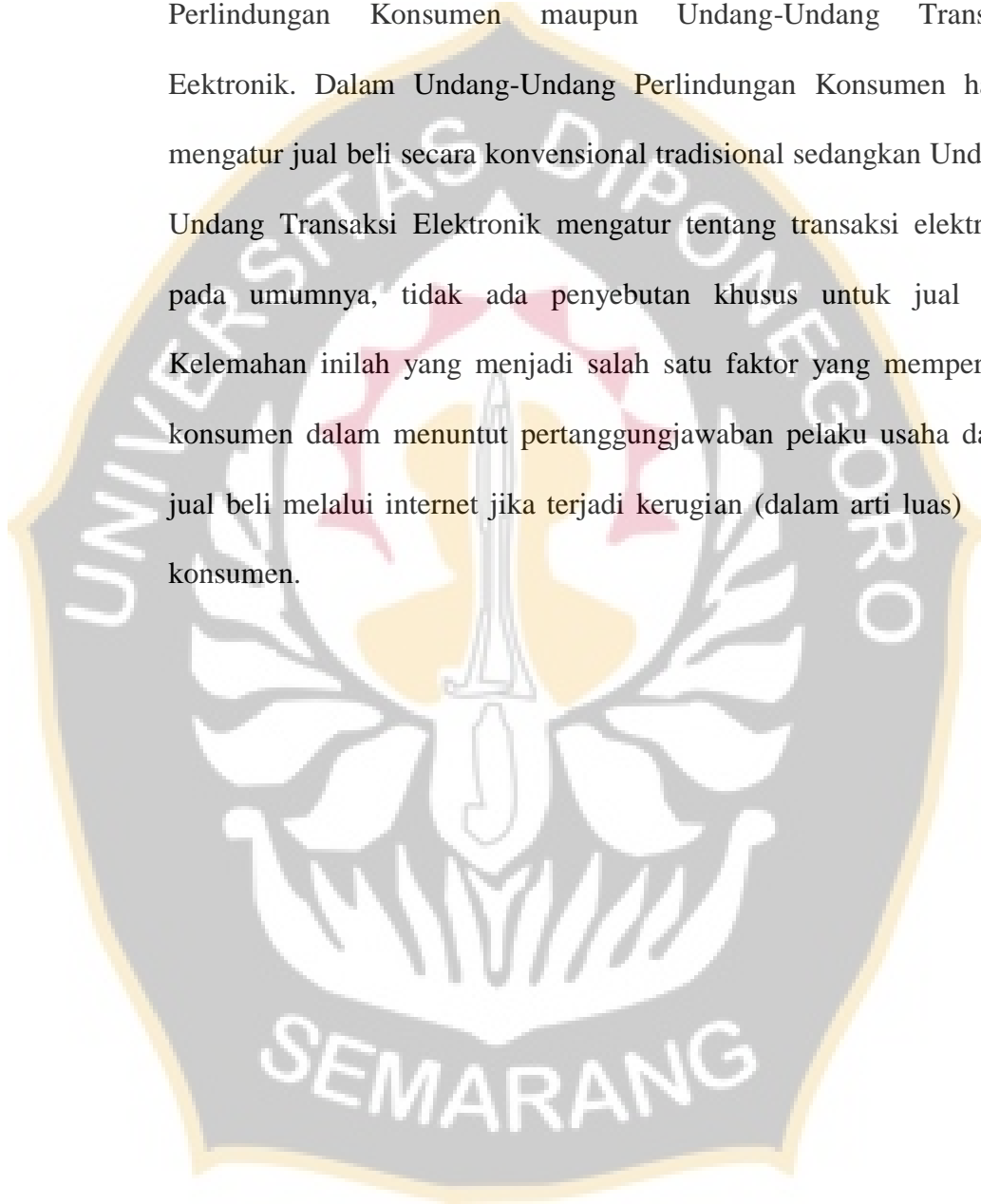
2. Marak penggunaan media sosial untuk bertransaksi jual beli *online* banyak disalah gunakan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab. Hal ini terjadi karena dipengaruhi oleh beberapa faktor penyalahgunaanya, seperti menerima transfer uang dari pembeli *online* namun barang yang telah dipesan tidak dikirimkan oleh pemilik barang tersebut atau bisa juga pemilik barang menjual barang yang tidak sesuai dengan apa yang telah di iklan kan. Dari sisi ini, dapat diketahui bahwa transaksi jual beli *online* telah mendapatkan perhatian yang besar dari masyarakat namun tidak sedikit penjual barang *online* yang melakukan aksi-aksi nakalnya untuk meraih keuntungan dengan cara yang tidak benar. Sesuai dengan Pasal 19 ayat 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menjelaskan pertanggungjawaban pelaku usaha, terkait dengan tanggung jawab pelaku usaha meliputi segala kerugian yang dialami oleh konsumen, berkaitan dengan konsumsi dan perdagangan barang dan/atau jasa di masyarakat kemudia memperhatikan bentuk kerugian yang di dapat diberikan terhadap konsumen yang dirugikan, hal ini sesuai dengan Pasal 19 ayat 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah penulis kemukakan tersebut, maka penulis akan memberikan saran, sebagai berikut :

1. Di Indonesia belum ada peraturan perundang-undangan yang secara khusus mengatur tentang kegiatan transaksi jual beli *online* melalui media sosial. Adapun salah satu produk hukum yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam hal ini adalah UUPK dan UUIE. Meskipun demikian masih sangat diperlukan undang-undang terhadap kasus penipuan dalam transaksi *online*, sebab selain dapat memberikan perlindungan terhadap hak konsumen juga melindungi pelaku bisnis *online* yang beritikad baik dalam usaha jual beli *online* melalui media sosial. Perlu adanya kepastian hukum terhadap perlindungan bagi konsumen yang melakukan transaksi online. Selain dikarenakan konsumen memiliki hak-hak yang penting untuk ditegakkan, tetapi juga demi menumbuhkan kesadaran pelaku usaha agar tidak melakukan penipuan terhadap konsumen. Dengan menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha. Dalam hal ini disamping keberadaan UUPK, regulasi yang secara khusus mengatur tentang kegiatan jual beli *online* diperlukan karena tidak hanya dapat memberikan perlindungan bagi konsumen tetapi juga pelaku bisnis *online*.

2. Lebih dijelaskan mengenai tanggung jawab pelaku usaha apabila terjadi kerugian terhadap konsumen, dikarenakan tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen dalam jual beli melalui media sosial memang secara spesifik belum diatur baik dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen maupun Undang-Undang Transaksi Elektronik. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen hanya mengatur jual beli secara konvensional tradisional sedangkan Undang-Undang Transaksi Elektronik mengatur tentang transaksi elektronik pada umumnya, tidak ada penyebutan khusus untuk jual beli. Kelemahan inilah yang menjadi salah satu faktor yang mempersulit konsumen dalam menuntut pertanggungjawaban pelaku usaha dalam jual beli melalui internet jika terjadi kerugian (dalam arti luas) bagi konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

Ahamadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Az Nasution, 1995, *Konsumen dan Hukum*, Jakarta.

Az. Nasution, 2007, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, PT. Diadit Media, Jakarta.

Bambang Waluyo, 1991, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Jakarta: Sinar Grafika

Bryan A. Garner, 2004, *Black's Law Dictionary*, St. Paul, Minnesota: West Publishing, Eight Edition.

Celina Tri Siwi Kritiyanti, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta.

Henry Campbell Black, M.A., *Black Laws Dictionary with Pronunciations 6thed*, St. Paul, Minn: West Publishing Co. 1990, page 1126

Julian Ding LL.B., *E-Commerce*

Mariam Darus Badruzaman, 2001, *Mendambakan Kelahiran Hukum Seiber (cyber law) di Indonesia*, Medan.

Rinitami Njatrijani, 2013, *Aktivitas E-Commerce*, Semarang.

Roni Hanitjo Soemitro, 1982, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta.

Shelly, Cashman dan Vermaat, 2007, *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer*, Jakarta

Siswanto Sunarso, 2009, *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik*, Jakarta.

Skousen, 2005, *Pengantar Akutansi Keuangan*, Jakarta.

Slamet Wiyono, 2005, *Cara Mudah Memahami Akutansi*, Jakarta.

Sorejono Soekanto dan Sri Mamudji, 2004, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Suharsimi Arikunto, 2001, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta

Sukarmi, 2008, *Cyber Law: Kontrak Elektronik dalam Bayang-Bayang Pelaku Usaha*, Bandung.

Usman Hamid, 2015, *Digital Nation Movement: Dinamo*, Jakarta.

Yanti Herlanti, 2014, *Blogquest+Pemanfaatan Media Sosial*, Bandung.

Zulham, 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.

B. JURNAL

Jurnal Ilmiah, *Binus Business Review*, Vol. 4, 2013, halaman 551-564

Rinitami Njatrijani, 2017, *Posisi Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 dalam Upaya Perlindungan Terhadap Konsumen*, *Jurnal Hukum "Diponegoro Private Law Review"* Vol. 1, Semarang : Undip Press

C. PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

Undang – Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Ilmu dan Transaksi Elektronik

Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

D. INTERNET

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20170315104148-185-200219/peta-persaingan-situs-e-commerce-di-indonesia/> diakses pada tanggal 7 Oktober 2017

<http://commeta.co.id/manfaat-dan-keuntungan-menggunakan-e-commerce/> diakses pada tanggal 8 Oktober 2017

