

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Tanggung Jawab *Selebgram* kepada Konsumen di *Instagram*, Dengan ini menjadikan pisau penelitian penulis menggunakan Teori Pertanggungjawaban mutlak oleh Hans Kelsen, Teori mutlak ini berhubungan dengan kasus yang diangkat penulis yaitu pada saat *selebgram* melakukan promosi tanpa adanya melakukan pengecekan klien yang mana melakukan kejahatan, kabur tanpa mengirim barang atau penyerahan barang. Sehingga *selebgram* tersebut melanggar tersebut juga melanggar Pada pasal 9 huruf e Undang-Undang No. 8 Perlindungan Konsumen tahun 1999 tentang Pelaku Usaha dilarang menawarkan, mengiklankan suatu barang atau jasa secara tidak benar seolah-olah barang atau jasa tersebut tersedia, fakta nya terkait kasus penulis barang nya tidak dikirimkan oleh pelaku usaha *onlineshop*. Dengan ini pasal tersebut melanggar kode etik periklanan dan Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut. Dengan catatan sebelum nya konsumen tersebut, sudah melakukan transaksi melakukan pembayaran yang seperti ada pada *screenshot* di Bab III. Tetapi sampai saat ini undang-undang masih perlu nya revisi karena masih adanya kekosongan hukum di Undang-undang perlindungan konsumen.

Untuk Tanggung Jawa Pelaku Usaha *OnlineShop* atas Kerugian Konsumen di *Instagram*, untuk menjadikan pisau penelitian penulis menggunakan Teori Pertanggungjawaban kesalahan menurut Hanskelsen. Pertanggungjawaban berdasarkan kesalahan ini sesuai karena kasus yang diangkat penulis akun *beatybyaprill* sudah merencanakan dari awal dengan tujuan menipu konsumen. Dengan ini Pelaku usaha *Onlineshop* melanggar pelaku usaha pada pasal 9 ayat 1 huruf e dan j Undang-undang No.8 perlindungan konsumen tahun 1999 tentang pelaku usaha dilarang menawarkan seolah-olah barang tersebut

ada dan mengiklankan secara tidak benar dan seolah-olah kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya.

Pelanggaran beautybyaprill juga tidak melakukan pengiriman barang dan lepas tanggung jawab, yang dengan tujuan ingin menipu dan malah langsung memblokir penulis. Maka dalam hal ini sudah jelas bahwasannya pelaku usaha *onlineshop* harus mengganti rugi dan penggantian sesuai hak konsumen, yang terdapat pasal 4 huruf h Undang-undang 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Yang dimana pasal tersebut menjelaskan adanya beban dan tanggung jawab pelaku usaha terhadap unsur kesalahan.

2. Perlindungan Hukum bagi Konsumen yang merasa dirugikan terhadap Transaksi E-Commerce melalui *Instagram*, Dalam hal ini keterkaitan kasus yang dilanggar kasus beautyaprill melanggar Pasal 4 huruf b Undang-undang No.8 Tahun 1999 belum terlindungi tentang hak untuk memilih barang atau jasa serta mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan jaminan yang dijanjikan. Karena dalam kasus penulis pada saat itu belum mendapatkan barang dari pelaku usaha *onlineshop* dan janji akan hal setelah sudah dibayarkan, kebesokan hari nya akan dikirimkan. Tetapi pada akhirnya berbading terbalik dengan yang dijanjikan.

Dengan kerugian yang dialami penulis untuk menjadikan pisau penelitian penulis menggunakan teori perlindungan preventif yang sesuai menurut Abdulkadir Muhammad. Yang artinya Pada perlindungan hukum preventif ini, memberikan kesempatan kepada subjek hukum untuk mengajukan keberatan atau pernyataan sebelum suatu keputusan formal difinalisasi. Tujuannya adalah untuk mencegah kasus yang serupa.

B. Saran

1. Bentuk Pertanggungjawaban *Selebgram* seharusnya dibuatkan dilandaskan hukum peraturan di Indonesia, karena sampai saat ini hanya berpegang teguh Undang-undang perlindungan konsumen, Undang-undang ITE. Yang dimana undang-undang tersebut adanya kekosongan

hukum dan hilangnya kepastian hukum. Sampai dengan saat ini penegak hukum dan badan-badan terkait hanya mengejar pelaku usaha yang memproduksi produk yang dipromosikan oleh *Selebgram*, saat ini *Selebgram* hanya dijadikan saksi apabila terbukti menerima dan melakukan promosi yang mana produk tersebut illegal atau palsu. Selain itu penegak hukum juga harus membuat suatu temuan misalnya membuat produk atau aplikasi resmi yang dapat mendeteksi apakah barang yang diperjual-belikan tersebut palsu atau asli.

Untuk pertanggungjawaban pelaku usaha *onlineshop* di *Instagram*, apabila dikaitkan dengan kasus penulis pelaku usaha *onlineshop* seharusnya melakukan ganti rugi kepada konsumen yang mana barang yang belum dikirimkan, harus dikirimkan atau ganti rugi sesuai nominal yang dibeli konsumen. Dengan ini juga konsumen harus lebih waspada akan periklanan *selebgram* di *Instagram*, karena periklanan di *Instagram*, merupakan salah satu yang susah untuk diselesaikan di Lembaga penyelesaian sengketa. Karena Lembaga tersebut mempunyai banyak keterbatasan tugas dan fungsi.

2. Perlindungan Hukum bagi konsumen terhadap kerugian di *Instagram* banyak keterbatasan dan bahkan undang-undang yang dilandasi banyak kekosongan hukum. Maka dari itu perlu dilakukan revisi undang-undang agar kasus yang dialami konsumen tidak terulang lagi. karena adanya kekosongan hukum dalam hal penyelesaian yang diselimuti dengan pilihan sukarela.