

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen mengatur tentang hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang jelas, dan hak mendapatkan kompensasi atau ganti rugi jika mengalami kerugian. Tanggung jawab pelaku usaha yang diatur pada pasal 19 sampai 28 Undang-undang Perlindungan Konsumen.

Menurut EPI (Etika Periwara Indonesia) pada ketentuan tata krama Bahasa dijelaskan jika “iklan tidak boleh menggunakan kata-kata superlatif seperti “paling”, “nomor satu”, “top”, atau kata-kata yang berawalan “ter”, dan/ atau yang bermakna sama, kecuali jika disertai dengan bukti yang dapat dipertanggung jawabkan”. Dari aturan yang ada dalam EPI sudah jelas jika penggunaan kata-kata superlatif dalam sebuah iklan tidak dibolehkan.

Iklan menjadi wadah bagi para pelaku usaha untuk memasarkan barang atau jasa agar dikenal oleh masyarakat. Untuk menyebar luaskan iklan tersebut para pelaku usaha menyebarkan iklan melalui internet yang bisa menjangkau ke semua perangkat media elektronik sehingga bisa langsung bisa dilihat oleh masyarakat luas. Pelaku usaha dalam membuat sebuah iklan kerap menggunakan kata atau kalimat yang sangat mengundang hasrat masyarakat untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan, iklan tersebut bisa menyesatkan konsumen dan merugikan

konsumen. Ada 3 faktor yang menjadi penyebab timbulnya iklan yang menyesatkan yaitu:

- a. Tidak adanya Undang-undang yang mengatur periklanan.
- b. Budaya Hukum Konsumen Periklanan yang Tidak Mendukung.

- c. Tidak Adanya Sanksi yang Tegas Terhadap Pelanggar.

Dari ketiga faktor di atas memang sangat dibutuhkan adanya Undang-undang atau aturan yang mengikat dengan sanksi yang tegas supaya tidak ada lagi iklan yang menyesatkan beredar yang bisa menimbulkan kerugian terhadap konsumen.

2. Terkait perlindungan yang diberikan shopee terhadap konsumen, pihak shopee akan bertanggung jawab jika memang ditemukan kerugian yang dialami oleh konsumen murni kesalahan dari shopee, tapi kebanyakan kerugian yang dirasakan oleh konsumen kebanyakan berasal dari para pelaku usaha yang menggunakan platform shopee untuk berdagang. Perlindungan yang diberikan kepada konsumen atas kerugian terhadap iklan yang menyesatkan dari shopee, didasari pada masalah yang dialami konsumen selama melakukan belanja online. Tanggung jawab pelaku usaha diatur dalam pasal 19 sampai pasal 28 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

B. Saran

1. Bagi PT. Shopee sebagai pemilik salah satu platform jual beli online terbesar di Indonesia harus lebih selektif dalam membuat dan menyaring iklan yang mereka buat, peran pemerintah sebagai penggerak roda pemerintahan di negara ini seharusnya membuat aturan yang mengikat atau Undang-undang yang khusus untuk mengatur kegiatan periklanan agar para pelaku usaha dan perusahaan periklanan memiliki rasa takut dan lebih berhati-hati dalam membuat sebuah iklan karena di dalam Undang- undang itu nanti isinya soal penggunaan kata atau kalimat yang baik dan benar dalam membuat sebuah iklan dan sanksi tegas berupa denda atau kurungan bagi pelaku usaha dan perusahaan periklanan yang ketahuan melanggar aturan Undang-undang tersebut.
2. Untuk Konsumen sebagai pihak yang sering dirugikan dalam transaksi elektronik khususnya jual beli online seharusnya lebih bisa selektif, dan teliti dalam membaca iklan promosi suatu produk, Selalu harus berhati-hati dalam setiap melakukan transaksi belanja secara online. Karena dalam hal transaksi jual beli online resiko yang di timbulkan jauh lebih berisiko dan kompleks, karena transaksi di media ini merupakan pasar bebas yang tidak ada pembatasan antar negara. Konsumen juga harus tahu bagaimana langkah-langkah jika ingin melapor jika mengalami kerugian pada saat belanja online.