

LEGAL PROTECTION OF CONSUMERS IN E-COMMERCE THROUGH SOCIAL MEDIA IN INDONESIA IN THE INDUSTRIAL ERA 4.0

by Aris Surya Muzakki

Submission date: 02-Sep-2024 08:38AM (UTC+0700)

Submission ID: 2442754079

File name: JurnalPublikasi.docx (29.42K)

Word count: 4400

Character count: 25932

LEGAL PROTECTION OF CONSUMERS IN E-COMMERCE THROUGH SOCIAL MEDIA IN INDONESIA IN THE INDUSTRIAL ERA 4.0

Aris Surya Muzakki, Suraji

Email:

Sebelas Maret University

Abstract

Indonesia has a large population of internet users, with more than 175 million active internet users in 2021 to 2024. This provides a strong foundation for the development of social media in the country. The increasing use of smartphones in Indonesia also has an impact on the development of social media and online buying and selling (e-commerce). The Indonesian government has issued laws and regulations regarding the use of social media with a focus on online buying and selling and handling infringing content. This research uses normative juridical methods. One of the challenges in buying and selling transactions via social media is security and trust. Because these transactions are often conducted between individuals who do not know each other, it is important to be careful and verify the seller or buyer before making a transaction. Consumer law in Indonesia is regulated by Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection (Consumer Law). This Consumer Law provides a legal basis and legal protection for consumers in carrying out buying and selling transactions, both conventionally and via social media.

Key words: legal protection, e-commerce, consumers.

Introduction

Indonesia has a large population of internet users, with more than 175 million active internet users in 2021. This provides a strong foundation for the development of social media in this country (Andrea Sartori, et al, 2012). The increasingly widespread use of smartphones in Indonesia has also had an impact on the development of social media. Many Indonesians access social media via mobile devices, such as smartphones, allowing them to easily connect to social media platforms anywhere and at any time (M. Agung H. and Susri Adeni, 2020).

Several popular social media platforms in Indonesia, such as Facebook, Instagram and WhatsApp, are used by many people for buying and selling transactions. Users can create posts or advertisements to sell products or services, as well as contact sellers or buyers via the message feature on the platform (Ratna Maulida R., et al, 2016). On social media platforms, there are many special buying and selling groups that users use to interact and make transactions. These groups usually have a specific focus or category, such as clothing, electronics, or antiques. Group members can post items they want to sell or search for items they need. Social media generally does not provide payment features directly within their platforms. Therefore, the payment methods used in buying and selling transactions via social media can vary (Mega Julianti, 2018). Some common payment methods include bank transfers, cash payments, or the use of digital payment services such as e-wallets.

As social media grows, security and privacy issues also become a concern. The Indonesian government has issued laws and regulations regarding the use of social media, including protecting personal data and handling infringing content. One of the challenges in buying and selling transactions via social media is security and trust. Because these transactions are often carried out between individuals who do not know each other, it is important to be careful and verify the seller or buyer before carrying out the transaction (Heidy Arviani, 2021). To deal with this, the government has drafted Law no. 11 of 2008 concerning Electronic Information and Transactions, abbreviated as UU ITE (Tessalonicha Leuwol, 2018). The ITE regulations provide two important things in particular, the first is the recognition of electronic exchanges and electronic archives in the legal system of commitment and the law of evidence, so that the legitimate belief of electronic exchanges can be ensured, and secondly the characterization of activities that qualify as regulatory violations related to misuse. IT. The government also provides regulations regarding the Copyright Law (Law Number 28 of 2014) protecting intellectual property rights, including in online transactions. UUHC regulates the security of online transactions related to copyright, trademark rights, and protection against violations of intellectual property rights (Ragan Winullah, 2016).

Method

This type of research is normative legal research because this research uses a type of legal research with normative legal methods, namely doctrinal legal research which refers to legal

norms. This research is descriptive in nature. Descriptive means that the research aims to get a complete and clear picture of the problem being discussed.

Results and Discussion

Due to the existence of Social Media, many people use it for online buying and selling transactions, for example selling Eli is online on Shopee, on Tokopedia, on Instagram, on Facebook and so on. In this buying and selling transaction there are rights and obligations for producers and consumers. Buying and selling is an activity that is mutually agreed upon or approved by both parties from the buyer and seller's side, this buying and selling can be done verbally, namely an agreement agreed or made by the parties with an agreement only verbally, and while the agreement is in writing is an agreement made in written form, for example an authentic deed or a deed signed by the person. 4 When it is done by verbal agreement or by written agreement, both are valid, and in general and most people choose to write it in order there is stronger evidence. According to Suherman (2002; 179), online buying and selling means a buying and selling contract that has been carried out using electronic means (the internet) in the form of goods or services.

The principles of agreements in online buying and selling, online buying and selling or e-commerce buying and selling transactions are one of the developments in technology which has implications for any sector, one of which is the legal sector. In Indonesia there are still no specific regulations regarding e-commerce issues, and what is still common in Indonesia is still using the rules in Book III of the Civil Code which explains agreement issues. In the Civil Code, there are 3 (three) things that can be used to cancel a contract, namely: there is an element of unintentional error. Article 1322 of the Civil Code explains that there are mistakes in buying and selling transactions or when checking out goods there is an error in selecting goods, there is an element of threat or coercion which is in Article 1323-1327 of the Civil Code, and there is an element of fraud which is in Article 1328 of the Civil Code. Basically, buying and selling transactions or trade transactions using e-commerce technology are actually the same as conventional buying and selling which can be done by the public. Buying and selling that can be carried out by local communities is basically conventional until now carried out either based on the Civil Code or according to systems existing in customary law. Law itself has the meaning of provisions which become regulations in the life of a society which are controlling, preventing, binding and coercive for some or all members of a particular society, with the aim of establishing an order desired by the authority. 5 Existing customary law in Indonesia is not just a mere agreement between the two parties but rather a delivery of goods to the buyer. So a consumer must be more alert regarding online buying and selling transactions and must really understand the laws that apply when the producer does not comply with what we want.

Through the internet, it will make it easier for someone to access, interact, communicate and even buy and sell, which can be done within the country or even abroad. According to Dyah

Sari, 2017:10 in, 9 which states that the use of the internet will lead to social media becoming a new place for internet users. So this makes it possible for users to interact, collaborate, and communicate just to introduce themselves to other users in order to build a virtual bond. In this case, if it is related to online buying and selling, it will be quite interesting. Because only through social media can people carry out buying and selling activities without having to meet directly between sellers and buyers for the continuity of transaction activities. And with the existence of social media, someone who is busy with work can carry out these activities just by using the gadgets that are available and making transactions anywhere is very easy to meet their daily needs. So this is what can lead to an agreement or agreement being established through social media.

The agreement itself has a definition contained in Article 1313 of the Civil Code, which states that an agreement or agreement is an act that involves several people, usually consisting of two or more, in binding it. Meanwhile, there are also several experts who in context support or oppose the definition related to agreements in Article 1313 of the Civil Law Law. As according to Rahmat Setiawan in,10 which states that Article 1313 of the Civil Code still has many weaknesses in terms of its meaning. Whereas Article 1313 of the Civil Code states that An agreement that is used as a unilateral act only and is also very broad in scope can be interpreted as a legal act with the aim of creating legal consequences. Meanwhile, according to Syahmin A.K, in, 11 which states that in any form of agreement it is a series of words containing a promise of the ability to fulfill whatever has been achieved or written. Based on the opinions of experts regarding the meaning of agreement, ultimately from these differences it can be concluded that the interaction or legal relationship between the two parties regarding legal actions is an offer by the first party to the recipient as the second party, so that a mutual agreement is reached in determining the contents of the agreement.

A transaction can be carried out when the seller and buyer carry out an activity called an agreement. In this case, there is Article 1338 of the Civil Code which states that there is a reflection of a person's right to freedom in entering into a contract or agreement. Likewise, laws are formed as a result of a legal agreement between the two parties which must be carried out jointly. In terms of freedom, there is a principle which states that an agreement is a grant of freedom to society as widely as possible in making agreements that can be used anywhere and whatever the agreement is binding on the maker. However, basically legislation, morality and public order are still the basis for ensuring that there are no conflicting activities so that a healthy agreement can be established without harming any party.

In this case, according to Salim H. S, 2007: 11 in, 13 states that the first and second conditions can be said to be subjective conditions, because these two conditions involve various parties who will enter into an agreement. Then the objective conditions are contained

in the third and fourth conditions, because these two conditions relate to certain objects. When the first two conditions are not met, the existing agreement can be canceled. In other words, an agreement that has been mutually agreed upon can be canceled when one of the parties submits a legal application regarding the cancellation of the agreement to the court. However, the agreement will remain valid if both parties feel that no one has been harmed. This is different from the question of legal nullity, which means that if one of the third and fourth conditions is not fulfilled, then the agreement is considered invalid from the start.

Conclusion

Based on the problems above, it can be concluded that Law No. 8 of 1999 has been stipulated as a law that explains legal protection for consumers who feel disadvantaged due to the actions of irresponsible producers. However, if the number of the irresponsible business actor cannot be contacted, consumers who are victims will be able to make efforts to seek compensation for this. In Indonesia itself, there are two legal remedies that can be taken by consumers to request compensation, namely through legal channels or also outside the court, which means through consultation, mediation or assessment from experts in accordance with the agreement of each party. each party entering into the agreement.

It would be better if business actors are expected to be more responsible for what they sell by providing clear and detailed explanations to consumers. Such as making a clear agreement in accordance with Article 1338 of the Civil Code regarding the validity of a valid agreement which must be completed together and not in an irresponsible way such as running away after consumers have made payment but business actors abandon their responsibilities as producers. So, as consumers, we must also be brave in showing that Indonesia itself has stipulated Article 5 of Law Number 8 of 1999 regarding legal protection for consumers who feel they have been cheated by irresponsible business actors. It is also important for good business actors to register the company for electronic business, so that the government can monitor more closely the parties involved and carry out activities related to the common interest during electronic trading transactions.

Bibliography

1. Kristiyanti, Celina Tri Siwi. 2008, Hukum Perlindungan Konsumen, Cetakan Pertama, Jakarta: Sinar Grafika.
- Mangkoesebroto, Ekonomi Publik. Edisi Ke Tiga, (Yogyakarta: Claredon Press, 1990).
- Mochtar Kusumaatmaja, Asas dan Perlindungan Hukum, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009).
- Munir Fuady, Pengantar Hukum Bisnis, (Jakarta : Bina Aksara, 2000).

Mustafa Kamal Rokan, Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia), RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2010.

N.H.T. Siahaan, Hukum Konsumen (Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk), Penerbit Panta Rei 2005.

Nasution, Pengantar Hukum Perlindungan Konsumen, (Jakarta: PT. Daya Widya, 2000).

Nasution,AZ.1999. Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar, Jakarta: Daya Widya.

Nasution,Lira Apriana Sari. 2011. “Perlindungan Konsumen Atas Beredamya Makanan Kadaluwarsa”. Skripsi.Medan: USU Medan.

Poerwadarminta, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta : Balai Pustaka, 1999)

Ronny Hanitijo Soemitro, Metode Penelitian Hukum, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 1983

Widjaja, Gunawan & Ahmad Yani, 2003. Hukum Tentang Perlindungan Konsumen.Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Yusuf sofie, Perlindungan Konsumen dan instrumen-instrumennya dalam John Pierisda Wiwik Sri Widiarty, Negara Hukum dan Perlindungan Konsumen, Pelangi Cendika, Jakarta, 2007.

Zaenab, Makanan Kadaluarsa, (Jakarta : Mickroba Pangan, 2000).

Zaeni Asyadie, Hukum Bisnis (Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia), RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2005.

PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN PADA *E-COMMERCE* MELALUI SOSIAL MEDIA DI INDONESIA PADA ERA INDUSTRIAL 4.0

Aris Surya Muzakki, Suraji

Email :

Universitas Sebelas Maret

Abstrak

Indonesia memiliki populasi pengguna internet yang besar, dengan lebih dari 175 juta pengguna internet aktif pada tahun 2021 sampai 2023. Hal ini memberikan dasar yang kuat untuk perkembangan media sosial di negara ini . Penggunaan *smartphone* yang semakin meluas di Indonesia juga telah berdampak pada perkembangan media sosial. Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan undang-undang dan regulasi terkait penggunaan media sosial, termasuk perlindungan data pribadi dan penanganan konten yang melanggar. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif. Salah satu tantangan dalam transaksi jual beli melalui media sosial adalah keamanan dan kepercayaan. Karena transaksi ini sering kali dilakukan antara individu yang tidak saling mengenal, penting untuk berhati-hati dan melakukan verifikasi terhadap penjual atau pembeli sebelum melakukan transaksi. Hukum Konsumen di Indonesia diatur oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Konsumen). UU Konsumen ini memberikan landasan hukum dan perlindungan kepada konsumen dalam melakukan transaksi jual beli, baik secara konvensional maupun melalui media sosial.

Kata kunci: perlindungan hukum, e-commerce, konsumen.

Pendahuluan

Indonesia memiliki basis pengguna Internet yang besar, dengan lebih dari 175 juta pengguna Internet aktif pada tahun 2021. Hal ini menciptakan landasan yang kokoh bagi perkembangan media sosial di tanah air (Andrea Sartori, dkk, 2012). Semakin populernya penggunaan ponsel pintar di Indonesia juga berdampak pada berkembangnya jejaring sosial. Banyak masyarakat Indonesia yang mengakses media sosial melalui perangkat seluler, seperti ponsel pintar, sehingga mereka dapat dengan mudah terhubung ke platform media sosial di mana saja dan kapan saja.

Beberapa platform media sosial populer di Indonesia, seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp, digunakan oleh banyak orang untuk bertransaksi jual beli. Pengguna dapat membuat postingan atau iklan untuk menjual produk atau jasa, serta menghubungi penjual atau pembeli melalui fitur pesan di platform tersebut (Ratna Maulida R., dkk, 2016). Di dalam platform media sosial, terdapat banyak grup khusus jual beli yang digunakan oleh pengguna untuk berinteraksi dan melakukan transaksi. Grup-grup ini biasanya memiliki fokus atau kategori tertentu, seperti pakaian, elektronik, atau barang antik. Anggota grup dapat memposting barang yang ingin dijual atau mencari barang yang mereka butuhkan. Media sosial umumnya tidak menyediakan fitur pembayaran langsung di dalam platform mereka. Oleh karena itu, metode pembayaran yang digunakan dalam transaksi jual beli melalui media sosial dapat bervariasi (Mega Julianti, 2018). Beberapa metode pembayaran umum meliputi transfer bank, pembayaran tunai, atau penggunaan layanan pembayaran digital seperti e-wallet.

Seiring berkembangnya media sosial, masalah keamanan dan privasi juga menjadi perhatian. Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan peraturan perundang-undangan mengenai penggunaan media sosial, termasuk perlindungan data pribadi dan penanganan konten ilegal. Salah satu tantangan jual beli melalui jejaring sosial adalah keamanan dan keandalan. Karena transaksi ini sering dilakukan antara individu yang tidak saling mengenal, maka penting untuk berhati-hati dan memverifikasi penjual atau pembeli sebelum menyelesaikan transaksi (Heidy Arviani, 2021). Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Pemerintah merancang undang-undang Nomor 1. Peraturan Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang disingkat UU ITE (Tessaloncha Leuwol, 2018). Peraturan ITE mengatur dua hal penting, pertama pengakuan pertukaran elektronik dan penyimpanan elektronik dalam sistem hukum usaha dan hukum pembuktian, sehingga dapat terjamin keabsahan komunikasi elektronik, dan kedua karakterisasi komunikasi elektronik komunikasi. kegiatan yang dianggap melanggar peraturan terkait penyalahgunaan TI. Pemerintah juga mengeluarkan peraturan terkait Undang-Undang Hak Cipta (UU No. 28 Tahun 2014) yang melindungi hak kekayaan intelektual, termasuk dalam transaksi online. UUHC mengatur keamanan transaksi online terkait hak cipta, hak merek dagang, dan perlindungan terhadap pelanggaran kekayaan intelektual (Ragan Winullah, 2016).

Metode

Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif karena penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum dengan metode hukum normatif, yaitu penelitian hukum doktrinal yang mengacu pada norma-norma hukum. Penelitian ini bersifat deskriptif. Deskriptif artinya penelitian bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang utuh dan jelas mengenai permasalahan yang dibahas.

Hasil dan Pembahasan

2 Dari adanya media sosial banyak orang yang memanfaatkannya untuk melakukan jual beli online, seperti jual beli online di shopee, di tokopedia, di instagram, di facebook, dll. 2 Dalam transaksi jual beli ini terdapat hak dan kewajiban antara produsen dan konsumen. Jual beli adalah suatu kegiatan yang disepakati atau diterima oleh kedua belah pihak baik dari pihak pembeli maupun penjual. Jual beli ini dapat dilakukan secara lisan, yaitu suatu perjanjian yang disetujui atau ditandatangani oleh para pihak hanya dengan perjanjian lisan dan meskipun demikian perjanjian tertulis suatu perjanjian yang dibuat secara tertulis, misalnya suatu akta otentik atau suatu akta yang ditandatangani oleh orang tersebut. 4 Apabila dibuat dengan perjanjian lisan atau perjanjian tertulis, keduanya sah dan pada umumnya sebagian besar masyarakat memilih demikian. tuliskan untuk bukti yang lebih kuat. Menurut Suherman (2002:179), penjualan online adalah kontrak penjualan yang dilakukan melalui sarana elektronik (Internet) baik berupa barang atau jasa..

Asas kesepakatan dalam jual beli online, jual beli online atau transaksi e-commerce merupakan salah satu perkembangan teknologi yang sangat penting bagi bidang apapun, termasuk bidang hukum. Di Indonesia, masih belum ada peraturan khusus mengenai permasalahan terkait e-commerce dan yang masih lazim di Indonesia adalah penggunaan aturan pada Buku III KUH Perdata untuk menjelaskan permasalahan terkait e-commerce mengenai perjanjian. Dalam KUHPerdata terdapat 3 (tiga) pasal yang dapat digunakan untuk membatalkan suatu perjanjian, yaitu: adanya unsur kesalahan yang tidak disengaja. Pasal 1322 KUH Perdata menjelaskan ada tidaknya kesalahan dalam transaksi penjualan atau dalam proses pengendaliannya. Di antara barang-barang yang kesalahan pemilihan barangnya terdapat unsur intimidasi dan pemaksaan yang ditentukan dalam Pasal 1323-1327 KUH

Perdata dan terdapat unsur penipuan yang ditentukan dalam Pasal 1328 KUH Perdata. Hukum sosial. Pada dasarnya transaksi penjualan atau bisnis dengan menggunakan teknologi e-commerce pada hakikatnya sama dengan transaksi penjualan pada umumnya yang dapat dilakukan oleh masyarakat. Pembelian yang dapat dilakukan oleh masyarakat lokal selama ini pada dasarnya bersifat konvensional, dilakukan berdasarkan Kitab Undang-undang Hukum Perdata atau menurut sistem hukum adat yang ada..

Hukum sendiri memiliki artian sebagai ketentuan-ketentuan yang menjadi peraturan dalam hidup suatu masyarakat yang bersifat mengendalikan, mencegah, mengikat, serta memaksa bagi sebagian atau seluruh anggota masyarakat tertentu, dengan tujuan mengadakan suatu tata yang dikehendaki oleh penguasa tersebut.⁵ Hukum adat yang ada ber ada di Indonesia bukanlah hanya suatu persetujuan belaka yang berada di antara kedua belah pihak tetapi melainkan suatu penyerahan barang kepada pembeli. Jadi seorang konsumen harus lebih waspada mengenai transaksi jual beli online dan harus benar-benar memahami dengan adanya hukum yang berlaku ketika si produsen tidak sesuai dengan apa yang kita inginkan.

Melalui internet akan sangat memungkinkan seseorang lebih mudah dalam mengakses, berinteraksi, berkomunikasi bahkan melakukan jual beli yang dapat dilakukan di dalam negeri maupun hingga sampai ke manca negara. Menurut Dyah Sari, 2017:10 dalam,⁹ yang menyatakan bahwa penggunaan sebuah internet akan dapat menyebabkan adanya media sosial sebagai tempat baru bagi para internat. Sehingga hal tersebut memungkinkan bagi para pengguna dalam berinteraksi, melakukan kerjasama, hingga berkomunikasi hanya untuk memperkenalkan dirinya dengan pengguna lain guna membangun suatu ikatan secara virtual. Dalam hal ini jika dikaitkan dengan jual beli online akan sangat cukup menarik. Dikarenakan hanya dengan melalui media sosial saja masyarakat dalam melakukan kegiatan jual beli tanpa

harus bertemu secara langsung antara penjual dan pembeli demi keberlangsungan kegiatan transaksi. Serta dengan adanya media sosial seseorang yang sibuk dengan pekerjaannya pun dapat melakukan kegiatan tersebut hanya dengan menggunakan gadget yang telah tersedia dan melakukan transaksi dimanapun itu sangat mudah dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Sehingga hal tersebutlah yang akan dapat menimbulkan terjalannya suatu kesepakatan atau perjanjian melalui media sosial.

Perjanjian sendiri mempunyai pengertian ⁷ dalam Pasal 1313 KUH Perdata yang menyebutkan bahwa perjanjian atau perjanjian adalah suatu perbuatan yang melibatkan partisipasi lebih dari satu orang, biasanya terdiri dari dua orang atau lebih, untuk mengikatnya. Sementara itu, sebagian ahli mendukung atau menentang pengertian terkait perjanjian dalam Pasal 1313 KUH Perdata. Rahmat Setiawan pada Pasal 10 menegaskan, pasal 1313 KUH Perdata masih banyak kelemahan maknanya. Pasal 1313 KUH Perdata mengatur bahwa suatu perjanjian yang hanya dijadikan sebagai perbuatan sepihak dan mempunyai cakupan yang sangat luas, dapat dipahami ⁷ sebagai perbuatan hukum yang dimaksudkan untuk menimbulkan akibat hukum. Sedangkan menurut Syahmin A.K, pada ayat 11 dikatakan bahwa segala bentuk perjanjian adalah rangkaian kata yang mengandung janji akan kemungkinan terselesaikannya apa yang telah dicapai atau telah dicapai. Berdasarkan pendapat para ahli mengenai pengertian perjanjian, dari perbedaan-perbedaan tersebut pada akhirnya dapat disimpulkan bahwa interaksi atau hubungan hukum antara kedua belah pihak dalam hal-hal yang berkaitan dengan Perbuatan hukum adalah suatu penawaran pihak pertama kepada penerima sebagai pihak kedua. dengan demikian merupakan persetujuan bersama. diberikan untuk menentukan isi perjanjian.

Suatu transaksi akan dapat terlaksana ketika penjual dan pembeli melakukan sebuah kegiatan yang disebut dengan perjanjian. Dalam perihal ini, terdapat Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menyatakan terdapat pencerminan atas hak kebebasan seseorang dalam melakukan kontrak atau perjanjian. Seperti halnya, undang-undang yang dibentuk akibat adanya perjanjian antara kedua belah pihak secara sah yang harus dilakukan secara bersama-sama. Dalam hal kebebasan pun terdapat asasnya yang menyatakan bahwa perjanjian merupakan pemberian kebebasan bagi masyarakat dengan seluas-luasnya dalam melakukan perjanjian yang dapat digunakan dimana saja dan apa saja yang menjadi perjanjian itu mengikat pembuatnya. Tetapi, pada dasarnya perundang-undangan, kesusilaan, serta ketertiban umum masih menjadi salah satu dasar agar tidak adanya kegiatan yang bertentangan sehingga dapat terjalannya suatu perjanjian yang sehat tanpa merugikan pihak manapun.

Dalam hal ini, Menurut Salim H. S, 2007:11 dalam,¹³ menyatakan bahwa syarat kesatu dan kedua dapat dikatakan sebagai syarat yang subyektif, dikarenakan kedua syarat tersebut menyangkut berbagai pihak yang akan melakukan suatu perjanjian. Kemudian syarat yang obyektif terdapat dalam syarat ketiga dan keempat, dikarenakan kedua syarat tersebut menyangkut terkait obyek tertentu. Ketika kedua syarat pertama tidak terpenuhi, maka perjanjian yang sudah terjadi dapat dibatalkan. Dengan arti lain, perjanjian yang telah disepakati secara bersama akan dapat dibatalkan ketika salah satu pihak melakukan pengajuan hukum terkait pembatalan perjanjian kepada pengadilan. Akan tetapi, perjanjian tersebut akan tetap valid ketika dari kedua belah pihak merasa tidak ada yang dirugikan. Beda hal lagi dengan pertanyaan batal demi hukum yang memiliki arti bahwa ketika syarat ketiga

dan keempat tidak terpenuhi salah satunya, maka perjanjian tersebut dari awal dianggap tidak sah.

Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 diundangkan sebagai undang-undang untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen yang dirugikan oleh tindakan produsen yang tidak bertanggung jawab. Namun, jika jumlah pelaku ekonomi yang tidak bertanggung jawab tidak dapat dikumpulkan, maka konsumen yang menjadi korban dapat melakukan upaya untuk menuntut ganti rugi. Di Indonesia sendiri, konsumen memiliki dua upaya hukum untuk menuntut ganti rugi. Salah satunya melalui pengadilan atau di luar pengadilan, yaitu nasihat, mediasi atau penilaian ahli dengan persetujuan kedua belah pihak untuk mengadakan perjanjian.

Sebaiknya pelaku ekonomi diharapkan lebih bertanggung jawab atas apa yang mereka jual dengan memberikan penjelasan yang jelas dan rinci kepada konsumen. Misalnya untuk secara tegas menyepakati keabsahan suatu akad yang sah menurut Pasal 1338 KUH Perdata Hal ini harus diselesaikan secara bersama-sama dan tidak boleh dilakukan secara tidak bertanggung jawab dengan cara pelaku ekonomi melepaskan tanggung jawabnya sebagai produsen, sementara konsumen meninggalkan rumah setelah melakukan pembayaran. Oleh karena itu, kita sebagai konsumen juga harus berani karena Indonesia sendiri telah memberlakukan Pasal 5 UU No. 8 Tahun 1999 untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen yang merasa ditipu oleh pelaku ekonomi yang tidak bertanggung jawab. Pelaku ekonomi yang bonafid juga perlu mendaftarkan perusahaannya ke e-commerce agar

pemerintah dapat lebih memantau pihak-pihak yang terlibat dan melakukan aktivitas yang sejalan dengan kepentingan bersama dalam *e-commerce*.

Daftar Pustaka

- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. 2008, Hukum Perlindungan Konsumen, Cetakan Pertama, Jakarta: Sinar Grafika.
- Mangkoesoebroto, Ekonomi Publik. Edisi Ke Tiga, (Yogyakarta: Claredon Press, 1990).
- Mochtar Kusumaatmaja, Asas dan Perlindungan Hukum, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009).
- Munir Fuady, Pengantar Hukum Bisnis, (Jakarta : Bina Aksara, 2000).
- Mustafa Kamal Rokan, Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia), RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2010.
- N.H.T. Siahaan, Hukum Konsumen (Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk), Penerbit Panta Rei 2005.
- Nasution, Pengantar Hukum Perlindungan Konsumen, (Jakarta: PT. Daya Widya, 2000).
- Nasution, A.Z. 1999. Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar, Jakarta: Daya Widya.
- Nasution, Lira Apriana Sari. 2011. "Perlindungan Konsumen Atas Beredarnya Makanan Kadaluwarsa". Skripsi. Medan: USU Medan.
- Poerwadarminta, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta : Balai Pustaka, 1999)
- Ronny Hanitijo Soemitro, Metode Penelitian Hukum, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 1983)
- Widjaja, Gunawan & Ahmad Yani, 2003. Hukum Tentang Perlindungan Konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Yusuf sofie, Perlindungan Konsumen dan instrumen-instrumennya dalam John Pierisda Wiwik Sri Widiarty, Negara Hukum dan Perlindungan Konsumen, Pelangi Cendika, Jakarta, 2007.

Zaenab, Makanan Kadaluarsa, (Jakarta : Mickroba Pangan, 2000).

Zaeni Asyadie, Hukum Bisnis (Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia), RajaGrafindo
Persada, Jakarta, 2005.

LEGAL PROTECTION OF CONSUMERS IN E-COMMERCE THROUGH SOCIAL MEDIA IN INDONESIA IN THE INDUSTRIAL ERA 4.0

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unissula.ac.id Internet Source	4%
2	ejournal.stih-awanglong.ac.id Internet Source	4%
3	www.jurnal-umbuton.ac.id Internet Source	2%
4	prosiding.arimbi.or.id Internet Source	1%
5	Irwan Trinugroho, Evan Lau. "Business Innovation and Development in Emerging Economies", CRC Press, 2019 Publication	1%
6	mail.jurnal.iain-bone.ac.id Internet Source	1%
7	wisuda.unissula.ac.id Internet Source	1%
8	www.siducat.org Internet Source	

1 %

9

123dok.com

Internet Source

1 %

10

www.scilit.net

Internet Source

1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1 %

Exclude bibliography On

LEGAL PROTECTION OF CONSUMERS IN E-COMMERCE THROUGH SOCIAL MEDIA IN INDONESIA IN THE INDUSTRIAL ERA 4.0

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

/0

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16