

BAB III

PENUTUP

A. Kesimpulan

Maraknya kejadian konsumen yang merasa dirugikan atas transaksi pembelian suatu produk dari *marketplace* milik Facebook menjadi dasar bahwa sistem operasional Facebook dalam menjalankan *marketplace* belum memenuhi apa yang menjadi dasar kewajiban khususnya yang telah ditentukan peraturan perundang-undangan yang terkait, bahkan telah terbukti memenuhi unsur yang menjadi indikasi terjadinya tindakan melawan hukum oleh Facebook, sehingga hal ini menjadi dasar kewajiban Facebook untuk membenahi kembali dalam mengontrol dan memwadhahi kegiatan perdagangan dalam *marketplace* yang disediakan sendiri langsung dari Facebook yang didasarkan melalui peran yang dimiliki sebagaimana yang dipaparkan dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku seperti Undang Undang Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019, maupun Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 yang memwadhahi hal yang serupa yakni menyoal kewajiban dan etika penyelenggara sistem elektronik dimana penyelenggara sistem elektronik pada dasarnya berkewajiban untuk tanggung jawab terhadap kepastian sistem elektronik yang dikuasai tersebut andal dan aman untuk digunakan, serta dapat didasarkan kembali pada Pasal 1367 KUHPerdara yang memaparkan bahwa dalam penjabaran

Pasal tersebut Facebook tidak bertanggung jawab untuk kerugian yang ditimbulkan atas perbuatannya sendiri, tetapi juga menanggung untuk kerugian yang ditimbulkan atas perbuatan orang yang menjadi tanggungannya atau juga dapat ditimbulkan atas barang dan/atau jasa yang berada di bawah pengawasannya yang dalam hal ini adalah pelaku usaha dan kebijakan dalam *marketplace* milik Facebook itu sendiri.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah ditarik, maka dapat dikemukakan beberapa saran yakni sebagai berikut:

1. Bagi pelaku usaha agar tetap mengedepankan itikad baik dengan memberikan pelayanan yang baik dalam melakukan transaksi jual beli di *marketplace*, sebagai dasar menggait kepercayaan konsumen terhadap pelaku usaha sebagai dasar untuk memperoleh keuntungan bagi pelaku usaha sendiri.
2. Bagi konsumen atau calon pembeli agar selalu jeli atau hati-hati dalam melakukan transaksi di media *e-commerce* terutama Facebook *Marketplace*, terutama dalam memilih produk yang ditawarkan, pastikan dengan benar bahwa produk yang ditawarkan adalah produk yang sesuai keinginan konsumen sendiri melalui informasi, deskripsi, serta ulasan atau *review* dari konsumen lain yang sudah melakukan transaksi.

3. Bagi Facebook, mengingat telah diaturnya kewajiban yang melandasi kegiatan operasional sistem elektronik yang dalam hal ini adalah *marketplace* miliknya, sudah seharusnya dijadikan atensi dan pedoman dalam menjalankan operasionalnya dengan menyesuaikan peraturan perundang-undangan yang mewadahi, seperti Undang Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019, sampai dengan Peraturan Menteri yang memiliki relevansi.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A. Sonny Keraf dan Robert Haryono Imam, 1995, *Etika Bisnis Membangun Citra Bisnis sebagai Profesi Luhur*, Penerbit Kanisius, Jakarta.
- Andi Sri Rezky Wulandari, S.H., M.H., dan Nurdiyana Tadjuddin, S.H., M.H., 2018, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Arifin, M., 2017, *Pertanggungjawaban Hukum atas Keterlambatan Pemberitahuan Akuisisi Asing kepada Komisi Pengawas Persaingan Usaha*. Lex Renaissance. doi:<https://doi.org/10.20885/JLR.vol2.iss2.art9>
- Bajaj, D. N., 2005, *E-Commerce*. McGraw-Hill Education (India) Pvt Limited .
- Eli Wuria Dewi, S.H., 2015, *Hukum Perlindungan Konsumen*, GRAHA ILMU, Yogyakarta.
- Hendrawan, D. R., 2020, *Perlindungan Hukum Jual Beli Online (E-Commerce) Melalui Tokopedia Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, STBH Press, Jakarta.
- Janus Sidabalok, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- M.A. Moegni Djodirdjo, 1982, *Perbuatan Melawan Hukum*, Pradnya Paramita, Jakarta.
- Rasyid, A., 2017, *Hukum Bisnis untuk Perusahaan : Teori dan Contoh Kasus : Edisi 6 / Abdul Rasyid Saliman*, Kencana, Jakarta.
- Rosa Agustina, 2003, *Perbuatan Melawan Hukum*, Penerbit Pasca Sarjana FH, Universitas Indonesia, Depok.
- Zulham., 2013, *Perlindungan Konsumen*. Kencana Media Grup, Jakarta.

Jurnal

- Alfreda, I. J., Permata, R. R., & Ramli, T. S., 2021, "Pelindungan Dan Tanggung Jawab Kebocoran Informasi Pada Penyedia Platform Digital Berdasarkan Perspektif Rahasia Dagang. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*", 5(1), 1-16.

- Anak Agung Hari Narayana dan Dewa Gede Rudy, 2021, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online Melalui Media Facebook”, *Jurnal Kertha Negara*, Vol. 9 No. 2 Tahun 2021, Fakultas Hukum Universitas Udayana, hal. 84.
- Clarins, S., 2022, “PENERAPAN DOKTRIN PENYALAHGUNAAN KEADAAN (MISBRUIK VAN OMSTANDIGHEDEN) DALAM PUTUSAN PENGADILAN INDONESIA”, “*Dharmasisya*” *Jurnal Program Magister Hukum FHUI*, 1(4), 36.
- Indah Sari., 2020, “Perbuatan Melawan Hukum (PMH) dalam Hukum Pidana dan Hukum Perdata”, *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, Vol. 11, No. 1, hlm. 54.
- Setiawan, I., Nirwan, S., & Amelia, F. M., 2018, “Rancang Bangun Aplikasi Marketplace Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Berbasis Web (Sub Modul: Pembelian)”, *Jurnal Teknik Informatika*, 10(3), 37-43.
- Purawinangun, I. A., & Yusuf, M., 2020, “Gerakan Literasi Generasi Milenial Melalui Media Sosial”, *Lingua Rima: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 9(1), 67-75.
- Putra, I. K. M., Mahendrawati, N. L., & Arini, D. G. D., 2020, “Penerapan Pasal 1320 KUHPerdata Terhadap Tanggung Jawab Penjual Dalam Perjanjian Jual Beli Barang Melalui Media Internet”, *Jurnal Analogi Hukum*, 2(1), 73-77.
- Suwarti dan Faissal Malik, 2018, “Syarat Subjektif dan Objektif Sahnya Perjanjian dalam Kaitannya dengan Perjanjian Kerja”, *Khairun Law Journal*, Vol 2 Issue 1, September 2018, Fakultas Hukum Universitas Khairun, hal. 38.

Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang Undang Hukum (KUHP) Perdata

Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Media Massa Elektronik

Harian Kompas, 2020, Volume Bisnis E-Commerce di Indonesia Mencapai USD130Miliar,
<https://biz.kompas.com/read/2015/11/20/101500128/Tahun.2020.Volume.Bisnis>, diakses pada tanggal 13 Oktober 2023.

detikFinance, 2023, Terkuak! Facebook, Instagram, dan WhatsApp Lagi Urus Izin Social Commerce, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6985449/terkuak-facebook-instagram-whatsapp-lagi-urus-izin-social-commerce>, diakses pada tanggal 15 Februari 2024.

