

BAB IV

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian sebagaimana yang telah di uraikan dalam bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perjanjian yang dilakukan antara *affiliator* dengan produsen tiktok merupakan perjanjian yang sah dan mengikat kedua belah pihak, berdasarkan Pasal 18 ayat 1 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 ITE, serta Pasal 52 PP. No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik dan melahirkan sistem perjanjian kemitraan. Oleh karena itu timbul hubungan hukum diantara para pihak serta hak dan kewajiban yang harus dipenuhi, apabila konsumen merasa dirugikan akibat penyesatan dalam iklan minuman kolagen maka terjadi perbuatan melawan hukum sehingga perlu adanya perlindungan hukum. Bentuk perlindungan hukum dibagi menjadi dua yaitu perlindungan hukum preventif dan represif, perlindungan hukum preventif didasarkan pada Pasal 38 Ayat 1 dan Pasal 39 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008, sedangkan perlindungan hukum represif, Penyelesaian perselisihan melalui musyawarah dengan jangka waktu tertentu, apabila tidak mencapai kesepakatan, maka akan diselesaikan melalui arbitrase.
2. Tanggung gugat pelaku usaha dalam hal ini adalah produsen dan *affiliator* yang melakukan perbuatan melawan hukum atas jual beli online terhadap konsumen yang menjadi korban pada umumnya dapat berupa dua bentuk,

yaitu pengembalian uang dan penggantian barang baru, pada kenyataannya, penggantian barang dengan barang yang baru tersebut pada kenyataannya membutuhkan waktu yang lama, sehingga konsumen sering merasa diabaikan kepentingannya. Hal terpenting adalah konsumen yang merasakan kerugian harus berani untuk komplain kepada pelaku usaha yang bersangkutan, karena dengan melakukan komplain konsumen telah berusaha untuk menuntut dan memperjuangkan haknya.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian sebagaimana yang telah di uraikan dalam bab-bab sebelumnya, maka saran yang dikemukakan oleh penulis adalah:

1. Saran bagi pihak *affiliator* atau *content creator* yang hendak bergabung dengan program kemitraan dengan produsen di *marketplace tiktokshop*, sebelum memutuskan untuk bergabung sebaiknya memperhatikan bagaimana mekanisme dan prosedur dalam mengiklankan suatu produk, serta mempelajari betul teknik pengiklanan dan komponen yang terkandung dalam produk tersebut. Sehingga tidak menimbulkan kesesatan dalam proses pengiklanan sebagai upaya pemasaran produk dan merugikan konsumen.
2. Bagi konsumen agar lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi *e-commerce*, mengingat antara konsumen dan pelaku usaha tidak saling bertatap muka dan tidak saling mengenal, maka potensi untuk terjadinya kecurangan sangatlah besar dimana pelaku usaha yang tidak beritikad baik

akan lebih mudah muncul. Oleh karena itu, perlu sikap teliti serta waspada dari konsumen dalam melakukan kesepakatan dalam transaksi *e-commerce*.