

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Setelah apa yang sudah dijelaskan semua pada bab sebelumnya, maka sudah dapat untuk ditarik menjadi kesimpulan mengenai pokok permasalahan yang hendak diteliti. Oleh karena itu dari pembahasan tersebut dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya.

Sebagaimana yang telah dijelaskan bahwa, aplikasi *Google Maps* memang mempunyai segudang manfaat dimulai dari untuk mempermudah kita menemukan jalan yang tepat untuk sampai ke tempat tujuan yang belum pernah kita kunjungi sebelumnya, kemudian untuk menghindari hambatan-hambatan yang berada di jalan yang hendak kita lalui, sampai dapat digunakan untuk melancarkan kegiatan ekonomi sebuah perusahaan, dan masih banyak lagi. Apalagi aplikasi ini pun dapat diunduh secara gratis, sehingga banyak sekali orang yang menggunakan aplikasi tersebut dengan berbagai alasan dan kebutuhan.

Akan tetapi, segala sesuatu tentu mempunyai kelebihan dan kekurangan. Kekurangan yang dimaksud bisa saja menjadi hal yang tidak terlalu penting, atau bisa saja kekurangan tersebut dapat merugikan diri kita sendiri dan sangat berpengaruh dampaknya. Mungkin secara tidak sadar dalam hal kasus ini, kita menganggapnya sebagai hal sepele karena mungkin hanya merugikan waktu kita sedikit sehingga kita tidak terlalu mempedulikannya. Tetapi, apabila ternyata kita sedang berada dalam keadaan terburu-buru atau terdesak untuk sampai ke tempat tujuan, kemudian sedang bergantung atau menggunakan aplikasi *Google Maps* kita diberikan informasi yang salah atau diarahkan ke rute yang salah dan mengakibatkan kerugian yang cukup besar untuk kita maka hal tersebut tentu akan menjadi masalah tersendiri.

Memang di dalam aplikasi *Google Maps* itu sendiri apabila kita memeriksa lebih lanjut mengenai kebijakan dari pihak *Google Maps* terdapat klausul yang intinya bahwa pihak *Google Maps* tidak akan bertanggung jawab terhadap segala kerugian yang ditimbulkan oleh aplikasi tersebut. Tentu hal tersebut menjadi masalah tersendiri bagi orang-orang yang merasa atau secara nyata telah dirugikan oleh aplikasi *Google Maps*.

Oleh karena itu, sudah tertulis jelas di dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengenai kewajiban dan hak pelaku usaha serta konsumen. Hal tersebut tentu diatur bukan tanpa alasan, melainkan untuk menyelesaikan permasalahan seperti ini yang menyangkut hubungan antara konsumen dan pelaku usaha, serta mengatur perilaku baik pelaku usaha maupun konsumen supaya tidak merugikan salah satu pihak. Salah satu contohnya adalah, di dalam Pasal 18 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terdapat juga jenis-jenis klausula baku yang dilarang untuk digunakan oleh pelaku usaha. Hal tersebut mempunyai tujuan yaitu, supaya para pelaku usaha tidak melakukan tindakan yang dapat merugikan konsumen dengan memberikan klausula tersebut ditambah dengan pencantuman atas klausula baku tersebut tidak diketahui oleh konsumen baik sebelum maupun setelah seorang konsumen memperoleh barang atau jasa dari pelaku usaha yang bersangkutan.

Dalam pembahasan yang sudah dilakukan pada beberapa bab sebelumnya, dapat diketahui bahwa sudah jelas *Google* merupakan pihak pelaku usaha. Begitu juga dengan para pengguna aplikasi *Google Maps*, yang dimaksud dalam hal ini adalah pengguna aplikasi tersebut menggunakannya untuk kebutuhan sehari-hari dan bukan untuk diperdagangkan atau menjalankan kegiatan usahanya dan dengan catatan pengguna aplikasi yang hanya menggunakan perangkat atau *handphone* berbasis Android, karena apabila menggunakan perangkat *Iphone* dan dirugikan oleh aplikasi tersebut berarti mereka sebelumnya telah setuju dengan segala hal yang dapat mungkin terjadi karena telah diberikan ketentuan dan pilihan untuk setuju atau tidaknya dengan peraturan dan klausul yang dibuat oleh pihak *Google Maps*, sehingga sudah menjadi resiko mereka apabila terdapat kesalahan yang mungkin akan timbul kerugian bagi penggunanya. Jadi dapat disimpulkan bahwa

hubungan antara *Google* dengan penggunaanya adalah hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen, yang mana berarti kedua belah pihak diatur hak dan kewajibannya di dalam Undang- Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Jadi baik pihak pelaku usaha maupun konsumen, harus tunduk akan segala aturan yang tertera di dalam peraturan tersebut dan tidak boleh melanggarnya. Oleh karena itu apabila seorang pelaku

usaha melanggar ketentuan yang sudah diatur dan menimbulkan kerugian bagi konsumennya, maka salah satu dasar aturan yang dapat digunakan oleh pihak konsumen menggugat adalah Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Setelah didapatkan hasil dari penelitian tersebut, maka dapat ditarik kembali kesimpulan bahwa segala tindakan yang hendak dilakukan oleh pelaku usaha tidak boleh seenaknya saja melainkan harus patuh terhadap Pasal 6 dan 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Begitu pula dengan seorang konsumen, tindakan apapun yang dilakukan oleh seorang konsumen apabila hendak melakukan transaksi dengan pelaku usaha juga diatur di dalam Pasal 4 dan 5 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Apabila ternyata ditemukan permasalahan antara pelaku usaha dengan konsumen yang kemudian merugikan konsumen dan dilakukan oleh pelaku usaha, maka seorang konsumen dapat melakukan gugatan terhadap pelaku usaha dengan cara melalui pengadilan atau di luar pengadilan.²⁰ Contoh dari penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan adalah dengan melalui BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen). Penyelesaian sengketa melalui BPSK dinilai sangat cepat, mudah, sederhana, dan tidak berbelit-belit.²¹

Dikarenakan pengguna aplikasi tersebut ternyata hak nya sudah dilindungi oleh Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, maka mau tidak mau juga pihak pelaku usaha atau *Google* juga harus tunduk terhadap peraturan tersebut. Karena sudah tertulis jelas apa yang harus dilakukan dan yang tidak boleh dilakukan oleh pihak konsumen maupun pelaku usaha, sehingga tidak bisa salah satu pihak semena-mena untuk mendapatkan keuntungan dengan cara merugikan salah satu pihak.

²⁰ Intan Nur Rahmawanti dan Rukiyah Lubis, Win-Win Solution Sengketa Konsumen, Medpress Digital, Yogyakarta, 2014, hlm.2.

²¹ Id

4.2. Saran

421. Perlu dilakukan pembinaan atau sosialisasi secara menyeluruh mengenai pentingnya peranan seorang konsumen terhadap pelaku usaha. Sekaligus memberitahukan bahwa, seorang konsumen mempunyai hak dan kewajiban berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Oleh karena itu seorang konsumen akan mengetahui hak dan kewajiban mereka sebagai konsumen dan paham apabila sedang dirugikan oleh pihak pelaku usaha. Dengan seperti itu maka kedudukan seorang konsumen dengan pelaku usaha dapat menjadi seimbang.
422. Dikarenakan dalam hal ini posisi kedudukan konsumen masih terbilang cukup lemah, seharusnya disediakan cara-cara atau sarana yang mudah bagi konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha untuk dapat melaporkan permasalahan yang terjadi sehingga konsumen tidak malas atau enggan untuk mengurus permasalahan tersebut. Karena apabila seorang konsumen yang dirugikan oleh pihak pelaku usaha hanya pasrah dan diam-diam saja maka, pada pihak pelaku usaha juga tidak akan jera akan hal tersebut dan tetap mengulangi perbuatannya yang mana akan menimbulkan lebih banyak lagi kerugian kepada konsumen.
423. Perlunya bagi pihak pelaku usaha apabila hendak memberikan ketentuan atau perjanjian dengan konsumen, diletakkan pada tempat yang mudah untuk dilihat oleh konsumen saat hendak menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa tersebut.
424. Perlu bagi pihak pelaku usaha terkait perjanjian yang hendak diberikan kepada konsumen diberitahukan pada seorang konsumen saat ingin menggunakan barang atau jasa tersebut, kemudian dapat diberikan oleh pelaku usaha mengenai persetujuan yaitu apakah konsumen setuju dengan perjanjian tersebut atau tidak.

425. Bagi pihak pelaku usaha juga harus diberikan edukasi mengenai hak dan kewajiban sebagai seorang pelaku usaha dalam melaksanakan kegiatannya, supaya mungkin bagi para pihak pelaku usaha awam yang belum paham hak dan kewajibannya sebagai pelaku usaha dapat juga menjalankan kegiatannya sesuai dengan apa yang sudah diatur. Karena tidak menutup kemungkinan bagi mereka yang memang tidak mempunyai niat buruk akan hal-hal yang telah dilarang di dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, kemudian menganggap hal tersebut sebagai hal yang wajar dan tetap melaksanakannya. Oleh karena itu hal tersebut nantinya tidak akan hanya merugikan konsumen, melainkan merugikan pelaku usaha itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdul Atsar dan Rani Apriani. (2019). Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen. Sleman: CV. Budi Utama.
- A. Patra M. Zen dan Daniel Hutagalung. (2006). Panduan Bantuan Hukum di Indonesia, Jakarta: Sentralisme Production.
- Abd. Haris Hamid. (2017). Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia. Makassar: CV. Sah Media
- Ahmadi Miru. (2011). Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Darmono, S. D. (2019). *Bringing Civilizations Together: Nusantara di Simpang Jalan*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Duwi Handoko. (2019). Hukum Penyelesaian Sengketa Konsumen. Pekanbaru: Hawa dan Ahwa
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani. (2000). Hukum Tentang Perlindungan Konsumen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Imam Sjahputra. (2002). Problematika Hukum Internet Indonesia. Jakarta: Prenhalindo.
- Intan Nur Rahmawanti dan Rukiyah Lubis. (2014). Win-Win Solution Sengketa Konsumen. Yogyakarta: Medpress Digital
- I Made Pasek Diantha. (2016). Metodologi Penelitian Hukum Normatif dalam Justifikasi Teori Hukum. Jakarta: Prenada Media Group
- Jonaedi Efendi (2018). Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris. Depok: Prenadamedia Group.
- Nana Supriatna, Mamat Ruhimat, dan Kosim. (2006). Ilmu Pegetahuan Sosial. Bandung: Grafindo Media Pratama.
- Sudaryatmo. (2019). Hukum & Advokasi Konsumen. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Internet:

- 8 Jenis Pajak Penghasilan Badan Usaha Yang Wajib Anda Ketahui, (<https://klikpajak.id/en/blog/pajak-bisnis/jenis-pajak-penghasilan-badan-usaha-atau-perusahaan/>)

Fatimah Kartini Bohang, Pajak Saja Tembus Triliunan Rupiah, Google Dapat Duit Dari Mana?, (<https://tekno.kompas.com/read/2016/09/22/09430037/pajak.saja.tembus.triliunan.rupiah.google.dapat.duit.dari.mana.?page=all>)

Wicaksono Surya Hidayat. (2013). Asal Usul Nama *Google* dan Fakta Unik Lainnya, (<https://tekno.kompas.com/read/2013/06/07/2001406/Asalusul>Nama.Google.dan.Fakta.Unik.Lainnya>)

