

## BAB V PENUTUP

### 1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian mengenai analisis perlindungan konsumen pada bagian-bagian sebelumnya, penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

a. *Affiliate marketer* adalah mereka yang melakukan perdagangan melalui sistem elektronik dengan melakukan promosi melalui media elektronik yang mereka punya, sehingga dapat dikategorikan sebagai pelaku usaha pedagang. Adapun *affiliate marketer* dapat merupakan pelaku usaha dalam negeri maupun luar negeri. Selain itu *affiliate marketer* dapat merupakan pelaku usaha jasa komersial karena tujuan dari *affiliate marketer* adalah mendapatkan keuntungan/laba. Namun, *affiliate marketer* dapat dikategorikan sebagai pelaku usaha barang jika mereka melakukan promosi barang. Maka *affiliate marketer* dapat dikategorikan sebagai pelaku usaha jasa komersil maupun pelaku usaha barang tergantung dengan produk yang dipromosikan oleh *affiliate marketer*.

b. Terdapat perbedaan pertanggungjawaban tergantung dengan hubungan hukum para pihak. Jika hubungan antara *affiliate marketer* dengan pedagang adalah hubungan kemitraan maka para pihak memiliki hubungan sejajar. Berbeda jika hubungan antara *affiliate marketer* dengan pedagang adalah hubungan kerja maka pedagang bertanggung jawab jika konsumen mengalami kerugian, hal ini didasari oleh *vicarious liability* Pasal 1367 KUHPerdara.

Terdapat dua bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap konsumen, yaitu tanggung jawab kontraktual serta tanggung jawab produk. Hubungan antara *affiliate marketer* dengan konsumen memiliki perjanjian, jika *affiliate marketer* mempromosikan barang dengan rinci maka prestasinya terukur sehingga dapat dimintakan tanggung jawab

kontraktual. Namun, jika prestasi tidak terukur maka dapat dimintakan pertanggungjawaban berdasarkan perbuatan melawan hukum. Tidak jauh berbeda jika jasa yang ditawarkan adalah berdasarkan hasil sehingga prestasinya terukur maka pertanggungjawaban didasarkan pada wanprestasi. Sedangkan jika berdasarkan proses sehingga prestasinya tidak terukur maka didasarkan pada perbuatan melawan hukum.

## 2. Saran

Berdasarkan kesimpulan sebagaimana yang telah diuraikan di atas maka saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

- a. Sebagai *affiliate marketer* harus memahami dengan baik mengenai produk yang dipromosikan sehingga dapat memberikan informasi yang baik dan jelas. Selain memberikan informasi mengenai produk yang jelas harus memberikan informasi yang jelas juga mengenai dirinya sebagai *affiliate marketer* sebagai pihak yang akan mendapat komisi jika konsumen membeli melalui *link affiliate marketer*. Dengan demikian konsumen dapat memahami secara menyeluruh mengenai produk dan juga mengenai kedudukan *affiliate marketer*. Selain memahami barang atau jasa yang akan dipromosikan *affiliate marketer* harus memahami dan membaca dengan cermat kontrak antara dirinya dengan pedagang agar memahami hak dan kewajiban serta apa saja yang dapat diperbuatnya atau yang tidak dapat diperbuatnya sebagai *affiliate marketer*.
- b. Konsumen sebaiknya sebelum membeli sebuah produk melalui sistem elektronik melakukan riset dengan baik terlebih dahulu. Konsumen harus membaca secara menyeluruh mengenai informasi sebuah produk yang akan mereka beli dan memahami dengan baik hak apa saja yang dimiliki konsumen. Tidak kalah penting, selain memahami hak sebagai konsumen perlu juga mempelajari mengenai kewajiban pelaku usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

A. Dwi Rachmanto, Keabsahan Kontrak Elektronik dan *Strict Liability* Dalam Kontrak Elektronik, Karya Ilmiah Akademisi & Praktisi Hukum, Yrama Widya, Bandung, 2022.

Arista Prasetyo Adi, Ridwan Sanjaya, *Cari Duit dari Bisnis Afiliasi Lokal* Jakarta, PT Elex Media Komputindo.

Andy Prasetyo Wati, et.al., Digital Marketing, Malang, 2020.

Az. Nasution, Hukum Perlindungan Konsumen, Suatu Pengantar, Didit Media, Jakarta, 2007.

Bruce C. Brown, The Complete Guide to Affiliate Marketing On The Web, Atlantic Publishing Group, United States, 2009.

Celina Tri Siwi Kristiyanti, Hukum Perlindungan Konsumen, Sinar Grafika, Jakarta.

Dave Chaffey, et.al. Internet Marketing Strategy, Implementation and Practice, Pearson Education Limited, England, 2006.

Dave Chaffey, et.al. Digital Marketing, Pearson, United Kingdom, 2019.

Johannes Gunawan, et.al, Perjanjian Baku Masalah dan Solusi, *Deutsche Gesellschaft fur Internastionale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH*, 202.

Philip Kotler, et.al, Principles of Marketing, Pearson, New Jearsey, USA, 1999.

Philipp Stoebel, *Affiliate Marketing as a Strategy for E-Commerce*, German, 2016.

Simon Goldschmidt, et.al., *Strategic Affiliate Marketing*, United Kingdom, 2003.

### **Jurnal**

Ayu Mirah Anjasmara Putri, I Gede Sanica, "Digital Marketing Strategy To Survive During Covid-19 Pandemic", *International Journal of Economics, Business and Accounting Research* Vol. 6, No. 1 Maret 2022.

Ayu Safitri, *Website Paramita Member Club Dengan Menerapkan Model Affiliate Marketing*, *Jurnal Teknologi Informasi* Vol 2 No. 2

Aisyah, et.al. Tinjauan Yuridis Dalam Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Halal Oleh Pelaku Usaha (Studi Pada Warung Bakso Riski), *Jurnal Ilmu Hukum*, Volume 10 Nomor 2, Desember

<sup>1</sup>Beti Nur Hayati, et.al, *Kemitraan Sebagai Strategi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Program CSR Batik Cap Pewarna Alami di PT. Semen Gresik Pabrik Tuban*, *Jurnal Sosiologi USK*, Vol. 11, No. 1, Juni 2017

Desrini Ningsih, et.al., "Strategi Pemilihan Channel Penjualan Sebagai Implementasi Dalam Model Afiliasi Bisnis Pengelolaan Hotel Non Jaringan di Kota Batam", *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen* Vol. 4 No. 3 Oktober 2019.

<sup>1</sup>Eurika Hasanah Rohmah, et.al, *Pelanggaran Kesepakatan Hak Asuh Anak Dihubungkan Dengan Asas Pacta Sunt Servanda dan Peraturan Perundang-undangan Terkait: Studi Kasus Putusan MA No. 2021k/Pdt/2020*, *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, Volume 6, Nomor 1, Juni 2022

Fathur Rahman, "Praktik Affiliate Marketing pada Platform E-Commerce dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah", *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, Vol.6, No. 1, April 2022. Hlm. 25. DOI: 10.35316/istidlal.v6i1.407

Gita Sagita, et.al. Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07, *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, Vol.1, No. 3 September 2022.

Gregory T. Gundlach, et.al, The American Association's New Definition of Marketing: Perspective and Commentary on the 2007 Revision, *Journal of Public Policy & Marketing* Vol. 28, November 2009.

Henni Muchtar, "Analisis Yuridis Normatif Sinkronisasi Peraturan Daerah Dengan Hak Asasi Manusia", *Humanus* Vol. XIV No. 1 tahun 2015

Lisnawaty W. Badu, Jufryanto Puluhulawa, Vifi Swarianata, (2022), "Discourse on Affiliate Marketing Platform Trading/Investment from Indonesian Legal Perspective" in 3 rd International Conference on Law Reform (3rd INCLAR), *KnE Social Sciences*, hlm. 138. DOI 10.18502/kss.v7i15.12084

Muhammad Fadli Prathama, " Penerapan Metode Pemasaran Affiliate Pada Digital Marketing Sistem Informasi Penerimaan Mahasiswa Baru", *Jurnal INTEK* Vol. 4 No. 1 Mei 2021

Muhammad Robitul Anam, et.al, Tinjauan Yuridis Tentang Konsep Penjual Sebagai Pelaku Usaha Yang Menjual Barang dan Atau Jasa Secara Temporal, *Novum : Jurnal Hukum*, Volume 9, Nomor 4 Oktober 2022.

Nwogu, Cecilia Ugochukwu Kechinyerem, Affiliate Marketing Concept and Performance of Online Businesses in Nigeria, *Journal of Marketing and Consumer Research*, Vol.52, 2019

Ratna Artha Windari, Pertanggungjawaban Mutlak (*Strict Liability*) Dalam Hukum Perlindungan Konsumen, Jurnal Komunikasi Hukum Volume 1, Nomor 1, Februari 2015

Tami Rusli, Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen, Pranata Hukum Volume 7 Nomor 1 Januari 2012

### **Tesis**

Anastasia Mariussen, A Grounded Theory of Affiliate Marketing Performance Measurement in the Tourism and Hospitality Context.

Ali Norouzi, An Integrated Survey In Affiliate Marketing, Press Academia Procedia.

Barbora Benediktova, et.al. Affiliate Marketing Perspective of Content Providers.

Dicky Wahyudy Sihombing, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Pelaksanaan Kontrak Elektronik Ditinjau Dari Peraturan Perundang-Undangan.

Fredy Rutdi A, Cara Kerja Search Engine (Mesin Pencari).

Fabian Laurenz Maile, Artificial Intelligence and Big Data in Affiliate Marketing.

Grace Joice S.N. Rumimper, Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Melalui Internet.

Indah Parmitasari, Implementasi Kontrak Elektronik Dalam Transaksi Elektronik.

Peter Snyder, et.al. No Please, After You : Detecting Fraud in Affiliate Marketing Networks”

Ritesh Dwivedi, Analyzing Impact of Affiliate Marketing on Consumer Behavior with M-Commerce Perspective.

S Veleva, et.al. Characteristics of the Digital Marketing Advantages and Disadvantages, IOP Conferece Series: Material Science and Engineering.

Yogesh K. Dwivedi, et.al, “Affiliate Marketing: An Overview and Analysis of Emerging Literature”*The Marketing Review*

### **Internet**

Diakses melalui

[https://simdos.unud.ac.id/uploads/file\\_pendidikan\\_1\\_dir/43858ee8a363f2868ab4e04e3c3334bd.pdf](https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/43858ee8a363f2868ab4e04e3c3334bd.pdf)

Kementerian Perdagangan BPHN, Naskah Akademik Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Naskah Akademik, 2020,  
<https://jdih.kemendag.go.id/monografi/detail/683>

<https://www.domainesia.com/tos/#sla> diakses 24 May 2023 pukul 22.16 WIB.

[https://promo.gramedia.com/gramedia-affiliate-program/?utm\\_source=blog&utm\\_medium=ContentMarketing&utm\\_campaign=GamediaAffiliateProgramLinkGamediaAffiliateProgram](https://promo.gramedia.com/gramedia-affiliate-program/?utm_source=blog&utm_medium=ContentMarketing&utm_campaign=GamediaAffiliateProgramLinkGamediaAffiliateProgram) diakses 24 May 2023 pukul 01.30 WIB.

### **Peraturan Perundang-Undang**

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

**Bahan Perkuliahan**

Johannes Gunawan, Bahan Perkuliahan Hukum Perlindungan Konsumen, Universitas Katolik Parahyangan, Fakultas Hukum