

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

1. Perdagangan *thrift ball* melalui TikTok Shop melanggar hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 UUPK Tahun 1999, antara lain tidak memberikan nilai yang sebanding dengan harga, menyembunyikan informasi yang akurat, mengabaikan keluhan konsumen, tidak bertransaksi secara adil, serta menghalangi pengajuan ganti rugi. Hal ini diperparah dengan adanya transaksi di luar sistem resmi TikTok Shop dan pemblokiran akses komunikasi konsumen oleh pelaku usaha. Meskipun demikian, konsumen tetap memiliki landasan hukum yang kuat untuk menuntut haknya, baik melalui jalur preventif berupa regulasi dan pengawasan BPKN, maupun jalur represif melalui non-litigasi (BPSK dan LPKSM) hingga litigasi berupa gugatan perdata ke Pengadilan Negeri berdasarkan UUPK jo. Pasal 1365 KUHPerdata.
2. Bukti menunjukkan bahwa pelaku usaha penjual *thrift ball* melalui TikTok Shop telah melanggar Pasal 7 huruf a, b, dan g serta Pasal 19 ayat (1) UU No. 8 Tahun 1999, di mana pelaku usaha mengirim barang yang telah diverifikasi melalui video diganti dengan barang berbeda dan cacat, serta upaya menghindari tanggung jawab dengan memutus seluruh kontak dengan konsumen. Perilaku ini juga tergolong wanprestasi berdasarkan Pasal 1243 KUHPerdata yang dilakukan dengan itikad buruk, sehingga dengan menerapkan prinsip tanggung jawab mutlak dan kelalaian, pelaku

usaha bertanggung jawab penuh untuk memberikan ganti rugi atas kerugian materiil maupun immateriil yang diderita konsumen.

4.2 Saran

1. Bagi konsumen *thriftling* online sebaiknya tidak lagi menaruh kepercayaan penuh pada pelaku usaha, melainkan membiasakan diri mendokumentasikan setiap bukti transaksi seperti video verifikasi barang, tangkapan layar percakapan, dan bukti pembayaran karena dari kasus yang penulis teliti, justru bukti-bukti semacam itulah yang menjadi penyelamat ketika pelaku usaha memutus seluruh akses komunikasi.
2. Bagi pelaku usaha, diharapkan senantiasa melangsungkan kegiatan usahanya dengan itikad baik dan selalu menerapkan prinsip kejujuran dalam setiap transaksi. Pelaku usaha harus menyadari bahwa tindakan yang merugikan konsumen akan menimbulkan konsekuensi hukum berbentuk kewajiban ganti rugi secara perdata seperti ditetapkan melalui UUPK.
3. Bagi penegakan hukum terhadap pelaku usaha *thriftling* yang tidak beritikad baik, saat ini masih terlalu membebani konsumen untuk menyelesaikan masalahnya sendiri baik lewat BPSK maupun litigasi padahal seharusnya BPKN dan LPKSM bisa lebih proaktif mengawasi tren jual beli barang bekas di media sosial, mengingat pola kerugian dalam kasus ini berpotensi terulang dan menimpa banyak konsumen lain dengan modus yang serupa.