

Tanggung jawab transaksi elektronik melalui market place terhadap iklan elektronik yang menyesatkan pada konsumen ditinjau dari undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen = Responsibility of electronic transactions through market place against electronic advertising misleading consumers judging from law no 8 of 1999 on consumer protection

Gerry Janatra Gusti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20458674&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Skripsi ini membahas mengenai tanggung jawab transaksi elektronik melalui market place terhadap iklan yang menyesatkan pada konsumen. Jenis penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dan keseluruhannya dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya kewajiban tanggung jawab dari pelaku usaha maupun penyelenggara sistem elektronik terhadap iklan yang menyesatkan kepada konsumen yang termuat dalam Undang-Undang perlindungan Konsumen dan peraturan lainnya. Hasil penelitian menyarankan bahwa perlu adanya evaluasi yang dilakukan oleh penyelenggaraan sistem elektronik secara aktif terhadap kegiatan pedagang yang termasuk konten iklan yang akan dibuat maupun diedarkan kepada konsumen agar hak dan kewajiban dari para pihak tercapai dengan baik.

ABSTRACT

This research explains about the responsibility of electronic transactions through marketplace towards advertisements that are misleading for consumers. This research is a qualitative research that uses normative juridical as the type of research. This research shows that both businesspeople and electronic system organizers have to be responsible of misleading advertisements, as it is stated in the consumer protection law and other regulations. The result suggests that an active evaluation conducted by the organizers towards the traders regarding their activities including the content of their advertisements is needed so that the rights and the obligations of all parties are well fulfilled.