

Tinjauan Yuridis Terkait Perlindungan Konsumen dalam Pemberian Persetujuan untuk Pengiriman Surat Elektronik Pemasaran oleh Pelaku Usaha E- Commerce Melalui Metode Opt-In (Studi Komparatif antara Indonesia dan Kanada) = Juridical Review Regarding Consumer Protection in Giving Approval for Sending Marketing Electronic Mail by E-Commerce Business Actors Using the Opt-In Method (Comparative Study between Indonesia and Canada)

Yabunaya Salsabila Yuniar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920519152&lokasi=lokal>

Abstrak

Pengiriman surat elektronik pemasaran atau dikenal dengan email marketing yang dilakukan tanpa persetujuan sah secara eksplisit telah menjadi suatu masalah yang mengganggu kenyamanan konsumen. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu permintaan persetujuan yang dilakukan oleh pelaku usaha melalui metode opt-in kepada konsumen sebelum dapat melaksanakan pengiriman surat elektronik pemasaran. Dalam hal ini, tidak adanya pembatasan metode opt-in yang dapat digunakan menimbulkan kebingungan bagi konsumen, dan bagi pelaku usaha dalam mengaplikasikannya dalam formulir permintaan persetujuan terkait. Hal tersebut dapat mengancam pemenuhan hak konsumen atas rasa aman dan nyaman. Penelitian ini dilakukan dalam bentuk penelitian yuridis normative serta pendekatan komparatif dimana Penulis membandingkan peraturan serta penerapan opt-in di Indonesia dan Kanada. Hasil dari penelitian dalam penyusunan skripsi ini adalah bahwa pengaturan metode permintaan persetujuan opt-in di Indonesia belum cukup melindungi konsumen walaupun telah terdapat kewajiban bagi pelaku usaha untuk mendapatkan persetujuan konsumen sebelum dapat mengirimkan surat elektronik pemasaran e-commerce. Sementara itu, Kanada telah mengatur metode opt-in secara lebih terbatas dengan melarang metode opt-out seperti pre-checked boxes serta permintaan persetujuan langsung melalui surat elektronik. Penelitian ini menyarankan agar Indonesia memberikan panduan lebih terkait penerapan metode opt-in dalam rangka melindungi konsumen dan mempermudah pelaku usaha dalam meminta persetujuan.

.....Marketing electronic mail, also known as email marketing, which is carried out without explicit valid approval has become a problem that disturbs consumer comfort. Therefore, a request for approval is required by business actors through the opt-in method to consumers before sending marketing e-mails. In this case, the absence of restrictions on the opt-in method that can be used creates confusion for consumers, and for business actors in applying it in the related approval request form. This can threaten the fulfillment of consumer rights to a sense of security and comfort. This research was conducted in the form of normative juridical research and a comparative approach in which the author compared the regulations and implementation of opt-in in Indonesia and Canada. The results of the research in the preparation of this thesis are that setting the opt-in approval request method in Indonesia is not enough to protect consumers even though there is an obligation for business actors to obtain consumer approval before sending e-commerce marketing e-mails. Meanwhile, Canada has regulated the opt-in method in a more limited way by prohibiting opt-out methods such as pre-checked boxes and direct approval requests via electronic mail. This research suggests that Indonesia should provide more guidance regarding the application of the opt-in method in order to protect consumers and make it easier for business actors to seek approval.