

## PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN AKIBAT KECURANGAN OKNUM PELAKU USAHA DI *E-COMMERCE*

**Ayunda Deftaning Rahma Adi<sup>1</sup>, Eko Wahyudi<sup>2</sup>**

Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur,

Email: <sup>1</sup>Ayundadefta@gmail.com

<sup>2</sup>ekow.ih@upnjatim.ac.id

### **Abstrak:**

Perkembangan perdagangan pada saat ini berbasis teknologi internet yang dikenal dengan Jual Beli *Online* yang biasa disebut dengan *E-Commerce*. Semakin ketatnya persaingan membuat beberapa oknum pelaku usaha melakukan kecurangan yang membuat kerugian bagi konsumen. Salah satunya adalah kerugian konsumen akibat ketidaksesuaian pembelian barang diskon kilat (*flash sale*) di *E-Commerce*. Penelitian ini akan membahas terkait perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan akibat ketidaksesuaian pembelian barang diskon kilat (*flash sale*) di *E-Commerce*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu yuridis normatif. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat pelaku usaha di *E-Commerce* yang melakukan kecurangan dalam mengirimkan produk *flash sale* yang tidak sesuai ke konsumen hal ini tidak sesuai dengan ketentuan pasal 12 UUPK. Dari analisis tersebut diperoleh Kesimpulan bahwa pelaku usaha dalam melakukan jual beli *online* harus menjamin kesesuaian barang yang diterima oleh konsumen pada saat barang dipromosikan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih literatur kepada para pihak dalam melakukan transaksi jual beli *online* agar dapat memperhatikan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

**Kata Kunci:** *Perlindungan Hukum, Konsumen, Diskon Kilat.*

### **Abstract:**

The development of trade at this time is based on internet technology, known as Online Buying and Selling, which is usually called E-Commerce. "Increasing competition has caused some business actors to commit fraud which results in losses for consumers. One of them is consumer losses due to inappropriate purchases of flash sale goods in E-Commerce. This research will discuss legal protection for consumers who are harmed by inappropriate purchases of flash sale goods on e-commerce. The method used in this research is normative juridical. The results of this research are that there are business actors in E-Commerce who commit fraud in sending inappropriate flash sale products to consumers. This is not in accordance with the provisions of Article 12 UUPK. From this analysis, it can be concluded that business actors in carrying out online buying and selling must guarantee the suitability of the goods received by consumers when the goods are promoted. It is hoped that the results of this research can contribute to the literature for parties carrying out online buying and selling transactions so that they can pay attention to applicable laws and regulations.

**Keywords:** *Legal Protection, Consumers, Flash Sale.*

## Pendahuluan

Jual-beli merupakan aktivitas biasa yang terjadi di kehidupan manusia. Perkembangannya yang sangat pesat dalam bidang teknologi, dan manusia mengikuti perubahan itu dalam pola aktivitas yang terjadi. Tidak hanya dimanfaatkan untuk sarana komunikasi, namun saat ini juga dijadikan untuk bidang perdagangan atau jual beli secara online.<sup>1</sup> Perdagangan dilakukan dengan menggunakan cara bertatap muka secara langsung untuk barter barang yang dijual maupun yang dibeli, dengan adanya media elektronik yang berbasis internet dapat memudahkan pelaku usaha untuk menjalankan usahanya dan mempermudah para pelaku usaha untuk menjalankan usahanya dan memberikan kesempatan bagi dunia bisnis yang semakin hari semakin kompetitif. Perkembangan perdagangan pada saat ini berbasis teknologi internet yang dikenal dengan Jual Beli Online yang nantinya diharapkan dengan adanya Jual Beli Online dapat untuk memanfaatkan teknologi tersebut sebagai sarana memasarkan kegiatan Jual Beli Online menembus batas lintas negara dan wilayah.

*E-commerce* sendiri merupakan suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam suatu hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, jasa, dan peralihan hak.<sup>2</sup> Pada transaksi jual beli melalui internet, para pihak di dalamnya melakukan hubungan hukum yang di ruangkan secara elektronik. *Electronic Commerce* atau perdagangan elektronik yaitu Transaksi jual beli pada internet yang tidak berbeda dengan perdagangan pada umumnya, yang menjadi pembeda adalah media yang mempertemukan. Persaingan yang semakin ketat antar pelaku usaha di *E-commerce* tak jarang membuat para pelaku usaha melakukan upaya untuk menaikkan kapasitas penjualannya di *E-commerce* yang digunakan. Banyak dari pelaku usaha menggunakan momen-momen yang diberlakukan oleh platform jual beli online untuk menarik perhatian konsumen. Barang yang dijual rata-rata memiliki harga yang sangat miring, bahkan terkadang mendapatkan potongan setengah harga dari harga asli. Hal ini memicu terjadinya kecurangan terhadap oknum pelaku usaha yang tidak jujur dalam menjual produk yang dijual dan yang dikirimkan ke konsumen.

Ketidaksesuaian barang yang dikirimkan ini rupanya menjadi hal yang cukup merugikan, khususnya bagi konsumen yang mengharapkan barang yang dibelinya namun ternyata saat tiba, barang tersebut tidak sesuai dengan yang dibeli. Beberapa alasan seperti kesalahan sistem harga dari pihak *E-commerce* menjadi tameng bagi pelaku usaha yang tidak mau bertanggung jawab kepada konsumennya. Banyaknya kasus barang tidak sesuai dengan gambar maupun yang dideskripsikan ini terjadi di *E-commerce* menunjukkan lemahnya posisi konsumen dalam jual beli online, meskipun demikian bukan berarti penjual atau pelaku usaha bebas menjual barang mereka tanpa mematuhi regulasi yang berlaku. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan gambar yang tertera di toko maupun pada saat periode diskon kilat yang mereka ikuti. Pelaku usaha pada pasar online harus mengetahui bagaimana tanggung jawab mereka dalam melakukan transaksi elektronik di *E-commerce* sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen. Adanya aturan mengenai transaksi elektronik dan aturan mengenai perlindungan konsumen belum terlaksana dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari kasus yang terjadi dalam penelitian ini mengenai transaksi jual beli online ini. Penyelesaian kasus yang tidak maksimal dan juga hak-hak konsumen sering diabaikan. Sebagian besar kasus yang tidak selesai, hal ini dikarenakan konsumen lebih memilih untuk tidak mempermasalahkannya. Selain itu,

---

<sup>1</sup> Dewi, Radix Prima. (2019) "*Sosial Media Sebagai Sarana Jual Beli Online.*" hal. 1.

<sup>2</sup> Purbo, Onno W. dan Wahyudi, Aang Arif. (2001). *Mengenal E-Commerce*. Jakarta: Elex Media Komputindo, hal. 34

tahapan penyelesaian permasalahan terkesan berbelit-belit seperti dalam pengajuan komplain (keluhan) oleh konsumen yang tidak ditanggapi dengan cepat oleh penjual.

Pada realita yang terjadi pada masyarakat, tidak seluruh pelaku usaha memperhatikan hak-hak konsumen dalam memproduksi/ atau memperdagangkan suatu produk. Hal ini tampak pada Official Store Zola di aplikasi Shopee yang telah melakukan kesalahan pengiriman barang kepada konsumennya dengan alasan barang yang dijual mendapatkan kesalahan sistem harga flashsale dari Shopee, sehingga mengirimkan barang yang berbeda dari yang dipesan oleh konsumennya. Berdasarkan artikel yang ditulis Riki, selaku konsumen yang merasa dirugikan oleh toko *Official Store Zola* menuliskan kekesalannya di media maya karena barang yang dipesan melalui Aplikasi Shopee berbeda dengan yang dikirimkan.<sup>3</sup> Toko *official store Zola* yang menjual berbagai macam alat elektronik tersebut mengatakan bahwa kesalahan barang yang dikirimkan kepada Riki dikarenakan kesalahan sistem harga dari pihak Shopee, sehingga toko tersebut mengirimkan barang yang seharga dengan nominal yang tertera tanpa memperdulikan tanggung jawabnya kepada konsumen.

Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, *Official Store Zola* telah melanggar pasal 8 ayat (1) f, yang menyebutkan bahwa perbuatan yang dilarang pelaku usaha adalah dilarang memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang. Dalam artikel yang ditulis Riki, *Official Store Zola* telah mengirimkan barang yang berbeda dari etalase yang dipesan oleh Riki. *Official Store Zola* mengirimkan barang lain dengan barang yang seharga dengan harga *flash sale* barang yang dipesan Riki. Selain itu, *Official Store Zola* juga melanggar pasal 9 ayat (1) huruf a, yang menyebutkan bahwa pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang secara tidak benar seolah-olah barang tersebut telah memenuhi atau memiliki potongan harga atau harga khusus. Dalam hal ini, *Official Store Zola* membiarkan konsumennya membeli barang yang seharusnya tidak mendapatkan harga khusus atau *flash sale*, sehingga mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan pesanan konsumen.

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui bagaimana perlindungan konsumen bagi konsumen yang dirugikan akibat ketidaksesuaian pembelian barang diskon kilat (flash sale) di *E-Commerce*, sehingga dapat berakibat hukum bagi pelaku usaha sesuai dengan isi Undang-Undang nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan juga dapat memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam melakukan transaksi jual beli melalui *platform digital* yang ketidaksesuaian pembelian barang diskon kilat (flash sale) di *E-Commerce* oleh konsumen.

## Metode Penelitian

Penulis dalam melakukan penulisan artikel ilmiah ini, menggunakan Jenis penelitian yaitu penelitian yuridis normatif. Penelitian yuridis empiris yakni hukum diteorikan sebagai apa yang dimuat dalam peraturan perundang-undangan atau hukum itu diteorikan sebagai suatu aturan yang menjadi acuan manusia dalam berperilaku yang pantas. Dalam penelitian yuridis normatif ini didasarkan pada bahan hukum primer dan sekunder yang mengarah pada setiap norma yang dimuat dalam perundang-undangan. Pada proses pemecahan persoalan yang ada dalam topik artikel ilmiah ini dengan menggunakan pendekatan perundang undangan (*statute approach*) serta pendekatan konseptual (*conceptual approach*) sehingga dapat mengetahui bagaimana perlindungan terhadap konsumen dalam melakukan transaksi jual beli melalui *platform digital* yang ketidaksesuaian pembelian barang diskon kilat (*flash*

---

<sup>3</sup> "barang yang dikirim berbeda dengan alasan kesalahan sistem harga shopee" <https://mediakonsumen.com> diakses pada 24 Maret 2024 pukul 15.48 WIB

sale) di *E-Commerce* oleh konsumen. Data ini ditemukan dari buku, artikel, dan bahan bacaan lainnya yang relevan dengan penelitian guna memperdalam subjek serta objek penelitian.

## **Pembahasan**

### **Perlindungan Hukum bagi Konsumen yang Dirugikan Akibat Ketidaksesuaian Pembelian Barang Diskon Kilat (*flash sale*) di *E-Commerce***

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kerugian merupakan menanggung atau menderita rugi. Kerugian dapat diartikan sebagai suatu kehilangan atau kekurangan yang dialami oleh seseorang atau suatu kelompok. Kerugian dapat bersifat material, seperti kerugian finansial ketika seseorang kehilangan uang dalam investasi yang gagal, kerugian properti akibat bencana alam, atau kerugian bisnis akibat penurunan penjualan. Dalam hal ini, kerugian yang dimaksud adalah tindakan seseorang yang mengakibatkan orang lain rugi. Pengertian kerugian menurut Nieuwenhuis adalah berkurangnya harta kekayaan pihak yang satu, yang disebabkan oleh perbuatan (melakukan atau membiarkan) yang melanggar norma oleh pihak lain.<sup>4</sup> Sedangkan menurut Wirdjono Prodjodikoro kerugian harus diartikan dalam arti yang luas yaitu tidak hanya mengenai harta kekayaan saja melainkan juga mengenai kepentingan-kepentingan lain dari seorang manusia yaitu tubuh, jiwa dan kehormatan seseorang.<sup>5</sup>

Pada kasus yang diambil, kerugian yang dialami oleh konsumen pada salah satu *E-Commerce* yakni Shopee terjadi karena ketidaksesuaian barang yang dikirim oleh pelaku usaha kepada konsumen dengan alasan kesalahan sistem harga diskon kilat atau *flash sale* tanpa diketahui oleh konsumen. Konsumen tersebut membeli sebuah *wireless mic* dengan harga *flash sale* dari harga asli Rp. 1.199.000 menjadi Rp. 106.900. Karena diskon tersebut merupakan *flash sale* yang memiliki jangka waktu yang singkat, konsumen tersebut langsung melakukan transaksi dan pembelian tersebut diterima oleh *Official Store Zola Indonesia* selaku toko yang sedang mengikuti program *flash sale* di Shopee. Zola Indonesia pun memproses barang yang dipesan oleh konsumen dan mengirimkan melalui jasa layanan pengiriman barang. Setelah beberapa hari proses pengiriman, barang akhirnya tiba. Namun saat barang yang sudah dipesan datang dan dibuka, ternyata barang tersebut bukanlah barang yang dipesan melalui Shopee. Tentu saja hal ini tidak sesuai dengan perjanjian yang dilakukan saat jual beli online berlangsung. Kerugian konsumen ini berupa ketidaksesuaian dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang pada *E-Commerce*. Hal ini sesuai dengan penjelasan pasal 8 (ayat) 1 huruf f Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang menyebutkan tentang larangan pelaku usaha terhadap konsumen agar tidak terjadi kerugian oleh konsumen.

Kerugian konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen mencakup berbagai bentuk kerugian, termasuk kerugian harta kekayaan dan kerugian personal, serta berbagai bentuk ganti rugi yang dapat diberikan oleh pelaku usaha. Kriteria kerugian konsumen dapat dilihat melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mengatakan bahwa kriteria tersebut termasuk dalam kerusakan atau kehilangan barang yang dibeli atau disewa, kerugian yang timbul akibat kecacatan atau ketidaksesuaian barang atau jasa dengan standar yang dijanjikan atau diharapkan, kerugian gangguan kesehatan yang timbul akibat penggunaan barang atau jasa yang tidak sesuai dengan standar kesehatan, kecelakaan akibat memakai atau menggunakan barang jasa, kerusakan harta benda akibat penggunaan barang atau jasa, kerusakan lingkungan akibat pencemaran atau kerusakan lingkungan akibat produk

---

<sup>4</sup> Nieuwenhuis. (1985). *Pokok-Pokok Hukum Perikatan, Terjemahan Djasadin Saragi*, Surabaya: universitas airlangga, Hal.57.

<sup>5</sup> Wirdjono Prodjodikoro. (1984). *Perbuatan Melanggar Hukum*. Jakarta: Sumur Bandung, Hal.20-21.

atau jasa yang digunakan, kerugian hak konstitutif terkait dengan pelanggaran hak-hak konsumen yang dijamin oleh konstitusi atau undang-undang perlindungan konsumen.

Kerugian yang dialami oleh konsumen dalam kasus ketidaksesuaian pembelian barang diskon kilat masuk dalam kriteria kerugian yakni kecacatan berupa ketidaksesuaian barang yang dikirim oleh pelaku usaha dan juga kerugian hal konstitutif, yang dalam hal ini konsumen tidak mendapatkan hak-haknya sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen meskipun dalam pembelian barang atau produk tersebut konsumen mendapatkan harga yang lebih murah lantaran mendapatkan harga diskon kilat, namun konsumen yang mengalami kerugian atas ketidaksesuaian barang ini mendapatkan kekecewaan dan juga kerugian dalam hal kehilangan waktu untuk dapat mendapatkan barang yang diinginkan, mengingat konsumen tersebut membeli di *E-Commerce* dengan pengiriman yang membutuhkan waktu beberapa hari.

Perlindungan hukum dibagi menjadi menjadi dua jenis, yaitu perlindungan hukum melalui jalur litigasi dan non-litigasi. Dalam perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan akibat ketidaksesuaian pembelian barang diskon kilat/ *flash sale* di *E-Commerce*, perlindungan hukum yang diambil menggunakan jalur non litigasi atau diluar persidangan. Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yang mengatur tentang perlindungan konsumen, aturan umum mengenai pengertian perlindungan konsumen itu sendiri diatur dalam pasal 1 ayat (1) yang menyebutkan bahwa Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Banyak dari konsumen dianggap dan diperlakukan sebagai pihak yang sangat mudah dipengaruhi untuk mengkonsumsi segala yang berbentuk barang atau jasa baik melalui iklan, promosi, dan penawaran lainnya.<sup>6</sup> Maka dari itu perlindungan hukum bagi konsumen perlu diperhatikan secara baik, sehingga pelanggaran terhadap hak-hak konsumen dapat dicegah. "Kegiatan transaksi dalam membeli atau menjual barang di aplikasi belanja online menimbulkan hak serta kewajiban antara penjual (pelaku usaha) dan pembeli (konsumen), hak dan kewajiban tersebut telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pada Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen juga menyebutkan bahwa konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian jika barang yang diterima tidak sesuai dengan informasi yang diberikan. Hal ini termasuk ketidaksesuaian kualitas, kondisi, dan jaminan barang serta jasa yang ditawarkan. Konsumen juga berhak mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Pada Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) menentukan bahwa informasi yang disediakan oleh pelaku usaha harus lengkap, benar, dan jelas, termasuk syarat kontak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Hal ini penting untuk memberikan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online.

Ketentuan yang diatur oleh UUPK menegaskan bahwa penjual harus memberikan informasi harga yang jelas untuk membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian yang tepat dan tidak menyesatkan dalam membandingkan harga antara berbagai penjual. Namun, munculnya praktik *flash sale* dalam kegiatan jual beli melalui sistem *elektronik* menjadi celah beberapa pelaku usaha yang menggunakan taktik tersebut untuk menarik perhatian konsumen dengan mengelabui informasi harga. Terlebih lagi, *flash sale* yang berlangsung dengan singkat tersebut membuat pelanggan tidak memiliki cukup waktu untuk membandingkan harga dengan teliti. Dalam era digital yang semakin kompleks dan berubah dengan cepat, UUPK tidak secara cukup rinci dan responsif terhadap tantangan yang muncul dalam E-Commerce sehingga dalam diperlukan hukum progresif yang mengakui bahwa peraturan harus berkembang dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi, perubahan

---

<sup>6</sup>Happy Susanto. (2008). "*Hak-Hak Konsumen Jika dirugikan*", Jakarta:Visi Media, Hal. 4.

praktik bisnis, dan perubahan sosial. Hal ini bertujuan untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dengan menjamin terpenuhinya hak-haknya dalam kegiatan jual beli di *E-commerce*.

Pada kasus yang diambil, perlindungan hukum yang digunakan adalah menggunakan penyelesaian di luar pengadilan (Non Litigasi). Kerugian konsumen pada kasus terjadi pada tahun 2020, konsumen *marketplace* Shopee mengalami kerugian akibat kecurangan yang dilakukan oleh salah satu pelaku usaha. Kerugian yang dialami berupa ketidaksesuaian barang yang diterima dari pembelian barang diskon kilat (*Flash Sale*) di *E-Commerce*. Pelaku usaha mengatakan bahwa diskon yang diberikan kepada produk yang dibeli konsumen mendapatkan kesalahan sistem harga, sehingga pelaku usaha mengirimkan barang lain yang tidak sesuai dengan barang yang dibeli oleh konsumen. Tentu saja pelaku usaha tersebut telah melanggar pasal 8 ayat (1) huruf f, dan juga pasal 9 ayat (1) huruf a Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Oleh karena itu, sesuai dengan Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, maka pelaku usaha tersebut seharusnya memberikan ganti rugi kepada konsumen yang dirugikan dengan memberikan penggantian barang yang sesuai dengan barang yang dibeli oleh konsumen tersebut. Konsumen dapat mengajukan klaim atas kerugian yang diterima dengan beberapa syarat, yakni dapat mengumpulkan bukti, dalam hal ini konsumen dalam kasus ini telah memberikan bukti berupa tangkapan layar pembayaran dari hasil proses pembelian diskon kilat, bukti tangkapan layar gambar barang yang dibeli dan foto dari barang yang diterima. Kemudian penyampaian klaim, dalam kasus ini konsumen sudah melakukan klaim secara rinci kepada pelaku usaha melalui fitur chat yang disediakan oleh platform *E-Commerce*. Dalam klaim ini harus menggambarkan secara jelas kerugian yang diderita. Setelah melakukan klaim, maka pelaku usaha dapat melakukan menyelesaikan sengketa melalui negosiasi atau proses hukum. Pada kasus yang terjadi, pelaku usaha menolak untuk mengganti barang tersebut dengan dalih diskon kilat yang konsumen dapat merupakan kesalahan harga dari pihak *E-Commerce* sehingga pelaku usaha tidak mau mengganti barang tersebut.

### **Tanggung Gugat Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Akibat Ketidaksesuaian Pembelian Barang Diskon Kilat (*flash sale*) di *E-Commerce*.**

Pelaku usaha di dalam menjalankan kegiatan usahanya tidak hanya dibebani hak dan kewajiban saja, akan tetapi di dalam Undang - Undang Perlindungan Konsumen juga menyatakan secara tegas mengenai beberapa kegiatan yang dilarang bagi pelaku usaha di dalam mengedarkan dan memperdagangkan produk barang dan/atau jasa.<sup>7</sup> Pelaku usaha dalam mengedarkan, menawarkan, mengiklankan, dan memperdagangkan barang dan/atau jasa yang di produksinya harus dilakukan dengan cara yang baik dan benar sesuai kondisi maupun standar mutu/kualitas barang yang sesungguhnya atau dengan kata lain sesuai dengan wujud aslinya. Pelaku usaha harus bersikap jujur dan terbuka mengenai informasi yang berkaitan dengan harga atau tarif, kondisi sampai dengan jaminan atau hak ganti rugi atas produk yang ditawarkannya kepada konsumen.<sup>8</sup> Pelaku usaha juga dilarang untuk menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu produk barang/ jasa dengan harga atau nominal khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika ternyata pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan kurun waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan atau diiklankan, hal tersebut sebagaimana telah tercantum dalam Pasal 12 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seorang pelaku usah di dalam memperdagangkan produk tidak boleh memaksakan

---

<sup>7</sup> Eli Wuria Dewi. (2015). "*Hukum Perlindungan Konsumen*". Yogyakarta: Graha Ilmu. hal. 62.

<sup>8</sup> M. Nur Rasyid, (2017), "*Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik*", Jurnal Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala, hal. 64

kehendak agar konsumen yang tidak ingin membeli menjadi tertarik untuk membeli karena tipu muslihat yang dilakukan oleh pelaku usaha.<sup>9</sup>

Di samping itu pelaku usaha pun dilarang untuk melakukan pelanggaran terhadap hak-hak konsumen. Hak konsumen secara eksplisit tertera pada Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, antara lain:<sup>10</sup> hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa, hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan, hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen, hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya, dan hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pelanggaran hak pelaku usaha terkait ketidaksesuaian pembelian barang diskon kilat (*flash sale*) di *E-Commerce* tentunya telah melanggar ketentuan yang ada dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Hak konsumen untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan katalog dan nilai tukar sesuai dengan pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak terlaksana. Hal ini terjadi karena masih banyak pelaku usaha yang tidak mengerti mengenai hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha dan minimnya laporan lebih lanjut dari konsumen yang lebih memilih untuk tidak memperpanjang kasusnya. Pada kenyataannya, banyak pelaku usaha yang tidak menanggapi komplain dari konsumen. Konsumen hanya dapat menuliskan kekecewaannya pada fitur ulasan yang berada pada platform jual beli online, alih-alih mendapatkan hak nya untuk mendapatkan ganti kerugian. Tentu saja hal ini sangat merugikan bagi pihak konsumen. Pelaku usaha yang mendapatkan ulasan buruk dari konsumen masih bisa menjualkan barang dagangannya di *E-Commerce*, sedangkan konsumen yang dirugikan tidak mendapatkan pertanggung jawaban apapun. Meskipun tidak semua pelaku usaha lari dari tanggung jawabnya, namun masih banyak beberapa oknum yang tidak mau bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan dari pelaku usaha yang tidak jujur.

Seperti pada kasus yang terjadi pada *Official Store Zola* di aplikasi Shopee yang telah melakukan kesalahan pengiriman barang kepada konsumennya dengan alasan barang yang dijual mendapatkan kesalahan sistem harga flashsale dari Shopee, sehingga mengirimkan barang yang berbeda dari yang dipesan oleh konsumennya. Berdasarkan artikel yang ditulis Riki, selaku konsumen yang merasa dirugikan oleh toko *Official Store Zola* menuliskan kekesalannya di media maya karena barang yang dipesan melalui Aplikasi Shopee berbeda dengan yang dikirimkan. Toko *official store Zola* yang menjual berbagai macam alat elektronik tersebut mengatakan bahwa kesalahan barang yang dikirimkan kepada Riki dikarenakan kesalahan sistem harga dari pihak Shopee, sehingga toko tersebut mengirimkan barang yang seharga dengan nominal yang tertera tanpa memperdulikan tanggung jawabnya kepada konsumen. Dalam hal ini pelaku usaha yakni *Official Store Zola* telah melakukan pelanggaran hak kepada konsumen berupa hak untuk mendapatkan informasi yang jelas mengenai produk dan potongan harga, hak konsumen untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan katalog dan hak untuk mendapatkan ganti rugi atas kerugian yang konsumen dapatkan.

---

<sup>9</sup> *Ibid.* Hal. 66.

<sup>10</sup> Shidarta. (2000). "*Hukum Perlindungan Konsumen*". Jakarta: Grasindo. hal. 4.

Tanggung gugat pada aktivitas jual-beli online, pelaku usaha berpotensi memperoleh tuntutan tanggung gugat, terutama jika produk yang dijual membuat rugi konsumennya. Pelaku usaha yang menjajakan produk ke konsumen wajib memberi informasi secara jelas, lengkap, serta tepat guna mencegah kesalahan transaksi. Pasal 19 UUPK menyebutkan, tanggung gugat pengusaha yakni memberi pengganti kerugian atas terjadinya pencemaran atau kerusakan pada produk yang dijual kepada konsumennya. Pada teori "kerugian dalam hukum melibatkan beberapa konsep dan prinsip yang menjelaskan cara mengganti kerugian yang timbul dari suatu perbuatan melawan hukum. Pada kasus yang diambil, teori yang digunakan adalah teori hubungan faktual. Teori hubungan faktual menjelaskan bahwa setiap penyebab yang mengakibatkan timbulnya kerugian adalah penyebab faktual. Kerugian tidak akan pernah ada tanpa penyebabnya. Dalam kasus, penyebab terjadinya kerugian adalah karena kecurangan pelaku usaha di *E-Commerce* yang tidak melaksanakan kewajiban dan memberikan hak kepada konsumen dengan tidak mengirimkan barang yang sesuai dengan yang dipesan oleh konsumen melalui *E-Commerce*. Pengganti kerugian tak semata berbentuk uang, namun dapat juga berbentuk penggantian atas produk sejenis ataupun yang nilainya sama, dapat pula berwujud pemberian santunan atas dasar aturan undang-undang yang ada.<sup>11</sup>

Pembayaran ganti kerugian tidak harus berwujud uang." Dalam pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang berbunyi "Tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada seorang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut." Dapat diartikan sebagai setiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, maka orang yang menimbulkan kerugian diwajibkan untuk menggantikan kerugian tersebut. Pengembalian pada keadaan semula merupakan pembayaran ganti kerugian yang paling tepat. Untuk melindungi hak atas ganti rugi yang dialami oleh konsumen, pelaku usaha diwajibkan memberi ganti rugi sesuai dengan Pasal 7 huruf f Undang-Undang Perlindungan Konsumen: Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Dalam pasal tersebut dijelaskan mengenai kewajiban dari pelaku usaha yaitu pelaku usaha dari platform jual beli online yang tidak mengirimkan barang pesanan yang sesuai kepada konsumen harus memberikan ganti rugi yakni mengirimkan barang yang sesuai dengan yang dipesan, kepada konsumen. Bentuk ganti kerugian yang harus dilakukan oleh pelaku usaha yang merugikan konsumen terdapat di dalam Pasal 19 Ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen: "Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku."

Dalam permasalahan antara konsumen dan pelaku usaha *Official Store Zola Indonesia* pada platform Shopee, kedua belah pihak melakukan jual beli secara online dengan konsumen membeli produk *flash sale* yang ada di toko *Official Store Zola Indonesia*. Hingga pada saat barang yang dipesan datang dan bukan barang yang sesuai, konsumen langsung melakukan komplain kepada pelaku usaha melalui fitur *chat* yang disediakan oleh platform. Konsumen menanyakan mengapa barang *flash sale* yang dipesan tidak dikirimkan melainkan barang lain. Dengan dalih harga *flash sale* yang diberikan pada produk yang dipesan terdapat kesalahan sistem, pelaku usaha tidak mau memberikan ganti rugi berupa barang yang sesuai, dan pengembalian dana atau *refund*. Melihat kerugian yang dialami konsumen berupa kerugian atas ketidaksesuaian barang, kerugian nominal berupa uang, kerugian atas kehilangan waktu dalam membeli dan menunggu barang tiba dan juga kerugian atas rasa kecewa akibat

---

<sup>11</sup> 2 Fauzi, Ahmad, and Ismail Koto. (2022). "Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Konsumen Terkait dengan Produk Cacat." *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)* 4, no. 3, hal. 1493- 1500.



ketidaksesuaian pembelian barangnya. Jika dilihat dalam Undang-Undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen, seharusnya pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi berupa pengiriman barang yang sesuai dengan yang dipesan oleh konsumen. Namun sayangnya, karena minimnya pengetahuan mengenai hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen, masing-masing pihak tidak melakukan tindak atau upaya apapun untuk mendapatkan haknya terutama konsumen yang dirugikan.

## Penutup

Tanggung jawab pelaku usaha *online* untuk memberikan ganti rugi akibat dari kerugian konsumen berkaitan dengan ketidaksesuaian produk yang diberikan oleh pelaku usaha belum dilaksanakan secara optimal dan efektif sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku yakni pada Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Perlindungan Konsumen memberikan upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen dalam hal mengalami kerugian akibat jual beli online dengan dua cara yaitu melalui jalur pengadilan (litigasi) dan di luar pengadilan (non litigasi). Namun pada kenyataannya kedua cara tersebut pun belum dilakukan oleh konsumen karena minimnya pengetahuan tentang tata cara pengaduan perkara dan masalah biaya perkara.

Bagi pelaku usaha *online* seharusnya sadar akan perbuatannya yang telah melanggar ketentuan hukum dan merugikan pihak-pihak yang mempercayai produk yang diperjualkan melalui situs belanja online. Pelaku usaha hendaknya sadar akan kewajibannya untuk melayani konsumen semaksimal mungkin dan bertanggung jawab dengan memberikan ganti rugi atas perbuatan yang merugikan konsumen. Sudah sepantasnya pelaku usaha mengreti dan memahami apa yang menjadi hak dan kewajiban mereka yang telah dibebankan pada pasal 6 UU No.8 Tahun 1999 di dalam menjalankan usahanya, sehingga tidak ada pihak yang menderita kerugian akibat kelalaian dan itikad baik yang sering mereka lakukan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Z. (2009). *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Barkatullah, H. & Prasetyo, T. (2005). *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Barkatullah, H. (2010). *Hak-Hak Konsumen*. Bandung: PT Nusa Media.
- Diantha, I. M. (2016). *Metodologi Penelitian Hukum Normatif dalam Justifikasi Teori Hukum*. Jakarta: Pranada Media Group.
- Fajar, M. & Achmad, Y. (2015). *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fuady, M. (2008). *Pengantar Hukum Bisnis - Menata Bisnis Modern di Era Global*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Kristiyanti, C. T. (2008). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Marzuki, P. M. (2007). *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Penanda Media Group.
- Meliala, A. (2006). *Praktik Bisnis Curang*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Nasution, A. (1999). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Daya Widya.
- Saliman, A. R. (2015). *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan*. Jakarta: Kencana.
- Sidabalok, J. (2006). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia Cetakan ke-1*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Soekanto, S. & Mamudji, S. (2009). *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkatan*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Susanto, H. (2008). *Hak-Hak Konsumen Jika Diragukan*. Jakarta: Visimedia.

- Suyanto, M. (2003). *Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi Officet.
- Widjaja, G. & Muljadi, K. (2003). *Jual Beli*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Widjaja, G. & Yania, A. (2003). *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Mahanani, A. E. E., Fitriana, Z. M., Anggriawan, T. P., & Wahyudi, E. (2021). *Kausalitas Kesadaran dan Budaya Hukum dalam Membentuk Kepatuhan Hukum Kebijakan Penanggulangan Covid-19*. Widya Pranata Hukum: Jurnal Kajian dan Penelitian Hukum, 3(2), 64-74.
- M, H. (2015). *Model-Model Pendekatan Dalam Penelitian Hukum dan Fiqh*. Pekanbaru: UIN Suska Riau.
- Nasution, A. Z. (2003). Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Masyarakat Pemantau Peradilan Indonesia. *Jurnal Teropong*, 6-7.
- Putra, W. B., Anggriawan, T. P., & Purwanto, A. M. D. C. (2023). *Akibat Hukum Praktik Jual Rugi Semen Conch Dalam Persaingan Usaha Industri Semen di Indonesia*. Jurnal Hukum, Politik dan Ilmu Sosial, 2(3), 71-88.